ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (СПбГУ)

*Мелехина Ольга Владимировна*

***Развитие гостиничной индустрии в Королевстве Марокко в XXI веке***

Направление: 43.03.02 «Туризм»

Выпускная квалификационная работа бакалавра

(Профиль: Организация туристской деятельности со странами Азии и Африки)

Научный руководитель: *к.э.н*., *доц. Желтякова И. А.*

Рецензент*: к.ф.н., доц. Мокрушина А.А.*

Санкт-Петербург

2017

Оглавление

[Введение 3](#_Toc483740600)

[1.Значение учреждений гостеприимства как части туристической инфраструктуры. 5](#_Toc483740601)

[1.1 Понятие отеля. Значение, задачи и особенности. 5](#_Toc483740602)

[1.2 Типология гостиничных предприятий. 11](#_Toc483740603)

[1.3Международная классификация отелей. 14](#_Toc483740604)

[1.4. Тенденции развития гостиничных услуг. 16](#_Toc483740605)

[2. Средства размещения в Марокко. 21](#_Toc483740606)

[2.1 Особенности Марокко как туристского направления. Туризм в Марокко: состояние, история 21](#_Toc483740607)

[2.2 Гостиницы в Марокко. Общая характеристика 29](#_Toc483740608)

[3. Программы развития туризма и перспективы развития гостиничного сектора в Марокко. 36](#_Toc483740609)

[3.1 Развитие в 2000-2010 г.г. Стратегическая программа "Видение 2010". 36](#_Toc483740610)

[3.2 «Видение 2020». 39](#_Toc483740611)

[3.3 Анализ эффективности выполнения программы "Видение 2020" и развития гостиничного сектора в Марокко на настоящий момент. 45](#_Toc483740612)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 49](#_Toc483740613)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ 51](#_Toc483740614)

[ПРИЛОЖЕНИЯ 58](#_Toc483740615)

**Введение**

Туризм имеет немаловажное значение в мире. Развитие туризма - это важнейшая задача практически всех государств на всех континентах планеты. В той или иной степени все они являются конкурентами в борьбе за потенциального клиента. В конечном итоге туризм это не только статья дохода в бюджете государства, но и фактор, существенно влияющий на имидж страны на мировой политической арене, на внутренние развитие, в том числе социальную и культурную сферы страны, её инфраструктуру, транспортное сообщение и т.д. Посредством туристического потока страны и регионы обмениваются друг с другом новейшими достижениями науки, техники и культурных ценностей. Нам всем есть, что показать друг другу и тем важнее занять свою нишу в новом современном облике туризма.

Каждая страна по-своему решает поставленные задачи, делая акцент на том или ином туристическом продукте. При этом наряду с новыми технологиями и достижениями не стоит забывать о традиционном и заслуживающем доверии пути - гостеприимство это тот ключ, что открывает двери в сердца туристов. Именно в этой связи гостиничное хозяйство можно считать передовой фронта борьбы в росте турпотока.

На примере Марокко, небольшой страны, удачно расположившейся на северо-западе Африки, в месте пересечения путей, связывающих между собой людей и континенты, мы хотим рассмотреть особенности, потенциал и ожидаемый рост в развитии гостиничной индустрии Марокко в ближайшие годы. Задатками успешного состояния гостиничного сектора является полнота и грамотность предпринимаемых действий властью страны, частного капитала, отдельных предприятий, но помимо этого, как показывает жизнь, существуют факторы, находящиеся вне сферы их влияния взятых вместе и в отдельности. В мире всё связано друг с другом. И невозможно избежать распространения тех или иных тенденций, как положительных, так и отрицательных.

Марокко - страна с богатым и пока не до конца раскрытым туристическим потенциалом. Она интереса разным типам посетителей благодаря своему удачному географическому положению и культурному наследию. Посредством туризма мы можем открыть для себя всю красоту этой страны, узнать её тайны, посмотреть памятники истории. Туризм - это универсальное средство, открывающее двери в другие страны и приглашающее посмотреть их лучшие места и стороны.

Всё вышесказанное подтверждает актуальность выбранной темы.

Объектом нашего исследования является индустрия туризма Марокко.

 Предметом исследования является гостиничный сектор Марокко.

Цель дипломной работы – на основе анализа современного состояния гостиничного хозяйства Марокко определить перспективы его развития с точки зрения потребностей туристической индустрии.

Для систематизации информации по данной теме и достижения поставленной цели уместно поставить перед собой ряд следующих задач:

1. Проанализировать значение гостиниц для развития туристического сектора;

2. Исследовать состояние туризма Марокко;

3. Охарактеризовать отельную базу Марокко, ее структуру, динамику и особенности;

4. Выявить тенденции развития туризма и гостиничной индустрии Марокко;

5. Проанализировать программы развития туризма.

 В выпускной квалификационной работе мы ссылаемся на работы таких авторов, как Новиков В.С., Федоров Р. Г., Кусков А.С., Александрова А.Ю., Байлик С.И., Черникова Л.И., Сенин B.C., Денисенко А.В.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и литературы и приложений.

# Глава 1.Значение учреждений гостеприимства как части туристической инфраструктуры.

## 1.1 Понятие отеля. Значение, задачи и особенности.

В настоящий момент туризм перестал быть просто путешествием. Современное понимание туризма вышло за рамки отдыха и перемещения по разным местам. Благодаря туризму мы имеем возможность изменить общество, улучшить качество жизни людей, увеличить её продолжительность.
Каждый год растёт популярность путешествий, происходит рост потока туристов, внедряются современные туристические продукты и услуги. Мы наблюдаем создание новых и реставрацию прежде построенных объектов туристической инфраструктуры, изменение прежде непривлекательных регионов и местностей, их развитие, становление в качестве популярных туристических дестинаций благодаря умелому применению туристического потенциала. [[1]](#footnote-1)
В туризм вовлекается всё больше людей, чему способствует постоянное развитие сферы услуг туризма, а также появление и рост популярности новых видов туризма, в частности, сельского, экологического, событийного.
«Туризм обогащает личность, семью, общество и все человечество» - данный лозунг лёг в основу информационной кампании ЮНВТО, цель которой можно считать распространение и укрепление в сознании людей того, что туризм влияет на их жизнь, а также на общество в целом, культуру и экономику.[[2]](#footnote-2)
Среди множества функций туризма, в качестве основных отмечают: оздоровительную, познавательную, просветительную, коммуникабельную, смену впечатлений и мест пребывания, удовлетворение требований туриста в части экономических благ и услуг. Ежегодно более одного миллиарда человек совершают путешествия в другие страны. Благодаря этому туризм стал ведущим сектором экономики, на долю которого приходится 10 процентов глобального ВВП и 6 процентов общего мирового экспорта.[[3]](#footnote-3) Благодаря туризму люди более рационально используют свободное время, растёт занятость и жизненный уровень местного населения, обогащается социально-экономическая инфраструктура, идут преобразования в области межрегионального сотрудничества стран и народов. Постоянно появляются новые виды туризма, пополняя собой список его функций.
К туристической сфере можно отнести все предприятия, учреждения и организации материального производства и непроизводственной части, которые способствуют обеспечению производства, распределению, обмену и потреблению всей гаммы туристских продуктов, освоению и использованию имеющихся ресурсов и создание материальной базы туризма.
Индустрия туризма это сложный межотраслевой народнохозяйственный комплекс с множеством составляющих. К важнейшей из них можно отнести гостиничное хозяйство, чему способствует тот факт, что размещение есть основа, где формируется практически любой турпродукт в разнообразных видах туризма. [[4]](#footnote-4)

К достижениям гостиничного хозяйства, как неотъемлемого элемента туристической индустрии, можно отнести выполнение всех вышеуказанных функций туризма, а также создание благоприятных предпосылок для их развития и обогащения.

Гостиничная индустрия - важнейшая подотрасль экономики туризма. За небольшим исключением, туристам требуется место, где они могут отдохнуть во время своего путешествия, или остаться в пределах туристического направления.

В настоящее время сфера гостиничной индустрии является одной из самых быстроразвивающихся сфер экономики: происходит привлечение большого количества сотрудников, используются промышленные предприятия, транспортные компании, гостинично-ресторанное хозяйство, туристские агентства, национальные парки, пляжи и другие рекреационные территории. Объединение всех этих элементов и называют индустрией гостеприимства.
 Говоря о месте гостиничного хозяйства в туризме, следует отметить, что сектор гостиничных услуг – это до 65% занятых в турсфере и 68% поступлений от туризма. Эти данные являются доказательством того, что гостиничная индустрия - основа всей туристской сферы.[[5]](#footnote-5)

Появление новых средств размещения значительно повышает привлекательность туристической дестинации и увеличивает поток туристов.  Развитие гостиничных предприятий во многом определяет доступность туристского ресурса, что особенно актуально для некоторых категорий населения, таких как люди с ограниченными возможностями, пенсионеры, молодежь, малообеспеченные семьи и т. д.

Комфортабельные отели и другие объекты размещения в гостиницах играют жизненно важную роль в привлечении туристов в места назначения. Если человек, который находится далеко от дома, может пользоваться теми же удобствами и удобствами, что и у себя в доме, то у него останутся приятные впечатления от этого отеля. В ином случае, если посетитель попадет в плохой отель, он, скорее всего, никогда не вернется в это место. К тому же, это место будет иметь отрицательную репутацию среди его / ее друзей, которые, могли бы остановиться в этом отеле. Таким образом, уровень размещения имеет большое влияние на определенное туристическое направление. Объекты размещения, которые доступны в различных туристических точках, должны быть направлены на обеспечение максимального комфорта для туристов в разумных пределах. Очень важно и сложно для поставщика жилья обеспечить комфортное проживание для людей из разных экономических слоев в зависимости от их потребностей.
В результате сфера гостеприимства играет жизненно важную роль в экономике страны. Страны, которые признают ее положительное влияние на экономику, придают большее значение развитию гостиничного хозяйства. Расширение гостиничной индустрии оказывают непосредственное влияние на общий успех туристических направлений. Неспособность планировать и контролировать сектор проживания приводит к тому, что во многих туристических направлениях целевое развитие туризма не будет достигнуто. Причем основные направления развития гостиничного хозяйства должны соответствовать направлениям и перспективам развития всей индустрии туризма.

Важнейшее значение в этой индустрии имеют гостиничные комплексы. Всемирная торговая организация дает следующее определение гостинице:

"Гостиница - это коллективное средство размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, предоставляющее набор услуг (минимум - заправку постелей, уборку номера и санузла) и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров."[[6]](#footnote-6)

Одной из основных задач гостиницы является предоставление временного жилья и питания.

Качество обслуживания является ключевым в решении этой задачи. Понимая это, каждый сотрудник должен стараться представить свой отель с лучшей стороны, чтобы у гостей было желание вернуться в этот отель и порекомендовать его своим знакомым.

Каждому отделу гостиницы необходимо постоянно стремиться к повышению уровня обслуживания клиентов. Это относится в первую очередь к службе приема и размещения. Умение сотрудников этой службы грамотно отвечать на вопросы гостей, а также оказывать помощь в решении возникших имеет большое значение для процветания гостиничного предприятия.

Для того, чтобы гостиница приносила большую прибыль, необходимо определить ее миссию. Это выражается и сосредотачивается на основной философии, которая используется в управлении гостиницей. Миссия должна включать в себя интересы гостей, владельцев и работников.

Прежде всего, при определении миссии отеля необходимо принимать во внимание нужды и потребности гостей. Независимо от размера и категории гостиницы все гости нуждаются в следующем:

1.    чистые удобные номера;

2.    профессиональное обслуживание;

3.   безопасные условия проживания;

4.    исправно функционирующее оборудование.

Для того чтобы оправдать ожидания гостей, следует определить свой сегмент рынка и предоставлять тот уровень обслуживания, который ожидается этим рынком. В этом случае клиенты останутся довольны и в будущем предпочтут данную гостиницу другим.[[7]](#footnote-7)

 Особенности гостиничных услуг:

1. Неодновременность процессов производства и потребления. В отношении предоставляемого в гостинице комплекса услуг не в полной степени действует такая общая для услуг характеристика, как одновременность, неразрывный характер процессов производства и потребления. Отдельные гостиничные услуги не связаны с присутствием клиента. Так, как правило, подготовка номера к заселению клиента не совпадает по месту и времени с моментом продажи номера в службе приема и размещения и непосредственным заселением постояльца.

2. Невозможность хранения. Гостиничные услуги не могут быть сохранены для дальнейшей реализации. Это означает, что в случае если на текущие сутки гостиничный номер остается не проданным, то его невозможно продать дополнительно за эти сутки.

3. Срочный характер гостиничных услуг. Одной из особенностей гостиничных услуг является то, что процедуры оформления клиентов должны выполняться быстро. Это зависит от профессионализма персонала, уровня технологий в гостинице и типа постояльца.

4. Широкое участие работников в процессе производства гостиничных услуг. Известно, что уровень обслуживания приводит к изменчивости качества услуг, их неповторимости даже в рамках одного и того же предприятия. Учитывая это, разрабатываются стандарты обслуживания, которые определяют время ответа на звонок клиента, время оформления клиента при заселении, особенности униформы и внешнего вида и т. д.

 5. Сезонность спроса на гостиничные услуги. В зависимости от времени года в гостиничных услугах наблюдается колебание показателей загрузки. Так, в России большинство туристов путешествуют в летние месяцы. Также можно выделить особенность деловых туристов, которые заселяются преимущественно в будни.

 6. Взаимосвязанность гостиничных услуг и цели поездки. Как правило, турист решает посетить конкретное место, основываясь в первую очередь на возможности развлечься, отдохнуть, а не на факторе наличия в этом месте конкретной гостиницы. Таким образом, турист в первую очередь выбирает город/регион для проведения отпуска, а затем уже отель.

7. Специфика гостиничной услуги определяется особенностями и технологиями обслуживания гостей. Технологический процесс оказания гостиничной услуги включает в себя: встречу гостя при входе в гостиницу; регистрацию, оформление документов и размещение гостя; обслуживание в номере; обслуживание при предоставлении услуг питания; удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнес-обслуживание; оформление выезда, проводы при отъезде.

8. Гостиничная услуга производится и потребляется в одном месте - месте обслуживания, а потребитель сам становится частью системы распределения. Гость вступает в контакт с обслуживающим персоналом в ресторане, у стойки портье, в номере, следовательно, гостиничное предприятие должно обеспечивать успешное контактирование персонала с клиентом. Вместе с тем гость обязан соблюдать правила проживания и следовать принятым нормам поведения в общественных местах.

##  1.2 Типология гостиничных предприятий.

 В связи с тем, что в настоящее время увеличивается количество гостиничных предприятий, делающих упор на конкретный сегмент рынка, целесообразно выделить некоторое количество типов гостиничных предприятий, которые характерны для современной гостиничной индустрии:[[8]](#footnote-8)

1.Отель - это традиционный тип гостиничного предприятия, находящийся чаще всего в большом городе, имеющий большой штат обслуживающего персонала и предоставляющий разнообразные дополнительные услуги и хороший уровень обслуживания.

2. Отель-люкс - малое и среднее по вместимости гостиничное предприятие, в большинстве случаев находящееся в центре города. Высоко квалифицированный персонал обеспечивает высокий сервис самым требовательным клиентам - участникам конференций, деловых встреч, бизнесменам, высокооплачиваем специалистам. Цена номера в таком отеле достаточно высокая, обычно включает в себя дополнительные услуги. В номере несколько комнат, включая гостиную и спальню. Определенные номера люкс располагают кухней и встроенным мини баром;

3. Гостиница (среднего класса). Вместимость такой гостиницы около 400-2000 мест. Находится в центральной части города и городской черте. В гостинице оказывается множество услуг. Обычно здесь останавливаются бизнесмены, индивидуальных туристы, участники деловых встреч.

4. Гостиница-апартамент - предприятие по вместительности малых или средних размеров (до 400 мест), характерное для крупного города с непостоянным населением. Предоставляет номера квартирного типа, используемые в качестве временного жилья, чаще всего на бае самообслуживания. Цена обычно варьируется в зависимости от сроков размещения. Обслуживает семейных туристов и бизнесменов, коммерсантов, останавливающихся на длительный срок.

5. Гостиница экономического класса - это гостиница, характеризующаяся небольшой и средней вместительностью (от 50 мест). Находится обычно вблизи автомагистралей. Предлагает простое и быстрое обслуживание. Спектр услуг узкий. Целевой аудиторией являются бизнесмены и индивидуальные туристы, которые нуждаются в ограниченном числе услуг.

 6. Отель-курорт - предприятие со значительными по вместимости, предлагающие полный набор услуг гостеприимства, и кроме того, комплекс специального медицинского обслуживания и диетического питания. Располагается в курортной местности.

7. Мотель - это гостиничное предприятие, предназначенное для приема туристов, путешествующих на автомобиле. Его особенностью является отсутствие необходимости оплаты всего спектра услуг, как это предлагается в гостиницах. В большинстве случаев мотели представлены скромными одноэтажными/двухэтажными сооружениями, которые расположены за городской чертой, вдоль автодорог.

8. Гостиница типа B&B (Bed and breakfast) - вид гостиничного предприятия, которое завоевало популярность в Великобритании. Вместимость гостиницы - малая/средняя. В цену номера обычно входит завтрак. Иногда - легкий ужин. Целевая аудитория представлена коммерсантами и маршрутными туристами, нуждающимися в домашнем уюте;

9. Апарт-отель - тип отеля, в большинстве случаев включающее в себя небольшое число квартир с фиксированной ценой (не зависит от числа проживающих в нем гостей). Предполагается самообслуживание. В квартирах имеется кухня, где гости могут готовить еду. Широкую известность получил в европейских странах тип апарт-отеля - анонимный пансион, когда между владельцем и агентством заключается договор о сдаче квартиры;

10. Пансион - гостиничное предприятие, являющееся простым, узким набором услуг. Здесь предоставляются завтраки, обеды и ужины (полый пансион), которые могут получить только постоянно живущие здесь гости. Пансион широко распространен в мировой практике. Цена за номер намного ниже, чем в обычных отелях. Обычно не имеет "звезд".

11.[Хостелы](https://tonkosti.ru/%D0%A5%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BB) - гостиничные предприятия, целевой аудиторией которых являются путешественники, имеющие ограниченный бюджет средств и не нуждающиеся в высокой степени обслуживания. Обычно здесь останавливается молодежь. Номера представлены большими комнатами, в которых расположены двухъярусные кровати и шкафчики с замочками. В таких номерах могут поселиться до 10-20 гостей. Чем меньше в номере кроватей — тем он дороже.

12. Спа-отели - типы отелей, которые располагают бассейном, массажными кабинетами, сауной, джакузи, спортзалами. В спа-отеле можно воспользоваться такими услугами, как оздоровительные процедуры, массажи, спа-программы. Спа - отели считаются относительно новым типом отелей в мире туризма.

##  1.3Международная классификация отелей.

Существует множество критериев, по которым классифицируют гостиничные предприятия. Наиболее употребляемыми среди них являются следующие: уровень комфорта, вместимость номерного фонда, функциональное назначение, месторасположение, продолжительность работы, обеспечение питанием, продолжительность пребывания, уровень цен, форма собственности.

Систем классификаций на сегодняшний день в мире существует более тридцати. Рассмотрим самые распространенные:

− система звезд, применяемая во Франции, в Австрии, Венгрии, Египте, Китае и ряде других стран;

− система букв, характерная для Греции;

− система «корон», применяемая в Великобритании;

− система разрядов и т. д.

Французская национальная система является самой употребляемой системой классификации. Согласно данной системе гостиничные предприятия делятся на шесть категорий, среди которых пять с присвоением определенного количества звезд (1\*, 2\*, 3\*, 4\*, 5\*). Критерии присвоения категории: количество номеров, общие помещения, оборудование отеля, комфортность жилья, уровень обслуживания, доступность инвалидам и лицам с ограниченной подвижностью. [[9]](#footnote-9)

Схожей с французской системой является немецкая классификация, которая устанавливает для гостиниц 5 классов.

Помимо традиционных звезд существуют системы «букв» и «корон». В Греции часто используется буквенная система классификации, однако на фасадах гостиниц можно увидеть и привычные звезды. Все греческие гостиницы делятся на четыре категории: A, B, C, D. Отели категории A соответствуют четырем звездам, B – трем, C – двум. Отелям высшей категории в Греции часто присуждается категория «de Luxe».

Классификация английских гостиниц достаточно запутанная. Обычно на фасаде отелей можно увидеть не звезды, а короны. Чтобы понять скольким звездам соответствует отель, следует от общего числа корон отнять одну.

Классификация итальянских гостиниц является достаточно сложной. В соответствии с принятыми в Италии нормам, отели условно разделяются на три категории: первая категория соответствует четырем звездам; вторая категория – трем звездам, третья –двум.

Испанские средства размещения разделяются на следующие категории:

 1. гостиницы классифицируются пятью категориями от 1 до 5 звезд;

 2. дома гостиничного типа, бунгало, апартаменты разделяются на 4 звезды;

 3. постоялые дворы характеризуются количеством звезд;

 4. пансионы делятся на три категории.

Помимо этого, в Испании существуют государственные предприятия приема туристов, находящиеся в подчинении у Государственного министерства по туризму. Среди них: старые крепости, замки, дворцы, которые относятся к отелям «люкс». Итак, для каждой страны характерна своя классификация гостиниц. Гостиницы, относящиеся к одной категории, но находящиеся в разных странах, имеют значительные отличия. [[10]](#footnote-10)

## 1.4. Тенденции развития гостиничных услуг.

Активное развитие туристической сферы в мире вызвало существенное увеличение гостиничного предложения во многих государствах. Подъем жизненного уровня и соперничество конкурентов туристских предложений вызывают появление всё более разнообразных услуг.

В настоящий период множество исследований дают информацию о заметном росте рентабельности гостиниц, в том числе об устойчивой тенденции повышения доходности гостиничного бизнеса преимущественно в странах Европы: исследователи зафиксировали двузначный рост доходности номеров местных отелей в 21 из 25 крупнейших европейских городов.

Основные тенденции в развитии данной сферы, которые получили развитие в последние десятилетия: углубление специализации гостиничного и ресторанного предложения; образование международных гостиничных и ресторанных цепей; развитие сети гостиничных предприятий; внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий.

В результате анализа поступающих сведений можно заключить, что в большинстве государств мира существуют "цепи" отелей, владельцами которых являются всемирно известные фирмы или более мелкие собственники.

Значительное влияние цепей гостиниц замечено в США. Именно там бытует мнение, что гостиничные цепи стали основой для зарождения современного понятия «стандарт в производстве». Значительных и быстрых по темпам результатов достигают путём оперативного внедрения в сеть рациональных идей, родившихся в одном кольце гостиничной цепи, передавая друг другу.

В настоящий момент наблюдается существование около 300  гостиничных цепей. При этом 78% всего фонда номеров гостиничных цепей принадлежит 13 крупнейшим из них, также у каждого из них есть присутствие во многих странах мира. [[11]](#footnote-11)

Однако, рост гостиничных цепей не полностью удовлетворяет разнообразные требования туристов. Причины этого в неизбежной обезличенности, стандартизированности обслуживания, что в свою очередь, является основой для увеличения количества малых независимых отелей, отличающихся своей неповторимостью и уникальностью. Они стали прототипами гостиниц 21 века: с высоким уровнем комфорта и внимания к каждому посетителю, выстроенные в сельском стиле, предлагающие свои услуги за приемлемую стоимость, имеющие всё для отдыха или работы, они оказывают клиентам изысканное персонифицированное обслуживание. Благодаря уникальности такие отели строят успешную рыночную политику.

Не прекращается рациональная борьба за клиента, в которой большие группы предприятий гостиничной сферы и каждый отель в отдельности ежедневно задумываются о расширении спектра услуг, увеличивая на рынке новые оригинальные предложения.

Активный рост получили информационные технологии и программные средства в гостиничном и туристическом бизнесе, что объясняется важностью эффекта, который можно наблюдать при грамотном их применении.  Компьютерная техника и технологии обеспечивают владельца гостиницы тем комплексом услуг, который необходим для продвижения на современном туристическом рынке. В итоге он получает возможность привлечь постояльцев определенного уровня, с персональными требованиями и запросами, чему немало способствует правильное применение доступа к разным базам данных, растёт персонализация услуг.[[12]](#footnote-12)

Благодаря новым технологиям можно войти во всемирные сети баз данных, получать информацию с сайтов и страниц Интернета.

Мелкие отели вступают в кооперацию с более развитыми корпорациями мирового рынка в границах автономного предприятия, в результате чего они получают доступ к новым технологиям, повышается оперативная связь между поставщиком услуги и его потенциальным клиентом, упрощается процесс бронирования отеля, обработки предварительных заказов и прочее. Как итог, происходит предоставление определенного продукта соответствующему клиенту в заданное время по соответствующей стоимости.

В настоящий момент в мировом гостиничном хозяйстве насчитывается приблизительно 350 тысяч комфортабельных гостиниц более чем на 14 миллионов номеров (26 миллионов мест). Одновременно наблюдается значительная динамика увеличения предлагаемых услуг размещения для постояльцев (за последние 20 лет рост в среднем на 3-4% в год). [[13]](#footnote-13)

При этом система гостиничного хозяйства в мире является адекватным показателем туристских потоков и по региональному принципу: при увеличении количества внутренних и иностранных туристов в том или другом районе планеты, растёт поток средств размещения в данном районе.

Все вышеуказанные данные, несмотря на их отличие в разных источниках, говорят о грандиозности гостиничного бизнеса, стабильности его положения и развития, что выдвигает данную индустрию на ведущую позицию на сегодняшний день с возможностью сохранить её в будущие годы.

Анализ современных тенденций развития международного туризма и торговли позволяет предположить направление этого развития в целом, и международных гостиничных корпораций в том числе.  Стандартные гостиничные цепи не потеряют темп своего роста, также как и отдельные специализированные гостиницы.  Велика вероятность, что нас ждёт рост специализации гостиниц, их разнообразия, что вызовет значительное увеличение их доли  на рынке гостиничных услуг.[[14]](#footnote-14)

Залог этого - неудовлетворенные потребности туристов в разнообразии тематических гостиничных комплексов, как то: отели для молодоженов и ностальгические гостиницы в старом стиле, и гостиницы для паломников в святые места. Появление новых услуг является итогом активного творческого поиска и в некоторой части коммерческой ценностью. При этом нужно уделять повышенное внимание необходимым расчётам, не забывать об основах рентабельности, глубоко продумывать зарождающуюся идею, внедрение и практическая реализация которой может представлять собой определенный риск.

 Несмотря на тенденцию роста спроса на изысканные и роскошные отели, как и прежние времена, секрет гостеприимства заключается в отзывчивости и понимании желаний и настроений клиентов.  Часто на практике постоялец ощущает спокойствие и комфорт совсем не там, где ищет. Этот факт требует внимательной работы в сфере предоставления гостиничных услуг. Человек ищет отдыха, избавления и защиты от суеты ежедневных забот, жесткого бизнеса и прочих неприятностей и переживаний, свалившихся на него, в конечном итоге являющимися причинами стресса, нервных напряжений и психических разладов. Независимо от своего типа, размещаясь в отеле, человек должен иметь возможность обрести спокойствие, нейтрализовать негатив, внутренне почувствовать заботу и счастье.  Уже сейчас во многих гостиницах можно наблюдать реализацию подобного замысла и переосмысления подхода к клиентам. Важно привить психологические знания и навыки обслуживающему персоналу отелей, непосредственно контактирующему с постояльцами. Также необходимо отразить данную идею в обстановке номеров: к примеру, боксерская груша для клиентов, вернувшихся с сложных переговоров или прямой выход на телефон доверия. Можно предусмотреть размещение в отеле специальной литературы о способах преодоления стрессов, или утвердить должность  штатного профессионального психолога, способного помочь в ненавязчивой беседе снять напряжение, удалиться от проблем. Усердная работа над этой проблемой поможет найти множество способов оказания помощи человеку в понимании своей роли в структуре социальных систем, получении душевного равновесия и покоя. Ведь не секрет, что далеко не всегда чековая книжка и купюры являются той благодарностью, что желают получить владельцы отелей. Прежде всего, это лучшие отзывы, удовольствие и радость клиента от пребывания в отеле как итог работы всей гостиничной сферы и конкретного отеля в частности.[[15]](#footnote-15)

#

 **Глава 2. Средства размещения в Марокко.**

2.1 Особенности Марокко как туристского направления. Туризм в Марокко: состояние, история**.**

 Марокканская экономика неуклонно развивается в течение последних нескольких десятилетий. Понимая важность туристической сферы для экономики, правительство Марокко прилагает все усилия для развития туризма. Марокко называют страной тайн и загадок, а также местом, которое обязательно надо посетить по следующим причинам. Солнце ярко светит практически 300 дней в году, что является большим преимуществом перед европейскими странами. Природное и географическое разнообразие привлекает самый разный контингент туристов со всего мира, делая каждый визит незабываемым. Марокко славится красотой своих пляжей, которые можно посещать круглый год. Туристы из Франции, Испании, Великобритании, Германии, Нидерландов предпочитают большой пляжный курорт на атлантическом побережье - Агадир. Этот город является любимым местом многих туристов. Марокко имеет выход к Средиземному морю.

Несмотря на то, что в своей основной массе берег Средиземноморья представляет собой неприступные скалы, редкие песчаные бухты являются настоящей находкой для тех, кто предпочитает тихий, немноголюдный пляж большим городам с шумными набережными.

Помимо пляжных курортов, несомненно, являющихся достопримечательностью этой страны, в настоящее время большую популярность получают культурные и исторические объекты Марокко. Самобытная культура древних цивилизаций, начиная от Рима и заканчивая арабским наследием, а также уникальная жизнь народностей берберов, оставили богатый след в архитектуре Марокко. Многие туристы посещают эти объекты, чтоб заглянуть в пёстрое прошлое страны. Популярными регионами являются Танжер, Агадир, Марракеш, Касабланка, Имперские города, Уарзазат и Тарфая.[[16]](#footnote-16)

Марокко это горная страна. Поперёк её рубежей легли такие горные системы, как Антиатлас, Высокий и Средний Атлас, Риф. (см.рис.1).

Горы Атлас все больше и больше привлекают к себе любителей активного отдыха. Именно в Марокко туристы имеют уникальную возможность, совместить пляжный отдых с активным трекингом или совершить восхождение после просмотра древней крепости или ксара.

Многие города Марокко (Сафи, Агадир, Эс-Сувейра) известны не только своими прибрежными курортами и красивыми пляжами, но и тем, что они являются базой для начала экскурсий в Атласские горы. В последнее время замечен стремительный рост популярности приключенческого туризма. Любой желающий может заняться треккингом, либо ездой на горном велосипеде, имеются длинные тропы для пеших прогулок, по которым можно идти часами, наслаждаясь видами нетронутой природы, дыша чистым горным воздухом. Разнообразие флоры и фауны делают Марокко раем для любителей экотуризма. Возможностей исследовать много. Развивается также туризм в пустыне Сахара. Замки, сады и местные рынки являются обязательными местами для посещения туристов, приезжающих в Марокко. Также популярностью пользуются: природные заповедники, водоемы, старинные здания, ремесленные лавки и многое другое. [[17]](#footnote-17)

Туристическая сфера в Марокко существует уже много лет. Первыми активными путешественниками по стране стали французы, чьё государство установило в Марокко свой протекторат в 1912 году. [[18]](#footnote-18) Таким образом, уже с начала 20 века это направление становится популярным у жителей Франции, Испании, Германии. За истекший век Марокко пережило много изменений в политической сфере, активно повлиявших на развитие страны в целом, а также его становление в роли привлекательного туристического региона с удобным расположением, инфраструктурой и достаточно широким набором достопримечательностей. В настоящее время туризм является одним из приоритетных сфер для развития страны. Несмотря на сложную международную обстановку в мире и наблюдаемую нестабильность в линии отношений отдельных стран с арабскими и африканскими государствами, а также существующую угрозу в мире со стороны террористических организаций, туристические показатели Марокко медленно, но уверенно растут. Так, в 2016 году Марокко посетило 10,3 млн. туристов, что на 1,5% больше, чем в 2015 г.[[19]](#footnote-19)

Основной рынок составляют такие европейские страны как Франция, Испания, Великобритания, Бельгия. Однако в последние несколько лет наблюдается снижение числа прибытий из этих стран. В 2016 г. прибытия из Франции составили 1.4 млн. (на 7% ниже, чем в 2015 г.), из Испании 615 тыс. (на 2 % ниже), из Великобритании 458 тыс. ( на 9 % ниже) и из Бельгии 238 тыс. (на 2 % ниже).[[20]](#footnote-20) Такая динамика связана, в первую очередь, с нестабильной политической ситуацией в мире и, в частности, в арабском регионе. В связи с этим в последние годы всё больше внимания уделяется России и Китаю как потенциальным рынкам. Было сделано множество шагов на пути сотрудничества с этими странами: в 2005 году введён безвизовый режим посещения Марокко гражданами России[[21]](#footnote-21), в 2016 году отменена виза для китайских туристов, произошло увеличение рейсов между РФ и Марокко, проведены активные рекламные кампании в обеих странах и т.д. Это привело к росту посещения Марокко туристами данных стран. Уже, в 2016г. Марокко посетило 42 тыс. туристов из Китая (это на 300 % больше, чем в 2015г.)[[22]](#footnote-22) и около 60 тыс. туристов из России (на 130 % больше, чем в 2015г.).[[23]](#footnote-23) Аналитики замечают рост спроса на русскоговорящих гидов среди агентств, предлагающих туристические услуги, а также в гостиничной сфере. Кроме того для привлечения еще большего количества российских туристов планировалось увеличение числа отелей, специализирующихся на системе "все включено".[[24]](#footnote-24) Однако конкретных шагов пока зафиксировано не было. Возможно, это объясняется ожиданием устойчивости роста потока русских визитёров, а также необходимостью провести ряд маркетинговых исследований на предмет изучения спроса и особенностей их предпочтений.

Королевство Марокко как туристическое направление обладает множеством преимуществ, делающих его конкурентоспособным среди других дестинаций. Среди них можно, в частности, выделить: теплый климат, разнообразный ландшафт, включая горные цепи, леса, пустыню и береговую линию, богатое историческое наследие, приемлемый уровень туристической инфраструктуры, высокий уровень безопасности относительно других арабских стран, безвизовый въезд для многих государств, знание французского и английского языков жителями Марокко.[[25]](#footnote-25)

Первые шаги на пути развития туризма в Марокко были предприняты французами во время протектората (1912 - 1956). Главной целью развития туризма в те годы являлась организация отдыха обеспеченных туристов из Франции и других европейских стран.

В 1918 году по приказу властей протектората был создан Центральный комитет по туризму, миссией которого было изучение туристического потенциала Марокко. В 1937 году этот комитет был заменен Комитетом по туризму Шерифа, отвечающим в основном за туристскую организацию и сохранение исторических памятников.

 В 1955 году в Марокко насчитывалось 256 отелей с общим количеством номеров 7677. При этом число туристов увеличилось с 150 тысяч в 1949 году до 253 тысяч в 1953 году. В то время самым популярным видом туризма был познавательный туризм, организацией которого занимались местные турагенства, но чаще всего туристы путешествовали самостоятельно. Их привлекали оазисы, старые крепости и города, такие как Фес, Марракеш, Мекнес. Отдельным видом в туристической сфере того времени можно выделить круизные путешествия, являющиеся прерогативой состоятельных европейцев. Круизные туры включали в себя посещение Касабланки, Мохаммедии и Танжера.[[26]](#footnote-26)

В середине 20 века в Марокко появился пляжный туризм, ограниченный небольшим количеством курортов, прилегающих к крупным равнинам (Мулай Бусселам и Уалидия) или находящихся неподалёку от крупных городов (пляжи к югу от Рабата или к северу от Мохаммедии ). Эти скромные по свои размерам и инфраструктуре курорты, были ориентированы преимущественно на внутренний туризм, нежели на международный.

В 60-х гг. такие международные организации,  как Всемирный банк и Организация Объединенных Наций призвали развивающиеся страны (к коим относилось Марокко) обратить свое внимание на туризм, как на социально-экономический двигатель развития. В связи с этим, уже после обретения независимости в 1956 году, королевство Марокко обратилось с просьбой к экспертам Всемирного банка о проведении территориального анализа с точки зрения туризма,  ввиду запуска экономической политики, ставящей туризм в качестве приоритетного сектора экономики.[[27]](#footnote-27)

Марокко начало реализовывать политику в области туризма путем проведения реформ, в рамках которых в 1965 году был создан специальный управляющий орган в правительстве страны - министерство туризма, а также приняты ряд законов, поддерживающих инвестиционную деятельность в указанной сфере.

Пространственное планирование развития туризма, основанное на техническом и выборочном подходе, позволило в 1965 году создать карту регионов Марокко, потенциально интересных с туристической точки зрения. Это были пять зон развития туризма, четыре из которых находились на побережье и один в глубине страны: Танжер, Смир, Аль-Хосейма, Агадир, Гранд-Сюд и цепи имперских городов. В результате зоны развития туризма в ближайшие годы были ограничены прибрежными районами. Для управления в части разработки и реализации проектов были созданы государственные девелоперские компании, Национальная организация развития г. Танжер и Национальная организация развития залива Агадир, созданные соответственно в 1967 и в 1973 годах.[[28]](#footnote-28)

В течение последующих двух десятилетий Агадир рекордно быстро становился важным туристическим центром страны с точки зрения средств размещения. Его гостиничная емкость увеличилась с 144 койко-мест в 1964 году, или менее 1%, до более 13 000 в 1983 году, что составило более 20% туристических мест в Марокко. [[29]](#footnote-29)

Наблюдаемые изменения соответствовали задачам реформ: с одной стороны, создать плацдарм для распространения туризма в периферийных районах на юге и в глубине страны, ранее не имевших экономической активности, избежать земельных спекуляций, которые начали развиваться после получения независимости Марокко и, с другой стороны, восстановить город Агадир, некоторое время назад переживший разрушительное землетрясение, которое унесло жизни 12 тысяч жителей и превратило город в развалины.

В конце 70-х годов в Марокко наблюдается снижение темпов развития гостиничных услуг и туризма в целом, что объясняется, главным образом, негативными последствиями мирового нефтяного кризиса 1979 года и военного конфликта в Марокканской Сахаре. План развития страны на 1978-1980 гг. не включал в себя мер по увеличению притока туристов, сменивший его план на следующую пятилетку (1981-1985 годы) положил начало разъединению участия государства и частных капиталов в производстве туристических услуг, однако государство не потеряло влияние в развитии гостиничной индустрии.

В конце 1980-х и начале 1990-х годов Марокко ежегодно посещали от 1 до 1,5 млн европейцев, большинство которых составляли французы и испанцы, примерно по 100 тысяч человек приезжало из [Великобритании](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F), [Германии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F) и [Нидерландов](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%8B). Большая часть туристов останавливалось на атлантическом побережье, в Агадире. Наряду с европейцами, Марокко посетили около 20 тысяч человек из [Саудовской Аравии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%90%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%8F), некоторые из которых приобрели коммерческую недвижимость в Марокко. В 1990 году в связи с началом [войны в Персидском заливе](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B2_%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%B4%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BC_%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%B5) поступления от туризма в Марокко упали на 16,5 %. На развитии туризма отрицательно сказалось также обострение отношений с [Алжиром](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BB%D0%B6%D0%B8%D1%80): в 1994 году Алжир закрыл границу с Марокко, в связи с чем число туристов из Алжира сократилось с 70 тысяч в 1994 до 13 тысяч в 1995 году (для сравнения: 1,66 млн туристов в 1992 году и 1,28 млн в 1993).[[30]](#footnote-30)

Разработанная в 2000 году программа "Видение 2010" по развитию туризма стала толчком в новом витке внедрения туристических продуктов на рынке страны. За последующие 10 лет ежегодное число прибытий увеличилось вдвое, составив 9.3 млн чел. Постоянное развитие инфраструктуры привело к расширению гостиничной индустрии. За эти годы в Марокко был создан большой гостиничный фонд, поскольку он увеличился с 13 000 коек, классифицированных в 1964 году, до 40 732 коек в 1974 году, за которыми последовали 65 134 койки в 1984 году, 90 511 в 1994 году, 97 001 койка в 2002, 175 000 в 2010 г. и 242 000 в 2016. [[31]](#footnote-31)

Анализируя вышесказанное, можно прийти к выводу, что туризм в Марокко как отдельный экономический сектор стал развиваться в середине 20 в., при этом его развитие носило скачкообразный характер, поскольку присутствовали застои и резкие подъёмы показателей прибытий и развития отельного сегмента.

2.2 Гостиницы в Марокко. Общая характеристика**.**

Марокко предлагает широкий спектр средств размещения. В последнее десятилетие претерпели изменения более чем 3500 средств размещения различных категорий: отели (1\*-5\*), отели-резиденции, отели-клубы, гостевые дома. К концу 2016 года количество средств размещения достигло 3509 единиц, а общее количество мест - 242 624. С 2010 года номерной фонд увеличился на 33 %, то есть ежегодный рост составил около 7 %. [[32]](#footnote-32)

На основании данных сайта Министерства туризма Марокко автор составил таблицу, характеризующую единовременную вместимость в средствах размещения по городам Марокко:[[33]](#footnote-33)

Таблица 1. Вместимость средств размещения ( по данным 2016 г.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Город | Общее число койко-мест за 2016 г. | Число койко-мест в процентном соотношении по стране в целом |
| Марракеш | 73 993 | 30.4 % |
| Агадир | 38 800 | 15.9% |
| Касабланка | 20 037 | 8.2 % |
| Танжер | 11 256 | 4.6 % |
| Фес | 9 844 | 4.0 % |
| Уарзазат | 9 167 | 3.7 % |
| Уджда (курорт Саидия) | 8 457 | 3.4 % |
| Рабат | 5 935 | 2.4 % |
| Тетуан | 7 122 | 2.9 % |
| Эс-Сувейра | 6 090 | 2.5 % |
| Мекнес | 4 430 | 1.8 % |
| Ифран | 5 092 | 2.0 % |
| Эль-Джадида (курорт Мазаган) | 3 333 | 1.3 % |
| Всего | 242 624 | 100 % |

Анализ данных показателей позволяет сделать вывод, что главными туристическими направлениями страны являются города Марракеш и Агадир, на совместную долю которых приходится 45 % средств размещения. В обеих дестинациях хорошо развита туристическая индустрия, а в частности дорожная сеть, гостиничный сектор, сеть общественного питания. Ежегодно эти города посещают более 50% туристов, посещающих Марокко. Так, в 2016 г. в этих городах было зафиксировано 60 % всех прибытий. Лидер туристического потока, Марракеш, представляет собой центр проведения MICE-мероприятий, культурного и познавательного туризма, является отправной точкой туристов, посещающих горы Высокого Атласа, а также в дальнейшем направляющихся в отдаленные регионы - пустыню Сахара, район Уарзазат, Тарудант. Кроме того, на Марракеш падает выбор состоятельных туристов, выбирающих отели класса люкс.

Также среди других городов по показателям единовременной вместимости выделяется "индустриальная столица" и центр делового туризма Касабланка - 8.2 %, в то время как в остальных городах данный показатель существенно ниже и колеблется от 1.3 до 4.6 %. Таким образом, наблюдается неравномерное территориальное распределение отелей в Марокко и концентрация в большей степени в городах Марракеш, Агадир и Касабланка.

При этом остальные регионы имеют низкий процент от общей доли средств размещения.

Звездная система классификации отелей Марокко.

В Марокко действует европейская классификация отелей, согласно которой отелям присваивается от 1 до 5 звёзд. Ниже представлена таблица, составленная на основе данных Министерства туризма Марокко.[[34]](#footnote-34) В указанной таблице наблюдается значительное преимущество отелей, имеющих 4\* и 5\*, а также гостевых домов. Отличительной особенностью гостиничного комплекса страны является его равномерное распределение среди разных типов средства размещения.

При анализе таблице стоит учитывать тот факт, что, как правило, отели, имеющие звёздность, отличаются большим количеством номерного фонда, приходящихся на один отель, в то время как иные - гостевые дома, мотели, пансионы представляют собой малые средства размещения с небольшим количеством койко-мест. Таким образом, общее число незвёздных средств размещения превалирует над отелями 1\*-5\*, они рассредоточены по территории страны, в то время как звёздные отели находятся в крупных городах - туристических центрах Марокко.

Таблица 2. Количество мест в средствах размещения различного уровня (2016г.)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип средства размещения | Общее количество койко-мест  | Количество койко-мест в процентах к общему количеству |
| Отель 1\* | 14 862 | 6.0 % |
| Отель 2\* | 16 558 | 6.8 % |
| Отель 3\* | 30 978 | 12.7 % |
| Отель 4\* | 50 487 | 20.8 % |
| Отель 5\* | 37 308 | 15.3 % |
| Отель-резиденция | 24 177 | 9.9 % |
| Отель-клуб | 22 335 | 9.2 % |
| Гостевой дом | 28 168 | 11.6 % |
| Другое (пансионы, мотели, кемпинги) | 17 751 | 7.3 % |
| Всего | 242 624 | 100 % |

При этом, рейтинг многих отелей можно считать завышенным приблизительно на одну звезду в сравнении с европейским стандартом, особенно это касается гостиниц, расположенных в небольших городах.

Как правило, четырех - и пятизвездочные отели хорошо оборудованы, со спутниковым телевидением, телефоном, отдельными ванными комнатами и обслуживанием номеров, а также многими другими дополнительными услугами, такими как бассейн, спортивный центр и спа-центр (либо хаммам). Двух - и трехзвездочные отели комфортабельные и чистые, с отдельной ванной или душем. Номера однозвездочных отелей или гостиниц без классификации имеют простое убранство и небольшую площадь. Однако в ряде случаев в неклассифицированных гостиницах можно найти номера высокого уровня с большой площадью, изысканной планировкой и убранством, широким перечнем дополнительных услуг. Отсутствие звезд отелей порой объясняется нежеланием со стороны их владельцев заниматься оформлением необходимых документов, получением и подтверждением соответствующих сертификатов качества. [[35]](#footnote-35)

В Марокко действуют несколько международных сетей, в первую очередь Hilton в Рабате; Хаятт и Шератон в Касабланке; Le Méridien в Касабланке и Марракеше и Sofitel, в Агадире, Эс-Сувейре, Фесе, Марракеше и Рабате. Kenzi Hôtels предлагает 10 отелей в Марокко. Ibis управляет сетью отелей среднего класса по всему Марокко. Их отели обычно находятся рядом с транспортными центрами, в основном с железнодорожными станциями, и все они оформлены в едином стиле, с компактными и функциональными номерами. Помимо международных, существуют марокканские компании, чьи сетевые отели построены по всей стране, к ним можно отнести Atlas Hospitality Group. [[36]](#footnote-36)

Большинство объектов сетей были приобретены группами и отреставрированы. После чего им стали присущи определенное сходство с иными объектами цепи.  Несмотря на то, что в основном отели сетей это 4\*-5\* , как правило, их звёздность также завышена, номера требуют ремонта и модернизации, что, несомненно, сказывается на потоке постояльцев.[[37]](#footnote-37)

 Типология отелей в Марокко.

В Королевстве Марокко классификация средств размещения осуществляется на основании закона, принятого Парламентом Марокко, от 24 августа 2015 № 80-14 "О туристических учреждениях и других формах размещения туристов".[[38]](#footnote-38)

 Закон включает основные положения, определяющие средства размещения, процесс их классификации и эксплуатации, правила соблюдения гигиены и безопасности, определения и общие положения иных форм размещения, процесс электронной регистрации гостей гостиниц, перечень административных и штрафных санкций за несоблюдение правовых положений.

Основные положения о типах средств размещения представляют интерес не только как административное закрепление градации, характеристик и особенностей того или иного типа размещения. Положения этого документа могут быть применены при создании отеля соответствующего вида, исходя из ожидаемой загрузки, типа клиентов, основных видов туризма в различных регионах страны, а также при маркетинговых исследованиях.

Рассмотрим типы средств размещения в соответствии с указанным законом:

1. Отель представляет собой заведение, состоящее из определенного количества номеров минимальной вместимостью, установленной положением, которое предоставляет арендуемые помещения, меблированные и оборудованные в виде номеров, апартаментов, коттеджей или вилл. В определенных категориях отелей имеются рестораны.

2. Гостиничный клуб - это гостиничный комплекс, который предлагает услуги, связанные с питанием, проживанием и досугом.

3. Отель-резиденция - средство размещения, которое предлагает апартаменты с кухней и посудой для приготовления пищи. Туристская резиденция может представлять собой единую или групповую единицу жилья.

4. Гостевой дом представляет собой коммерческое учреждение в форме виллы или дома, предлагающее размещение в номерах, а также часто предоставляющее ресторан и досуг.

5. Риад - это средство размещения, отличное от других традиционной марокканской архитектурой и декором, предлагающий услуги по проживанию, а также услуги по организации питания и анимации.

6.Касба это гостиничный комплекс, спроектированный как укрепленный дом, крепость, характеризующийся исторической архитектурой и использованием специальных материалов в его строительстве.

7. Лодж представляет собой учреждение уменьшенной способности размещения, установленной постановлением, расположенное в сельской местности и уважающей архитектурный аспект этого региона.

8. Пансион - туристическое общежитие и место для кейтеринга, предназначенное для проживания или проезда гостей.

9. Кемпинг - заведение, расположенное на благоустроенной, огороженной и охраняемой территории, где можно арендовать площадки для расположения палаток, караванов, кемпингов или передвижных домов для отдыха. Также может включать в себя небольшие жилые помещения.[[39]](#footnote-39)

К другим формам размещения туристов относятся бивуаки, проживание в семье и прочее.

  Особый интерес представляют традиционные типы средств размещения - риады и касбы, именно они являются аутентичными гостевыми домами, издревле служащими местами для приюта гостей.

Дословный перевод арабского слова riad - «сад». Слово riad распространяется на все старые дома, имеющие как минимум патио или внутренний двор. Эти старомодные марокканские дома можно найти в мединах, и многие из них стали доступны для посетителей, особенно в Марракеше, Фесе и Эс-Сувейре. Эти традиционные резиденции имеют свой собственный архитектурный дизайн и, как правило, очень хорошо восстановлены либо выстроены заново. Отличительными чертами риадов являются превосходное местоположение, домашний уют и традиционная обстановка. В отличие от проживания в крупном отеле международной сети, пребывание в риаде представляет собой опыт, который позволит постояльцу перенестись в другую эпоху. Можно арендовать отдельные комнаты или целый риад, кроме того большинство риадов предлагают завтрак и ужин, часто имеют баню (хаммам) и небольшой набор дополнительных услуг (трансфер из аэропорта, организация экскурсий и т.д.). Никакая официальная оценка не относится к этому типу жилья, а стандарты, услуги и цены сильно различаются в зависимости от индивидуального риада.

Касба являет собой дом-крепость, отличающийся от риада более укрепленными стенами и большим количеством площадей. Именно в касбах проживали традиционные народности, населяющие Марокко, берберы. Несмотря на то, что касбы не так известны как рияды, они ничуть не уступают в своем стиле. Построенные (или более часто перестраиваемые) в традиционном стиле, со стенами из глины и соломы, они были модернизированы для возможности удовлетворения потребностей современных туристов. Больше всего касб можно найти в горах Высокого Атласа и на юге страны, в районе, известном как «маршрут 1000 касб». В былые времена касбы строились на возвышенности для лучшей защиты и обзора, это делает их впечатляющими местами для отелей. Таким образом, вы можете испытать слияние экзотической гостиницы и традиционной крепости, ощутить уникальное гостеприимство.[[40]](#footnote-40)

#

**Глава 3. Программы развития туризма и перспективы развития гостиничного сектора в Марокко.**

**3.1 Развитие в 2000-2010 г.г. Стратегическая программа "Видение 2010".**

В 2000 году, принимая во внимание важность развития туризма, Правительство Марокко разработало концепцию "Видение 2010". 10 января 2001 года под председательством Его Величества Короля Мохаммеда VI между Правительством и Генеральной конфедерацией марокканских предприятий было подписано соответствующее соглашение.[[41]](#footnote-41) Главной целью проекта было привлечение к 2010 г. 10 млн. иностранных туристов посредством расширения гостиничной сферы, а именно создания дополнительных 160 тыс. койко-мест, из них 130 тыс. мест в курортных гостиницах и 30 тыс. в гостиницах, расположенных в культурных центрах страны. "Видение 2010" включает в себя несколько планов, основным был "Plan Azur", который предусматривает создание новых морских курортов на шести приоритетных участках: Саидия (Беркане), Ликсус (Лараш), Мазаган (Эль-Хаузия, Эль-Джадида), Могадор (Эс-Сувейра), Тагазут (Агадир) и Плаж Бланш (Гельмим). (см. рис. 2). Из шести планируемых курортов предполагалось, что один будет находиться на Средиземноморском побережье (Саидия), остальные - на Атлантическом. В дополнение курортам на побережье, "Видение 2010" предусматривало развитие и обновление гостиничной инфраструктуры в других городах Марокко, среди них: Марракеш, Фес, Касабланка, Шефшауэн, Танжер, Тетуан, Ифран. [[42]](#footnote-42)

Помимо развития гостиничной сферы, "Видение 2010" ставило следующие задачи: развитие транспортного сообщения как внутри страны, так и с другими государствами; подготовка специалистов в области туризма, в том числе индустрии гостеприимства; создание 600 тыс. рабочих мест; привлечение прямых инвестиций и т.д.

Результаты выполнения плана неоднозначны. Главная цель относительно достигнута: в 2010 г. Марокко посетило 9.3 млн. человек, однако результаты "Plan Azur" не оправдали ожиданий, из шести курортов были построены только Саидия и Мазаган. При этом число койко-мест было далеко от планируемого: 4 475 коек и 1 000 коек соответственно по сравнению с целями 16 905 и 3 700 коек в этих курортах. Таким образом, из 130 000 ожидаемых мест в курортных отелях было построено только 5 475. Провалу данного плана послужило несколько факторов. Несмотря на то, что иностранные инвестиции в Plan Azur были привлечены из Бельгии, Голландии, Испании, Южной Африки и США, имелась общая нехватка государственного финансирования для туристических объектов. К тому же в 2008 году произошел экономический кризис, который привел к банкротству многих инвесторов. Помимо этого, на недостаток внешних инвестиций повлияла нехватка подробной информации о рыночных тенденциях в туризме в Марокко, а также бюрократия и сложности на некоторых уровнях управления. [[43]](#footnote-43)

Что касается выполнения плана по увеличению числа средств размещения в других городах, то тут результаты намного лучше. Было построено более 78 тыс. койко-мест по всей стране. Далее более детально сравним количество койко-мест в разных городах Марокко в 2000 г. и в 2010 г. и проанализируем темпы роста. По данным Министерства туризма Марокко можно вывести следующую таблицу:[[44]](#footnote-44)

Таблица 3. Количество мест размещения в населенных пунктах Марокко.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Город | 2000 г. | 2010 г. | Темпы роста |
| Марракеш | 18 696 | 55 355 | 196% |
| Агадир | 21 494 | 29 506 | 37% |
| Касабланка | 7 750 | 13 732 | 77% |
| Танжер | 7 087 | 7 685 | 8% |
| Фес | 3 995 | 7 458 | 86% |
| Уарзазат | 4 730 | 7 674 | 62% |
| Уджда/Саидия | 1 651 | 5 514 | 230% |
| Рабат | 3 861 | 4 965 | 28% |
| Тетуан | 4 293 | 5 017 | 16% |
| Эс-Сувейра | 1 286 | 4 313 | 235% |
| Мекнес | 1 929 | 3 298 | 70% |
| Ифран | 826 | 1 723 | 108% |
| Эль-Джадида/Мазаган | 648 | 2 849 | 339% |
| Общее количество | 95 180 | 174 019 | 82% |

Проанализировав данные, можно заключить, что самое большое количество средств размещения построено в Марракеше, в очередной раз подтверждая лидирующую позицию данного направления в сфере туризма Марокко.

Заметных результатов достиг "Plan Azur" по отелям в рагионах Саидия и Мазаган, прирост в которых составляет 230% и 339% соответственно. В целом по стране темпы роста составили 82%, но несмотря на внушительные числа, заданные показатели не были достигнуты.

В 2010 году Марокко отметило свой успех, привлекая более 10 миллионов туристов и зарегистрировав среднегодовое увеличение на 8,7% в прибытиях по сравнению с 2001 годом. Эти результаты были частью плана «Видение» 2010 года, целью которого было обеспечить ускоренное развитие сектора туризма с тем, чтобы сделать Марокко направлением с международной известностью.

Королевство действительно достигло большей части целей плана «Видение 2010», сектор туризма стал одним из столпов национальной экономики. Прибытие туристов является важным источником иностранной валюты, так в период между 2000 г. и 2010 г. в бюджет Королевства поступил доход от прибытий туристов в размере 440 млрд. дирхамов. Также непосредственно развитие туризма привело к созданию почти 450 000 рабочих мест.[[45]](#footnote-45)

**3.2 «Видение 2020».**

Учитывая многочисленные успехи, был выдвинут еще более амбициозный план «Видение 2020». Этот план направлен на использование географического положения Марокко и его культурного разнообразия. Руководители также хотят извлечь выгоду из прочной инфраструктуры, созданной после «Видение 2010», чтобы использовать все возможности, открывающиеся в будущем.[[46]](#footnote-46)

Главными целями данной программы являются увеличение числа прибытий туристов до 20 млн. чел. и строительство 200 тыс. новых мест в средствах размещения к 2020 г.

По всей стране будет создано 470 000 новых прямых рабочих мест (1 млн. к 2020 году). Ожидается, что доходы от туризма достигнут 140 миллиардов дирхамов в 2020 году. [[47]](#footnote-47)

Для обеспечения диверсификации туристических предложений Марокко «Видение 2020» включает в себя шесть конкретных программ:

1. План "Azur 2020" является продолжением "Plan Azur" и направлен на консолидацию предложения морского туризма в Марокко через развитие интегрированных морских курортов вокруг Агадира и Средиземноморского рифа. [[48]](#footnote-48)

2. Программа «Достояние и наследие» сосредоточена на укреплении материального и нематериального наследия Марокко, главным образом в имперских городах (Марракеш, Фес, Мекнес), а также в Касабланке и Рабате;

 3. Программа «Экотуризм и природа» ориентирована на развитие «зеленых» проектов, главным образом в южных регионах, в горах Высокого Атласа и Уарзазата.

 4. Развлечения, досуг и спорт нацелены на строительство новых тематических парков и баз отдыха;

5. Программа развития инфраструктуры страны в целом для укрепления делового туризма, а также для проведения встреч, конференций и выставок;

6. План «Биляди» направлен на развитие внутреннего туризма.

В связи с высокой концентрацией прибытий туристов на двух основных направлениях (Марракеш, Агадир), было принято разработать карту перспективных туристских территорий. Видение определяет восемь территорий туризма в Марокко: [[49]](#footnote-49) (см. рис.3).

1. Souss Sahara Atlantic (г. Агадир, Тарфая, Гулимин) - это территория, основанная на союзе вечного лета и богатстве внутренних районов.

Курорт Агадир будет укреплять свои позиции посредством некоторых изменений существующего предложения и строительства курортов "нового поколения", включая Beach Blanche (Белый пляж) и нового эко-курорта в Тарфае. Souss Sahara Atlantique станет местом отдыха и развлечений с новыми развлекательными центрами (парки развлечений в Агадире, аквапарк в Гулимине) и интересными мероприятиями. Так же будет уделено внимание внутренним областям данной территории: поддержка сельского туризма в Тарфае, гостиниц в традиционном марокканском стиле, музеев.

2. Maroc Méditerranée (Саидия, Кала Ирис) это новое средиземноморское направление «пляжного отдыха и досуга», богатое своей современной анимацией и уникальное своим расположением.

Будут внесены изменения в организации курорта Саидия путем создания центров досуга международного уровня: спортивные и СПА центры.

Курорт Cala Iris будет перенаправлен на устойчивое развитие и аутентичность (реконструкция рыболовного порта), также здесь планируется проводить спортивные мероприятия.

Во внутренних районах ожидается развитие экотуризма и восстановление культурных памятников ( медина г. Уджда).

3. Марракеш Атлантический. (Эс-Сувейра, Марракеш).

Разработка новых проектов в Марракеше: инвестиции будут в первую очередь ориентированы на укрепление предложения в соответствии с позиционированием территории. В частности, будут созданы новые центры для проведения культурных мероприятий, форумов. Марракеш будет укреплять за собой статус направления, специализирующегося на city-break отдыхе. City-break - популярный вид городского отдыха, длящийся от 2 до 5 дней.

Также будет внедрена политика оптимизации туристического использования городского пространства и водных ресурсов (пересмотр туристических маршрутов, валоризация мест жизни). Кроме этого будет уделено внимание градостроительству в г. Эс-Сувейра и курорте Могадор.

4. Maroc Centre (Фес, Мекнес, Волюблис, Ифран).

Для позиционирования на международном уровне и укрепления с точки зрения направления культурного туризма, в данной территории будет расширяться гостиничная индустрия, представляющая собой средства размещения в традиционном стиле (риады, касбы) в старой части городов Фес и Мекнес. Также будут предприняты меры по модернизации городских районов и восстановления культурного наследия. Что касается Ифрана, то этот город привлекает любителей спорта и экотуризма. Ифран находится в горах и по архитектуре и пейзажам напоминает Швейцарию. Здесь планируется увеличить количество гостиниц путем строительства эко-отелей и глэмпинга (кемпинг с повышенным уровнем комфорта). Кроме этого, ожидается открытие дополнительных СПА и спортивных центров.

5. Cap Nord (Танжер, Шефшауэн, Асила, Лараш, Тетуан).

Развитие инфраструктуры в Танжере для проведения MICE-мероприятий (MICE- область индустрии делового туризма, связанная с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий). Для привлечения туристов на средиземноморское побережье этой территории будут построены отели первоклассного уровня и эко-гостиницы.

6.Centre Atlantique (Рабат, Касабланка, Эль-Джадида).

В этом регионе будут внесены изменения в гостиничную сферу в следующих направлениях: реконструкция имеющихся средств размешения ( для city-break отдыха), строительство новых отелей для делового туризма и курортов, ориентированных на любителей такого вида спорта как гольф ( для MICE- мероприятий) и и расширение курортов, ориентированных на местных жителей( Biladi programme).

7. Grand Sud Atlantique (Дахла).

Данный регион будет позиционироваться как центр экотуризма и спорта. В городе Дахла будут построены эко-отели и бутик - отели, специализирующиеся на спорте. Помимо этого туристическое предложение дополнят спортивная рыбалка, Спа- центры, катание на квадроциклах в пустыне.

8. Atlas & Vallées (Уарзазат, Высокий Атлас, долины).

В соответствии с амбициями и позиционированием территории Atlas & Vallées как региона экотуризма есть необходимость внести некоторые изменения в гостиничную индустрию. В частности, в г. Уарзазат будет построен экокурорт. Также будет осуществлена поддержка развития спортивного туризма.

Для каждой территории был разработан план и цифры, касающиеся прибытий и средств размещения, которые необходимо достичь к 2020 г. Темпы предполагаемого роста отражены в таблице ниже: [[50]](#footnote-50)

Таблица 4. Темпы предполагаемого роста числа прибытий и мест размещения

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Туристская территория | Число прибытий 2010 г. | Число прибытий 2020 г. | Темпы роста | Число койко-мест 2010 г. | Число койко-мест 2020 г. | Темпы роста |
| Cap Nord | 695 000 | 2 777 | 300% | 15 000 | 43 300 | 188% |
| Maroc Mediterranee | 451 000 | 921 | 104% | 9 500 | 27 300 | 187% |
| Centre Atlantique | 2 853 | 3 800 | 33% | 26 800 | 39 300 | 46% |
| Maroc Centre | 1 045 | 2 791 | 167% | 15 600 | 36 300 | 132% |
| Marrakesh Atlantique | 1 985 | 3 688 | 85% | 60 000 | 86 000 | 43% |
| Atlas Vallees | 971 | 1 920 | 97% | 16 000 | 26 600 | 66% |
| Souss Sahara Atlantique | 1 182 | 3 989 | 237% | 34 500 | 109 700 | 217% |
| Grand Sud Atlantique | 18 | 114 | 533% | 600 | 3 800 | 533% |
| Всего по Марокко/Средний темп роста | 9 200 | 20 000 | 194.5% | 178 000 | 372 300 | 176% |

Проанализировав данные, можно прийти к выводу, что самый высокий темп роста ожидается на территории Grand Sud Atlantique - 533 %, как относительно числа прибытий, так и касательно средств размещения. Это вполне ожидаемо, поскольку данный регион обладает высоким потенциалом в сфере экотуризма и спорта. Здесь планируется построить эко-отели, а также бутик-отели, специализирующиеся на спорте. Также высокие показатели у территории Cap Nord, в которую входят такие города как Танжер, Шефшауэн, Асила, Лараш, Тетуан. Это оправдано, поскольку, анализируя результаты "Видения 2010", мы пришли к выводу, что у городов Тетуан и Танжер были самые низкие показатели по приросту количества средств размещения. Очевидно, что необходимо развивать эту территорию, т.к. помимо своего исключительного места расположения (близость к Европе), она обладает огромным культурным богатством (множество музеев, дворцы, гробница Ибн Батуты). Для привлечения большого количества туристов в мединах таких городов как Танжер, Тетуан, Шефшауэн, Асила, Лараш будет увеличено количество риадов. В целом, анализируя данные таблицы можно прийти к выводу, что Королевство Марокко в своей программе "Видение 2020" делает упор на каждый регион, учитывая его туристический потенциал и состояние туристического сектора и отельной базы. Однако, необходимо иметь в виду, что для приведения в жизнь программы по развитию туризма помимо наличия туристического потенциала необходима организация эффективного территориального управления, стабильная экономическая и политическая ситуация как в стране, так и в мире, развитие имиджа региона и т.д. Таким образом, залог успеха госпрограммы не только в предпринятых внутренних переменах, но и в стабильности на политической арене, в мировой экономике, что вносит элемент риска недостижения поставленных целей в полном объёме.

**3.3 Анализ эффективности выполнения программы "Видение 2020" и развития гостиничного сектора в Марокко в настоящее время.**

Кампания «Видение-2010» заложила прочный фундамент развития туризма в Марокко. Она характеризуется сильной международной маркетинговой стратегией и ростом доступности страны как самостоятельного направления.

Марокко приняло решение сделать туризм ключевой частью своей экономики. Действительно, страна смогла отличить себя от своих коллег из региона БВСА, сосредоточившись на культурном туризме, отличающемся высоким качеством. Благодаря планам «Видение 2010» и «Видение 2020» туризм стал двигателем экономического роста в стране. Его вклад в ВВП Марокко составляет 18.5%. Таким образом, туризм обеспечивает постоянный приток дохода в бюджет государства.

Однако наблюдаются низкие темпы роста прибытий туристов в страну. В 2016 г. Марокко посетило порядка 10.3 млн. туристов, что всего лишь на 10% больше, чем в 2010 г. Очевидно, что это не оправдывает ожиданий правительства Марокко, поскольку предполагалось, что уже в 2015 г. страну посетит 13 млн. иностранных туристов. [[51]](#footnote-51)

На сложившуюся ситуацию повлияло множество факторов. Несмотря на стабильность в Марокко, на королевство повлияли международные геополитические события, которые ударили по региону Ближнего Востока и Северной Африки, и усугубили без того непростое положение туризма в арабском мире. Королевство адаптируется к напряженному климату, приняв усиленные меры безопасности для защиты марокканцев и посетителей страны.

Тем не менее, страх и тревога вторглись на европейский континент после нападений на ряд городов, снизив число туристов в 2015 г. почти на 0.8% по сравнению с 2014 г.[[52]](#footnote-52)

Стоит отметить, что незначительный спад в сфере туризма произошел до международных событий в результате ряда факторов, таких как кризис в еврозоне (экономический и политический кризисы, безработица) и снижение потока европейских туристов, активная деятельность конкурентов.[[53]](#footnote-53)

Очевидно, что программа "Видение 2020" не соответствует нынешним реалиям и, скорее всего, ее результаты будут не такими успешными по сравнению с Видением 2010.

Что касается гостиничной сферы, то здесь показатели развития выше по сравнению ежегодным прибытием туристов. С 2010 по 2016 г.г. число койко-мест увеличилось более чем на 68 тыс., другими словами на 40 процентов. Однако необходимо сопоставлять показатели прибытий и мест в средствах размещения, поскольку гостиничная сфера должна расширяться согласно потребностям турсферы, как её компонент, а не самостоятельно. Это означает, что при недостаточном потоке туристов будут снижены показатели рентабельности отелей. Это скажется на доходах отельеров и может привести к банкротству.

Одним из показателей рентабельности гостиниц является уровень их загрузки. На основе статистических данных Министерства туризма Марокко за 2016 год, автором была составлена диаграмма, которая характеризует динамику загрузки отелей Марокко по месяцам.[[54]](#footnote-54)

На основе этих показателей можно сделать вывод, что средняя загрузка за год составляет 40 %, что является относительно низким показателем. Это свидетельствует о достаточном количестве свободных номеров, которые могут быть востребованы при росте туристического потока. И, следовательно, ставит под сомнение необходимость строительства и внедрения в сферу гостиничных услуг новых отелей. Исходя из статистических данных, приведенных на рисунке 1 видно, что наиболее высокий показатель загрузки номерного фонда наблюдается в августе – 55%. Значительный туристический поток, прежде всего внутренний, объясняется тем, что именно в августе устанавливается максимальная температура воздуха, и многие семье выезжают к морю в поисках прохлады и отдыха. На побережье вода также прогревается до максимальных температур. Наиболее низкий показатель загрузки в июне – всего 26 %. Данную ситуацию можно связать с тем, что в 2016 году июнь совпал с месяцем Рамадан - одним из наиболее почитаемых месяцев у мусульман, который требует строго соблюдения поста и необходимости находится дома, а не в поездке или на отдыхе. В течение месяца Рамадан правоверные мусульмане в дневное время отказываются от приёма пищи, питья, курения и интимной близости. Пост начинается с начала рассвета и заканчивается после захода солнца. Во время поста многие учреждения, кафе и транспорт работают неполный день. Улицы пустеют, жители погружены в священный праздник и им не до туристов. Приезжим советуется не употреблять пищу в общественных местах, не курить. Всё это влияет на туристический поток и соответственно загрузку средств размещения. В остальное время, можно сказать, что показатели загрузки не сильно отличаются между собой, немного ниже загрузка в зимнее время года, потому как для это времени характерна не очень теплая погода и дожди, особенно в горных районах страны

Таким образом, развивая гостиничную индустрию Марокко, необходимо приложить усилия для повышения не количества отелей и номеров, а качества гостиничных услуг. Проведённый в данной работе анализ показал, что несмотря на широкий перечень отелей мировых сетей, представленных в Марокко, а также достаточно большое количество отелей с высоким уровнем звёзд, не все они объективно заслуживают высоких оценок клиентов.
 Проанализировав отзывы туристов об различных отелях на таких сайтах как [tripadvisor.com](https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Ftripadvisor.com&cc_key=) и [tonkosti.ru](https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Ftonkosti.ru&cc_key=), мы пришли к следующим выводам: большая часть гостиничных предприятий, не считая недавно построенных, отличается устаревшим номерным фондом, посетители жалуются на плохое состояние мебели, мест общего пользования и сантехники, грязь и сырость в номерах. При этом данная ситуация наблюдается не только в гостиницах экономического класса, но и в отелях более высокого уровня - 4\* и 5\*. Кроме того, туристы отмечают низкий уровень обслуживания: нерегулярные уборки и смена постельного белья и полотенец, некомпетентность персонала. Также за исключением крупных отелей, многие гостиницы испытывают проблемы с горячим водоснабжением, начиная с резкого изменения температуры воды во время принятия водных процедур и заканчивая отсутствием в некоторых гостиницах экономического класса горячей воды как таковой, либо взиманием за горячий душ дополнительной платы. Помимо этого, отмечается отсутствие анимации при отелях типа "all inclusive". Стоить отметить, что данный фактор является одним из важнейших условий при выборе отеля у многих туристов, путешествующих семьями, особенно российских. Также постояльцы недовольны низким уровнем Wi-Fi, сложностями с подключением к интернету в номерах и, как следствие, необходимостью пользоваться интернетом исключительно в холле. Кроме всех вышеперечисленных недостатков, туристы говорят о скудном ассортименте завтраков и питания в целом. [[55]](#footnote-55)

В целях повышения качества и привлечения посетителей следует провести такие мероприятия как ремонт и реставрация гостиничных зданий, обучение персонала европейским стандартам обслуживания, в том числе в части уборки номеров и владения английского, а местами и иных (русского, китайского) языков, повышение уровня технологий, в частности наличие высокоскоростного интернета, расширение ассортимента гостиничных услуг.[[56]](#footnote-56)

Как мы знаем, сейчас идет переориентация Марокко на новые туристские рынки - китайский и российский. Следует анализировать туристический опыт Египта и Турции и учесть их причины их привлекательности для российских туристов в частности. Как мы знаем, одним плюсов отелей данных стран является высокий уровень владения русским языком персоналом. По нашему мнению, для привлечения еще большего потока российских и китайских туристов следует провести обучение части персонала гостиниц русскому и китайскому языкам соответственно.

 Многие специалисты говорят о необходимости переходов отелей Марокко на вид обслуживания "all inclusive" как об одном из условий увеличения потока туристов из РФ. Однако мы полагаем, что несмотря на высокие темпы роста туристического потока российских туристов, показатели их прибытий не являются достаточно большими для перехода отелей на новый вид обслуживания. Известно, что в Агадире в настоящее время 50 % отелей используют данный вид обслуживания, количество данных отелей позволяет принять российских туристов с перспективой увеличения их прибытий.[[57]](#footnote-57)

**Заключение**

Таким образом, первая глава данной работы была посвящена общей характеристике отеля как важнейшего элемента туризма, включая рассмотрение значения отеля для развития туристического сектора, особенностей гостиничных услуг, проведено изучение типологии и классификации отелей и современных тенденций в развитии гостиничной сферы. Вторая глава работы была направлена на рассмотрение туризма Марокко, его состоянии и истории развития, анализ структуры, динамики и особенностей гостиничной индустрии Марокко. В третьей главе были изучены государственные программы развития туризма "Видение 2010" и "Видение 2020" и гостиничного сектора, их достижения, а также был проведен анализ состояния гостиничной сферы на современном уровне и перспективы развития.

На основании изученного материала можно сделать следующие выводы: Марокко обладает огромным туристским потенциалом, который включает в себя богатое культурное наследие, уникальные природные объекты, особым национальным колоритом и уникальным географическим положением. В начале 21 века Марокко добилось больших результатов в сфере туризма, в частности был увеличен туристический поток, улучшена туристская инфраструктура, расширено транспортное сообщение с другими странами, повышен имидж страны. За первые 10 лет 21 века в Марокко было построено большое количество гостиничных предприятий, в 2010 году было зарегистрировано почти 175 тысяч койко-мест, что позволило принять 9.3 млн туристов. Последующие 6 лет гостиничная сфера также имела высокие темпы роста, что привело к увеличению мест в гостиницах до 242 тысяч. Однако, в последние несколько лет наблюдается застой в увеличении туристического потока, что связано с нестабильной политической и экономической ситуацией. Таким образом, в настоящее время наблюдается непропорциональность количества койко-мест числу туристов в Марокко: средняя загрузка койко-мест составляет 40 %, что является низким показателем. Исходя из этого, мы пришли к выводу, что необходимо направить усилия на качество, а не количество отелей. Следует провести множество мер повышения уровня гостиничных предприятий, такие как ремонт отелей, повышение квалификации персонала, внедрение технологий, а именно высокоскоростной интернет. Также для привлечения еще большего количества туристов из Китая и России необходимо провести обучение персонала русскому и китайскому языков.

Благодаря проведению вышеперечисленных мероприятий повысится привлекательность Марокко как туристской дестинации, а также уровень доходов гостиничной сферы, что несомненно, скажется на развитии туризма и экономики Королевства.

**Список использованных источников и литературы**

 **Литература на русском языке**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм : учебник / А.Ю. Александрова . – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2016 – С.6
2. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: Учебник – ­­­­К: ВИРА, 2002. – С. 158
3. Вачнадзе Г.Н. Деловая Марокко: Экономика и связи с Россией в 2004− 09гг./ Г.Н. Вечнадзе − М.: «ПОЛПРЕД Справочники», 2010. С. 92−93
4. Кусков А.С. Гостиничное дело: учеб. пособие. − М.: Дашков и Ко, 2009 − С. 266
5. Мышьякова Н. М. Гостиничное дело: учебник / под ред. д. иск., проф. Н.М. Мышьяковой, к.культ., доц. С.Г. Шкуропат. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – C. 74
6. Сенин B.C., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств: учеб. пособие. − М.: Советский спорт, 2002. − С. 23
7. Черникова Л.И. «Организация гостиничного дела»: Учебник – М.: Кнорус, 2016. – С.3
8. Федоров Р. Г. Гостиничный бизнес как составляющая современной индустрии туризма // Молодой ученый. — 2013. — №4. — С. 307

**Литература на французском языке**

1. Berriane M. La montagne au Maroc. –Paris: Maisonneuve & Larose, 2002. – P. 342
2. Stafford J. Développement et tourisme au Maroc. – Maroc: Divers, 1996.-P. 34

**Источники сети Интернет на русском языке:**

1. Всемирный день туризма: «Миллиард туристов — миллиард возможностей» [Электронный ресурс] // Центр новостей ООН. −URL: [http://www.un.org/russian/news/story.asp?NewsID=24541#.WSg9pmjyhPY/](http://www.un.org/russian/news/story.asp?NewsID=24541%23.WSg9pmjyhPY/) (дата обращения: 15.05.17).
2. Гостиничные сети [Электронный ресурс] // Гостиничный бизнес в России. − URL:  <http://turgostinica.ru/gostinichniy-biznes-i-ego-razvitie-v-sovremennich-us/3-1-gostinichnie-tsepi/vse-stranitsi.html> (дата обращения: 02.04.2017).
3. Инновации в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] // Портал гостиничного бизнеса. − 21.08.2009. − URL: [http://www.hotelline.ru/technology\_article.php?news\_cid=540&news\_id=641/](http://www.hotelline.ru/technology_article.php?news_cid=540&news_id=641/%20) (дата обращения: 15.05.17).
4. Какие тенденции в гостиничном бизнесе ожидаются в 2017 году [Электронный ресурс] // Prohotel: портал про гостиничный бизнес. − 17.02.2017. − URL: <http://prohotel.ru/article-220126/0/> (дата обращения: 02.05.17).
5. Тенденции развития гостиничной индустрии [Электронный ресурс] // Туристический бизнес. − 16.11.2016 − URL: <http://tourfaq.net/hotel-business/tendencii-razvitiya-gostinichnoj-industrii/> (дата обращения: 15.05.17).
6. Эксперт: российский рынок стал приоритетным для марокканского туризма [Электронный ресурс] // РИА новости. − 17.01.2017 − URL: <https://ria.ru/tourism/20170117/1485861800.html/> (дата обращения: 15.05.17).
7. Визы в Марокко отменяют с 13 июня [Электронный ресурс] // Трэвэл-ру. − URL: <http://www.travel.ru/news/2005/06/12/73851.html> (дата обращения: 13.05.17).
8. Отели и гостиницы Марокко [Электронный ресурс] // Трипадвизор Россия. − URL: [https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g293730-Morocco-Hotels.html](https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g293730-Morocco-Hotels.html%20) (дата обращения: 20.05.17).
9. Отзывы туристов о Марокко [Электронный ресурс] // Тонкости туризма. − URL: [https://tonkosti.ru/%D0%9E%D1%82%D0%B7%D1%8B%D0%B2%D1%8B\_%D0%BE\_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BA%D0%BE](https://tonkosti.ru/%D0%9E%D1%82%D0%B7%D1%8B%D0%B2%D1%8B_%D0%BE_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BA%D0%BE%20) (дата обращения: 20.05.17).
10. Марокканский курорт перейдет на систему «все включено» ради россиян [Электронный ресурс] // Лента.Ру. − 15.02.2016. − URL: [https://lenta.ru/news/2016/02/15/agadir/](https://lenta.ru/news/2016/02/15/agadir/%20) (дата обращения: 15.05.17).
11. Технологии обслуживания в гостинице. Повышаем лояльность клиентов [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. − URL: [https://www.kp.ru/guide/obsluzhivanie-v-gostinitsakh.html](https://www.kp.ru/guide/obsluzhivanie-v-gostinitsakh.html%20) (дата обращения: 15.05.17).

**Источники сети Интернет на английском языке:**

1. What is behind China’s love affair with Morocco [Электронный ресурс] // FRONTERA. − 23.03.2017 − URL: <https://fronteranews.com/news/global-macro/whats-behind-chinas-love-affair-with-morocco/> (дата обращения: 24. 05.2017).
2. 10.3 Million Tourists Visited Morocco in 2016 [Электронный ресурс] // Morocco world news. − URL:  [https://www.moroccoworldnews.com/2017/02/208991/10-million-tourists-visited-morocco-in-2016/](https://www.moroccoworldnews.com/2017/02/208991/10-million-tourists-visited-morocco-in-2016/%20%20)  (дата обращения: 22.05.2017).
3. Tips on accommodation [Электронный ресурс] // Frommers. − URL: [http://www.frommers.com/destinations/morocco/tips-on-accommodations](http://www.frommers.com/destinations/morocco/tips-on-accommodations%20) (дата обращения: 13.05.17).
4. Travelling in Morocco - Hotels - what to expect [Электронный ресурс] // Lawrence of Morocco. − URL: [https://www.lawrenceofmorocco.com/holiday-advice/morocco-hotels-star-ratings](https://www.lawrenceofmorocco.com/holiday-advice/morocco-hotels-star-ratings%20) (дата обращения: 13.05.17).
5. Accommodation in Maroc [Электронный ресурс] // Best travel morocco. − URL: [http://besttravelmorocco.com/morocco-practical-travel-info/accommodation-morocco/](http://besttravelmorocco.com/morocco-practical-travel-info/accommodation-morocco/%20) (дата обращения: 13.05.17).
6. Tourism [Электронный ресурс] // Marocma. − URL: <http://www.maroc.ma/en/content/tourism> (дата обращения: 13.05.17).

**Источники сети Интернет на французском языке:**

1. Le Maroc à l’époque du protectorat français (1912-1956) [Электронный ресурс] // Clio. − URL:  [http://www.clio.fr/CHRONOLOGIE/chronologie\_maroc\_le\_maroc\_a\_l\_epoque\_du\_protectorat\_francais\_1912-1956.asp](http://www.clio.fr/CHRONOLOGIE/chronologie_maroc_le_maroc_a_l_epoque_du_protectorat_francais_1912-1956.asp%20%20)  (дата обращения: 02.05.2017).
2. Tourisme et aménagement du territoire au Maroc: quels agencements? [Электронный ресурс] // Téoros. − URL:  [http://teoros.revues.org/1490#tocto2n4](http://teoros.revues.org/1490%23tocto2n4%20) (дата обращения: 12.05.2017).
3. Les stratégies touristiques du secteur privé au Maroc. [Электронный ресурс] // Téoros. − URL:  [http://teoros.revues.org/1521](http://teoros.revues.org/1521%20) (дата обращения: 22.04.2017).
4. Capacité d'hébergement [Электронный ресурс] // Ministry of Tourism of Morocco. − URL:  <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement> (дата обращения: 12.04.2017).
5. Avis du CESE au sujet du projet de loi n°80-14 [Электронный ресурс] − URL: [http://www.ces.ma/Pages/Saisines/2015/S-16-2015-projet-de-loi-80-14-relatif-aux--etablissements-touristiques-et-aux-autres-formes-dhebergement-touristique.aspx](http://www.ces.ma/Pages/Saisines/2015/S-16-2015-projet-de-loi-80-14-relatif-aux--etablissements-touristiques-et-aux-autres-formes-dhebergement-touristique.aspx%20) (дата обращения: 13.04.17).
6. La loi n°80-14 relatif aux établissements touristiques et aux autres formes d’hébergement touristique [Электронный ресурс]. − URL: [http://juristconseil.blogspot.com/2015/09/la-loi-n80-14-relatif-aux.html](http://juristconseil.blogspot.com/2015/09/la-loi-n80-14-relatif-aux.html%20) (дата обращения: 06.05.17). Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT) [Электронный ресурс]. − URL: <https://www.smit.gov.ma/> (дата обращения: 12.04.2017).
7. Plan Azur [Электронный ресурс]. − URL: <https://www.diplomatie.ma/Portals/12/index_test/localhost/diploslack/11.html> (дата обращения: 03.05.17).
8. Stratégie du secteur du tourisme: la Vision 2020 [Электронный ресурс]. − URL: <https://www.portailsudmaroc.com/actualite/vision-2020-maroc> (дата обращения: 10.04.17).
9. Vision 2020: 8 territoires touristiques [Электронный ресурс]. − URL: <http://maghribya.over-blog.com/2014/01/le-maroc-d%C3%A9coup%C3%A9-en-8-territoires-touristiques.html> (дата обращения: 12.04.17).
10. Pourquoi l'activité touristique au Maroc ne décolle pas  [Электронный ресурс] // Huffpost Maroc. − URL: <http://www.huffpostmaghreb.com/2016/08/14/tourisme-maroc_n_11504414.html> (дата обращения 03.05.17).
11. Tourisme : les grands défis qui attendent l’équipe de Sajid [Электронный ресурс] // Telquel. − URL: [http://telquel.ma/2017/04/17/tourisme-les-grands-defis-attendent-lequipe-sajid\_1543567](http://telquel.ma/2017/04/17/tourisme-les-grands-defis-attendent-lequipe-sajid_1543567%20) (дата обращения: 12.05.17).
12. Baromètres de l’activité touristique [Электронный ресурс] //observatoire du tourisme Maroc. − URL:  [http://www.observatoiredutourisme.ma/barometres-de-lactivite-touristique-2/](http://www.observatoiredutourisme.ma/barometres-de-lactivite-touristique-2/%20%20)  (дата обращения: 01.05.2017).
13. Bilan mitigé de la Vision 2010 dressé par l’Association nationale des investisseurs touristiques [Электронный ресурс] // La vie eco. − URL:  <http://lavieeco.com/news/economie/bilan-mitige-de-la-vision-2010-dresse-par-lassociation-nationale-des-investisseurs-touristiques-22394.html> (дата обращения: 12.05.17).
14. Le tourisme au Maroc [Электронный ресурс] // Le site de la Géographie touristique en France et dans le Monde. − URL:  [http://www.geotourweb.com/nouvelle\_page\_215.html](http://www.geotourweb.com/nouvelle_page_215.html%20) (дата обращения: 12.05.17).

**Источники сети Интернет на арабском языке:**

1. Главные туристические достопримечательности в Марокко [Электронный ресурс] // Аль-Мирсал. − URL: <http://www.almrsal.com/post/220354> (дата обращения: 13.05.17).
2. Статистика прибытий туристов [Электронный ресурс] // Министерство туризма Марокко. − URL: <http://www.tourisme.gov.ma/ar/node/2976/> (дата обращения: 20.05.17).
3. Видение 2010: Марокко ожидает 10 млн. туристов [Электронный ресурс] // Хисбрес. − URL: [http://www.hespress.com/societe/5487.html](http://www.hespress.com/societe/5487.html%20) (дата обращения: 10.05.17).
4. Необходимость развития туризма в Марокко [Электронный ресурс] // Танмийа. − URL: <http://www.tanmia.ma/2012-09-26-11-10-41/> (дата обращения: 15.05.17).
5. Марокко разрабатывает новое "Видение" [Электронный ресурс] // Иляф. − URL: <http://elaph.com/Web/Economics/2010/3/547892.html> (дата обращения: 20.05.17).
6. Туризм. Возможности инвестирования [Электронный ресурс] Ал‑Уикала Ал‑Магрибийя //. − URL: <http://www.invest.gov.ma/?Id=26&lang=ar&RefCat=4&Ref=147> (дата обращения: 05.05.17).
7. Торговля и дистрибуция [Электронный ресурс] Агенство инвестиций Марокко //. − URL: <http://www.invest.gov.ma/?Id=34519&lang=ar&RefCat=8&Ref=152> (дата обращения: 05.05.17).

#

**Приложения**



**Рис.1:** Карта Королевства Марокко

Источник: Марокко. Обзорная карта [Электронный ресурс]. − URL:  [http://planb.ua/sites/default/files/karta2.gif](http://planb.ua/sites/default/files/karta2.gif%20%20%20)  (дата обращения: 15.05.2017).



**Рис.2:** Карта развития курортов в соответствие с планом "Азур"

Источник: План "Азур". Обзорная карта [Электронный ресурс]. − URL:  [http://telquel.ma/2013/11/28/tourisme-le-plan-azur-bat-de-laile\_9753](http://telquel.ma/2013/11/28/tourisme-le-plan-azur-bat-de-laile_9753%20) (дата обращения: 15.05.2017).



**Рис.3:** Карта туристических территорий Марокко согласно программе "Видение 2020"

Источник: Туристические территории Марокко. Обзорная карта [Электронный ресурс]. − URL:  [http://www.leconomiste.com/article/981447-tourisme-les-operateurs-se-mobilisent](http://www.leconomiste.com/article/981447-tourisme-les-operateurs-se-mobilisent%20) (дата обращения: 15.05.2017).

1. Александрова А.Ю. Международный туризм : учебник / А.Ю. Александрова . – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2016 –С.6 [↑](#footnote-ref-1)
2. Новиков В.С. Инновации в туризме. − М.: ИЦ "Академия", 2007. − 208 с [↑](#footnote-ref-2)
3. Всемирный день туризма: «Миллиард туристов — миллиард возможностей» [Электронный ресурс] // Центр новостей ООН. −URL: http://www.un.org/russian/news/story.asp?NewsID=24541#.WSg9pmjyhPY/ (дата обращения: 15.05.17). [↑](#footnote-ref-3)
4. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill Stephen. Tourism principle and practice. − Harlow, England: Prentice Hall, 2008 [↑](#footnote-ref-4)
5. Федоров Р. Г. Гостиничный бизнес как составляющая современной индустрии туризма // Молодой ученый. — 2013. — №4. — С. 307 [↑](#footnote-ref-5)
6. Кусков А.С. Гостиничное дело: учеб. пособие. − М.: Дашков и Ко, 2009 − С. 266 [↑](#footnote-ref-6)
7. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: Учебник – ­­­­К: ВИРА– Р, 2002. –С. 158 [↑](#footnote-ref-7)
8. #  Сенин B.C., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств: учеб. пособие. − М.: Советский спорт, 2002. − С. 23

 [↑](#footnote-ref-8)
9. Л.И.Черникова «Организация гостиничного дела» М., Кнорус 2016, С.3 [↑](#footnote-ref-9)
10. Гостиничное дело: учебник / под ред. д. иск., проф. Н.М. Мышьяковой, к.культ., доц. С.Г. Шкуропат. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – C. 74 [↑](#footnote-ref-10)
11. Гостиничные сети [Электронный ресурс] // Гостиничный бизнес в России. − URL:  <http://turgostinica.ru/gostinichniy-biznes-i-ego-razvitie-v-sovremennich-us/3-1-gostinichnie-tsepi/vse-stranitsi.html> (дата обращения: 02.04.2017). [↑](#footnote-ref-11)
12. Инновации в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] // Портал гостиничного бизнеса. − 21.08.2009. − URL: [http://www.hotelline.ru/technology\_article.php?news\_cid=540&news\_id=641/](http://www.hotelline.ru/technology_article.php?news_cid=540&news_id=641/%20) (дата обращения: 15.05.17). [↑](#footnote-ref-12)
13. Тенденции развития гостиничной индустрии [Электронный ресурс] // Туристический бизнес. − 16.11.2016 − URL:[http://tourfaq.net/hotel-business/tendencii-razvitiya-gostinichnoj-industrii/](http://tourfaq.net/hotel-business/tendencii-razvitiya-gostinichnoj-industrii/%20) (дата обращения: 15.05.17). [↑](#footnote-ref-13)
14. Какие тенденции в гостиничном бизнесе ожидаются в 2017 году [Электронный ресурс] // Prohotel: портал про гостиничный бизнес. − 17.02.2017. − URL: [http://prohotel.ru/article-220126/0/](http://prohotel.ru/article-220126/0/%20) (дата обращения: 02.05.17). [↑](#footnote-ref-14)
15. Технологии обслуживания в гостинице. Повышаем лояльность клиентов [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. − URL: https://www.kp.ru/guide/obsluzhivanie-v-gostinitsakh.html (дата обращения: 15.05.17). [↑](#footnote-ref-15)
16. Ахамму маалим ас-сийаха фильмагриб [Электронный ресурс] // Аль-Мирсал. − URL: http://www.almrsal.com/post/220354 (дата обращения: 13.05.17). [↑](#footnote-ref-16)
17. Вачнадзе Г.Н. Деловая Марокко: Экономика и связи с Россией в 2004− 09гг./ Г.Н. Вечнадзе − М.: «ПОЛПРЕД Справочники», 2010. С. 92−93 [↑](#footnote-ref-17)
18. Le Maroc à l’époque du protectorat français (1912-1956) [Электронный ресурс] // Clio. − URL:  [http://www.clio.fr/CHRONOLOGIE/chronologie\_maroc\_le\_maroc\_a\_l\_epoque\_du\_protectorat\_francais\_1912-1956.asp](http://www.clio.fr/CHRONOLOGIE/chronologie_maroc_le_maroc_a_l_epoque_du_protectorat_francais_1912-1956.asp%20%20)  (дата обращения: 02.05.2017). [↑](#footnote-ref-18)
19. 10.3 Million Tourists Visited Morocco in 2016 [Электронный ресурс] // Morocco world news. − URL:  [https://www.moroccoworldnews.com/2017/02/208991/10-million-tourists-visited-morocco-in-2016/](https://www.moroccoworldnews.com/2017/02/208991/10-million-tourists-visited-morocco-in-2016/%20%20)  (дата обращения: 22.05.2017). [↑](#footnote-ref-19)
20. Татаввур адад аль-вафидина мин ас-сийах бимаракиз аль-худуд хасаба накт аль-абур [Электронный ресурс] // Министерство туризма Марокко. − URL: http://www.tourisme.gov.ma/ar/node/2976/ (дата обращения: 20.05.17). [↑](#footnote-ref-20)
21. Визы в Марокко отменяют с 13 июня [Электронный ресурс] // Трэвэл-ру. − URL: http://www.travel.ru/news/2005/06/12/73851.html (дата обращения: 13.05.17). [↑](#footnote-ref-21)
22. What is behind China’s love affair with Morocco [Электронный ресурс] // FRONTERA. − 23.03.2017 − URL: https://fronteranews.com/news/global-macro/whats-behind-chinas-love-affair-with-morocco/ (дата обращения: 24. 05.2017). [↑](#footnote-ref-22)
23. Эксперт: российский рынок стал приоритетным для марокканского туризма [Электронный ресурс] // РИА новости. − 17.01.2017 − URL: https://ria.ru/tourism/20170117/1485861800.html/ (дата обращения: 15.05.17). [↑](#footnote-ref-23)
24. Марокканский курорт перейдет на систему «все включено» ради россиян [Электронный ресурс] // Лента.Ру. − 15.02.2016. − URL: <https://lenta.ru/news/2016/02/15/agadir/> (дата обращения: 15.05.17). [↑](#footnote-ref-24)
25. Tourism [Электронный ресурс] // Marocma. − URL: http://www.maroc.ma/en/content/tourism (дата обращения: 13.05.17). [↑](#footnote-ref-25)
26. Berriane M. La montagne au Maroc. –Paris: Maisonneuve & Larose, 2002. – P. 342 [↑](#footnote-ref-26)
27. ###  Stafford J. Développement et tourisme au Maroc. – Maroc: Divers, 1996.-P. 34

 [↑](#footnote-ref-27)
28. Tourisme et aménagement du territoire au Maroc: quels agencements? [Электронный ресурс] // Téoros. − URL:  <http://teoros.revues.org/1490#tocto2n4> (дата обращения: 12.05.2017). [↑](#footnote-ref-28)
29. Les stratégies touristiques du secteur privé au Maroc. [Электронный ресурс] // Téoros. − URL:  [http://teoros.revues.org/1521](http://teoros.revues.org/1490#tocto2n4) (дата обращения: 22.04.2017). [↑](#footnote-ref-29)
30. Le tourisme au Maroc [Электронный ресурс] // Le site de la Géographie touristique en France et dans le Monde. − URL:  http://www.geotourweb.com/nouvelle\_page\_215.html (дата обращения: 12.05.17). [↑](#footnote-ref-30)
31. Les stratégies touristiques du secteur privé au Maroc. [Электронный ресурс] // Téoros. − URL:  [http://teoros.revues.org/1521](http://teoros.revues.org/1490#tocto2n4) (дата обращения: 22.04.2017). [↑](#footnote-ref-31)
32. Capacité d'hébergement [Электронный ресурс] // Ministry of Tourism of Morocco. − URL:  <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement> (дата обращения: 12.04.2017). [↑](#footnote-ref-32)
33. Capacité d'hébergement [Электронный ресурс] // Ministry of Tourism of Morocco. − URL:  [http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement](http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement%20) (дата обращения: 22.04.2017). [↑](#footnote-ref-33)
34. Capacité d'hébergement [Электронный ресурс] // Ministry of Tourism of Morocco. − URL:  [http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement](http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement%20) (дата обращения: 12.05.2017). [↑](#footnote-ref-34)
35. DK Eyewitness Travel Guide: Morocco. − Hachette Tourisme, 2016. [↑](#footnote-ref-35)
36. Tips on accommodation [Электронный ресурс] // Frommers. − URL: http://www.frommers.com/destinations/morocco/tips-on-accommodations (дата обращения: 13.05.17). [↑](#footnote-ref-36)
37. Travelling in Morocco - Hotels - what to expect [Электронный ресурс] // Lawrence of Morocco. − URL: https://www.lawrenceofmorocco.com/holiday-advice/morocco-hotels-star-ratings (дата обращения: 13.05.17). [↑](#footnote-ref-37)
38. Avis du CESE au sujet du projet de loi n°80-14 [Электронный ресурс] − URL: http://www.ces.ma/Pages/Saisines/2015/S-16-2015-projet-de-loi-80-14-relatif-aux--etablissements-touristiques-et-aux-autres-formes-dhebergement-touristique.aspx (дата обращения: 13.04.17). [↑](#footnote-ref-38)
39. La loi n°80-14 relatif aux établissements touristiques et aux autres formes d’hébergement touristique [Электронный ресурс]. − URL: http://juristconseil.blogspot.com/2015/09/la-loi-n80-14-relatif-aux.html (дата обращения: 06.05.17). [↑](#footnote-ref-39)
40. Accommodation in Maroc[Электронный ресурс] // Best travel morocco. − URL: http://besttravelmorocco.com/morocco-practical-travel-info/accommodation-morocco/ (дата обращения: 13.05.17). [↑](#footnote-ref-40)
41. Нубуат Аль-Магриб нахва аль-ашра малайин саих [Электронный ресурс] // Хисбрес. − URL: http://www.hespress.com/societe/5487.html (дата обращения: 10.05.17). [↑](#footnote-ref-41)
42. Le tourisme au Maroc [Электронный ресурс] // Le site de la Géographie touristique en France et dans le Monde. − URL:  http://www.geotourweb.com/nouvelle\_page\_215.html (дата обращения: 12.05.17). [↑](#footnote-ref-42)
43. Авлявийа аль-кытаи ас-сийахи бильмагриб [Электронный ресурс] // Танмийа. − URL: <http://www.tanmia.ma/2012-09-26-11-10-41/> (дата обращения: 15.05.17). [↑](#footnote-ref-43)
44. Arrivées des touristes [Электронный ресурс] // Ministry of Tourism of Morocco. − URL:  [http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement](http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement%20) (дата обращения: 22.04.2017). [↑](#footnote-ref-44)
45. Bilan mitigé de la Vision 2010 dressé par l’Association nationale des investisseurs touristiques [Электронный ресурс] // La vie eco. − URL:  <http://lavieeco.com/news/economie/bilan-mitige-de-la-vision-2010-dresse-par-lassociation-nationale-des-investisseurs-touristiques-22394.html> (дата обращения: 12.05.17). [↑](#footnote-ref-45)
46. Аль-Магриб йаблявару руа сийаха мустакбилийа фи уфк 2020 [Электронный ресурс] // Иляф. − URL: http://elaph.com/Web/Economics/2010/3/547892.html (дата обращения: 20.05.17). [↑](#footnote-ref-46)
47. Торговля и дистрибуция [Электронный ресурс] Агенство инвестиций Марокко //. − URL: <http://www.invest.gov.ma/?Id=34519&lang=ar&RefCat=8&Ref=152> (дата обращения: 05.05.17). [↑](#footnote-ref-47)
48. Plan Azur [Электронный ресурс]. − URL: https://www.diplomatie.ma/Portals/12/index\_test/localhost/diploslack/11.html (дата обращения: 03.05.17). [↑](#footnote-ref-48)
49. Stratégie du secteur du tourisme: la Vision 2020 [Электронный ресурс]. − URL: https://www.portailsudmaroc.com/actualite/vision-2020-maroc (дата обращения: 10.04.17). [↑](#footnote-ref-49)
50. Vision 2020: 8 territoires touristiques [Электронный ресурс]. − URL: http://maghribya.over-blog.com/2014/01/le-maroc-d%C3%A9coup%C3%A9-en-8-territoires-touristiques.html (дата обращения: 12.04.17). [↑](#footnote-ref-50)
51. 10.3 Million Tourists Visited Morocco in 2016 [Электронный ресурс] // Morocco world news. − URL:  [https://www.moroccoworldnews.com/2017/02/208991/10-million-tourists-visited-morocco-in-2016/](https://www.moroccoworldnews.com/2017/02/208991/10-million-tourists-visited-morocco-in-2016/%20%20)  (дата обращения: 22.05.2017). [↑](#footnote-ref-51)
52. Pourquoi l'activité touristique au Maroc ne décolle pas  [Электронный ресурс] // Huffpost Maroc. − URL: http://www.huffpostmaghreb.com/2016/08/14/tourisme-maroc\_n\_11504414.html (дата обращения 03.05.17). [↑](#footnote-ref-52)
53. #  Tourisme : les grands défis qui attendent l’équipe de Sajid [Электронный ресурс] // Telquel. − URL: http://telquel.ma/2017/04/17/tourisme-les-grands-defis-attendent-lequipe-sajid\_1543567 (дата обращения: 12.05.17).

 [↑](#footnote-ref-53)
54. Capacité d'hébergement [Электронный ресурс] // Ministry of Tourism of Morocco. − URL:  <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement> (дата обращения: 12.04.2017). [↑](#footnote-ref-54)
55. Отели и гостиницы Марокко [Электронный ресурс] // Трипадвизор Россия. − URL: https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g293730-Morocco-Hotels.html (дата обращения: 20.05.17). [↑](#footnote-ref-55)
56. Отзывы туристов о Марокко [Электронный ресурс] // Тонкости туризма. − URL: [https://tonkosti.ru/%D0%9E%D1%82%D0%B7%D1%8B%D0%B2%D1%8B\_%D0%BE\_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BA%D0%BE](https://tonkosti.ru/%D0%9E%D1%82%D0%B7%D1%8B%D0%B2%D1%8B_%D0%BE_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BA%D0%BE%20) (дата обращения: 20.05.17). [↑](#footnote-ref-56)
57. Марокканский курорт перейдет на систему «все включено» ради россиян [Электронный ресурс] // Лента.Ру. − 15.02.2016. − URL: <https://lenta.ru/news/2016/02/15/agadir/> (дата обращения: 04.05.17). [↑](#footnote-ref-57)