ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЧЕКАЛЕВА МАРИЯ АНДРЕЕВНА

 ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА НА ТЕМУ:

***АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ИОРДАНИИ, ЕГИПТА И ИЗРАИЛЯ***

Образовательная программа «Востоковедение и африканистика»

 Направление «Востоковедение и африканистика»

 Профиль: «Экономика и международные экономические отношения стран Азии и Африки»

Научный руководитель: *доц*., *к.ф.н.,* Мокрушина А.А.

 Рецензент: *доц.*, *к.и.н*. Жигульская Д.В.

Санкт-Петербург

2018

**Оглавление**

[Введение 3](#_Toc514710930)

[1. Анализ туристического потенциала Иордании 6](#_Toc514710931)

[1.1 Понятие сферы услуг и туристического сектора 6](#_Toc514710932)

[1.2 Характеристика туристического сектора Иордании и его особенности 13](#_Toc514710933)

[1.3 Основные проблемы затрагивающие туристический сектор Иордании и пути их решения 21](#_Toc514710934)

[2.Анализ туристического потенциала Египта 27](#_Toc514710935)

[2.1. Характеристика туристического сектора Египта и его особенности 27](#_Toc514710936)

[2.2 Основные проблемы затрагивающие туристический сектор Египта и пути их решения 38](#_Toc514710937)

[3. Анализ туристического потенциала Израиля 44](#_Toc514710938)

[3.1 Характеристика туристического сектора Египта и его особенности 44](#_Toc514710939)

[3.2 Основные проблемы затрагивающие туристический сектор Израиля и пути их решения 52](#_Toc514710940)

[Заключение 59](#_Toc514710941)

[Список использованной литературы 62](#_Toc514710942)

[Приложение 1. Устройство туризма 69](#_Toc514710943)

[Приложение 2. Вклад туристического сектора в ВВП страны 70](#_Toc514710944)

# Введение

Туризм является одним из важнейших факторов, оказывающих влияние на развитие экономики страны, ведь именно благодаря ему государства получают большую часть доходов, а местное население рабочие места. Способность национальной экономики извлекать максимальную выгоду и полностью использовать потенциал туристического кластера зависит от наличия инвестиций, которые государство готово вкладывать в развитие необходимой инфраструктуры, а также способности удовлетворять потребности потребителей. В 21 веке именно туристический кластер стал ведущей отраслью мировой экономики, занимающей по доходам третье место среди самых крупных экспортных отраслей мирового хозяйства, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. В настоящее время сфера туризма в большей или меньшей степени оказывает влияние на жизнь местного населения любой страны, его материальные и духовные составляющие, а также систему ценностей и манеру поведения. Именно этот кластер включает в себя не только размещение, но и транспортные услуги, связь, индустрию питания, развлечений и др., эта отрасль влияет на каждый континент, страну и город. Развитость туризма напрямую влияет на все смежные обслуживающие сектора, а также оказывает большое влияние на местную экономику, стимулируя экспортных локальных продуктов и услуг.

При написании данной работы, мы поставили перед собой достижение следующей цели: дать комплексную и полную характеристику туристического сектора трех стран, а именно: Иордании, Египта и Израиля, обозначить его роль, а также изучить специфику и перспективы развития данной отрасли в каждой из названных стран. Мы неслучайно выбрали именно эти три государства Ближнего Востока. Каждое из них имеет богатую культуру, берущую свое начало в древности и имеющую свои отличительные черты и оригинальность. Кроме того, все эти страны омываются водами Красного моря, рекреационный потенциал которого позволяет им предоставлять туристические услуги круглый год. Более того, в двадцать первом веке все большую популярность у туристов набирают экзотические и еще не слишком известные направления, которыми, в свою очередь и являются страны Ближнего Востока. Актуальность исследования заключается еще и в том, что туризм является неотъемлемой частью современного общества, именно благодаря нему становится возможно разрешить ряд международных проблем. Он помогает изучить, понять и принять различные менталитеты стран, их культуру и традиции, и тем самым способствует улучшению отношений между государствами мира. Кроме того, именно туристический сектор является катализатором социально-экономического развития, оказывая влияние на развитие самых ключевых отраслей экономики, таких как транспорт, сельское хозяйство, связь, торговля и производство товаров народного потребления.

Достижение поставленной цели обусловило необходимость постановки и решения комплекса взаимосвязанных задач, без изучения которых невозможно провести анализ туристического кластера:

1. Изучение понятия сферы услуг, а в особенности туризма, его устройства и компонентов, которые задействованы в этой системе;
2. Исследование научной и публицистической литературы по данной теме;
3. Изучение особенностей развития и специфики туристического сектора Иордании, Египта и Израиля, а также его значение и влияние на экономику государств.

Для осуществление поставленных задач мы использовали информацию, полученную в результате полевых исследований, а также богатый по своему содержанию материал предоставленный Министерствами Туризма трех стран, а также различные статьи, публикации и отчеты, связанные с туристическим сектором. Кроме того, мы опирались и на работы российских исследователей сферы услуг и туристического сектора для того, чтобы полностью изучить все их особенности и дать их полную характеристику. Например, Разомасова Е.А. в своей работе «Сфера услуг: теория, состояние и развитие» рассматривает понятия, сущность и классификацию услуг, анализирует положение отрасли в современном мире, ее вклад в уровень жизни населения страны. Она также делает акцент на том, что именно сфера услуг является гиперотраслью современной экономики любой страны. Кроме того, мы опирались на статью «Роль туризма в экономике Египта» Балашовой О.А., в которой автор рассматривает все факторы развития данной отрасли, дает оценку экономических последствий туризма на макроэкономическом уровне. Более того, при написании данной работы мы использовали работу Максимильана Беннера «Модернизация туристического кластера: Эйлат», которая помогла нам четко понять особенности развития данного курорта, структуру его туристического потенциала, а также разобраться с тем, какие методы и шаги должны предпринимать власти Израиля для того, чтобы повысить конкурентоспособность города в долгосрочной перспективе и вывести его на уровень международного туристического направления. Необходимо отметить, что мы использовали различные данные интернет ресурса на арабском языке, благодаря которым смогли дать полную и точную оценку динамики притока и оттока туристов в каждую из трех стран, а также причины таких скачков. Из статьи доктора Омара Шедифата и Мусы Мохсен «Туризм в Иордании» мы смогли понять принципы ведения туристической деятельности со стороны государства, а также проблемы и трудности, которые мешают полноценному развитию потенциала страны. В своей статье «Новые территории туризма в Египте: локально-глобальная граница?» Вигнал Л. рассматривает экономическую либерализацию Египта, как первый толчок для развития массового туризма, который, в свою очередь изменил экономику страны. Благодаря этой информации мы смогли более точно понять все преимущества туристического кластера, а также препятствия, с которыми он сталкивается и которые не дают раскрыть полный потенциал Иордании, Египта и Израиля, а также проанализировать проблемы, с которыми сталкивается туристический сектор трех упомянутых ваше стран и дать свой прогноз по вопросу его дальнейшего развития.

# Анализ туристического потенциала Иордании

## 1.1 Понятие сферы услуг и туристического сектора

Сфера услуг занимает лидирующую позицию среди основных направлений развития современной экономики. Такая ситуация наблюдается не только в странах с развитой рыночной экономикой, но и в государствах с экономикой переходного типа, лишь недавно вставшими на путь рыночных реформ. Кроме того, в настоящее время страна не может быть причислена к развитым странам мира, если в ее сфере услуг создается меньше 60% ВНП.[[1]](#footnote-1) По данным МВФ все виды услуг составляют на начало XXI в. примерно 1500 млрд. долларов (около 70% стоимости всего результата мирового производства). А международная торговля услугами является одним из наиболее динамично растущих секторов мирового хозяйства. Также многие отрасли по производству услуг приобрели ключевое значение для функционирования экономики в долговременном плане, стали «локомотивами» научно-технического и социально-экономического развития страны. [[2]](#footnote-2) Именно поэтому сложно представить развитое экономическое общество без самостоятельной, экономически развитой системы, являющей собой хозяйственный механизм совокупности отраслей национальной экономики, специализирующихся на предоставлении разнообразных услуг. Совокупность всего этого и есть сфера услуг.

В настоящее время можно найти множество определений услуг, а интерес к этой сфере продолжает с каждым годом расти все больше и больше. Многие отечественные и зарубежные исследователи занимались изучением данного вопроса, однако большинство из них рассматривают само понятие услуга, как что-то чему присущи определенные характеристики или свойства, изменяющиеся в зависимости от вида деятельности.

Так, по мнению Г. Асселя: «Услуги в отличие от товаров неосязаемы. Услуги производятся людьми, а товары — машинами.[[3]](#footnote-3) Развитие науки и техники способствовало созданию различных роботизированных комплексов, производящих обслуживание и без присутствия человека. Ряд специалистов, обсуждая какой термин («товар» или «продукт») более уместен, признают, что «... термин «продукт» включает и свою неосязаемую составную часть, например, услугу» [[4]](#footnote-4)

Ф. Котлер приводит следующее определение понятия «услуга»: «Услуга — любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой; неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо. Ее предоставление может быть связано с материальным продуктом».

Нужно отметить, что все виды деятельности, которые понимаются под «услугами», многочисленны и разнообразны, так же как и объекты, на которые направлены эти действия. По нашему мнению, одно из самых точных определений, которым мы будем оперировать в дальнейшем, предложил Ж. А. Романович. По его мнению: услуга - это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя (заказчика), а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности человека. Услуга — это деятельность по удовлетворению нужд и потребностей людей [[5]](#footnote-5).

Также понятие “услуга” имеет ряд характерных черт, а именно:

1. ***Неосязаемость.*** Не позволяет потребителю заранее осмотреть, попробовать, определить ценность и полезность услуги для себя, что вынуждает его довериться профессионализму производителя.
2. ***Неразрывность производства с потреблением***связывает производителя и потребителя услуг взаимным сотрудничеством. Именно эта черта влияет на качество производства услуг в ту или иную сторону. Необходимо отметить, что достаточно трудно определить категорию качества для сферы услуг, ведь когда речь идет о человеческом участии, гарантировать его невозможно.
3. **Невозможность накопления и хранения**, что приводит к необходимости прогнозирования потребительского спроса на услугу, а также составления системы ценообразования.
4. **Эксклюзивность**, которая возникает в результате качественно выполненной работы профессионала или узкого специалиста, оказывающего услугу. В конечном итоге ее становится невозможно заменить.[[6]](#footnote-6)
5. ***Неотделимость***, - означает, что услуга может быть оказана лишь, когда поступает заказ или появляется клиент. Например, экскурсия по музею. Услугой будет считаться рассказ экскурсовода. Без присутствия экскурсантов (потребителей услуги) экскурсовод предоставить услугу не может.
6. ***Отсутствие владения*** – потребитель, как правило, использует услугу лишь на протяжении определенного периода времени. Например, если человек покупает товар, такой, как холодильник, машину и пр., возможности их использования не ограничены. Однако услуги не являются чьей-либо собственностью, именно поэтому используются различные методы, для укрепления имиджа и привлекательности марки, такие как: предоставление скидок или абонементов.[[7]](#footnote-7)

Исторически каждый вид услуг рассматривался отдельно, как особая сфера деятельности с присущими только ей особенностями. Сама же сфера услуг представлялась, как совокупность этих многих видов деятельности. Однако можно выделить несколько наиболее точных определений сферы услуг, а именно: сфера услуг – это совокупность отраслей экономики, предоставляющих услуги населению. В сферу услуг принято включать культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание, пассажирский транспорт и связь, рекреационные услуги, общественное питание.[[8]](#footnote-8) Сфера услуг представляет собой совокупность отраслей хозяйства и видов деятельности, предназначенных для производства и реализации услуг населения. Она непосредственно связана с воспроизводством человеческой жизни и способствует созданию благоприятных условий развития и размещения производительных сил отдельных регионов.[[9]](#footnote-9) Примером могут служить нематериальные услуги, которые удовлетворяют духовные потребности индивидуума: консультирование, образование и т.д.

Нужно заметить, что еще несколько веков назад общества, ставшие на путь капитализации своего хозяйства, начинают осознавать важность сферы услуг, а именно звено «производитель услуг- потребитель». Особенно четко это отражалось на путешествиях, ведь чем больше увеличивалось число странствующих, тем сильнее ощущалась потребность в развитии гостиниц, кафе и ресторанов. Конечно, изначально все, кто предоставлял услуги, вели себя согласно традициям или же религиозным представлениям и сложившимся обычаям, однако постепенно в отношениях межу производителем и потребителем стали складываться и преобладать правовые стереотипы и нормы, предписываемые государством. В середине 20 века в развитии сферы услуг произошел переломный момент, благодаря которому сформировалась индустриальная культура. Теперь перед производством чего-либо необходимо было провести ряд исследований, а также нанять высококвалифицированных кадров и научных работников.[[10]](#footnote-10) Кроме того, услуги стали тесно переплетаться с новыми технологиями промышленного производства, которые, в свою очередь, стали неотъемлемой частью повседневной жизни людей.

Необходимо отметить, что особенно стремительно развивается индустрия туризма, что вызывает огромный интерес у людей, занимающихся менеджментом, ведь именно его высокие темпы развития, а, следовательно, и огромные доходы от него, активно влияют на различные сектора экономики.

Безусловно, очевидно, что туризм оказывает позитивное воздействие на экономический уровень развития многих государств. Более того, этот сектор сферы услуг достаточно разнообразен, что позволяет почти любой стране сформировать конкурентоспособное предложение на этом рынке. Также путешествия способны принести огромное количество впечатлений, ради которых живет большинство людей, и именно поэтому наблюдается устойчивый рост спроса на них.

Дать определение понятию «туризм» довольно непросто, ведь это отрасль, состоящая из множества различных компонентов, общим в которых является то, что все они направлены на предоставление продуктов и услуг туристам. Общепризнанным определением принято считать трактовку Всемирной туристской организации: Туризм подразумевает путешествия людей, а также их пребывание в новых и непривычных для них местах за пределами своего дома в течение не более одного года в целях работы, отдыха или других целей. [[11]](#footnote-11)

В данном определении важное значение имеет слово «пребывание», ведь оно предполагает, что туристы остаются за пределами своего дома в течение как минимум одной ночи. Конечно, нужно заметить, что многие регионы и организации предпочитают включать в свою статистику туристов, находящихся в течение менее 24 часов на территории страны.

Более того, туристов пребывающих на территории других стран принято классифицировать согласно цели их посещения, а именно:

1. Бизнес-туристы, т.е. те, кто приезжает с целью посетить или провести встречу, конференцию, мероприятие, связанные с видом их деятельности.
2. Посещение родственников и друзей.
3. Туристы, путешествующие с целью развлечения и смены обстановки.

Кроме того, туристы также подразделяются на еще две категории, а именно:

1. Путешествующие внутри страны.
2. Путешествующие за ее пределами.[[12]](#footnote-12)

Также для того, чтобы лучше понять что же такое туризм, нам следует рассмотреть его устройство, то как работает сама туристическая система и какие компоненты в ней задействованы (Приложение 1).

Первым и важнейшим ее составляющим является **потребитель**, ведь благодаря нему и существуют все туристические продукты и услуги. Каждый работающий в сфере услуг должен быть уверен в мыслях своего покупателя и в его планах. Потребители тратят свои деньги и свое свободное время на различные виды деятельности. Если же они пришли к выводу, что готовы отправится в путешествие, то, разумеется, они начнут подсчитывать свой бюджет, размышлять о месте и времени, а также о том, как бы им хотелось его провести. Позже они решают как именно будут передвигаться и выбирают способ оплаты и приобретения услуги.

Также немаловажную роль играет **опыт путешествий,** а именно то каким образом турист добирается до места назначения и что нового встречает на своем пути. В настоящее время существует огромное количество видов транспорта, таких как самолет, поезд, автомобиль, лодка и т.п. Конечно, приобретённый опыт будет меняться в зависимости от выбора типа транспортного средства. Нужно отметить, что именно во время дороги впечатления от всей поездки могут быть испорчены, а, следовательно, и весь отдых в целом.

Третьей составляющей является **опыт полученный во время путешествия.** Когда турист решает отправиться в путешествие, он имеет определенные желания и представления о том, как же он его проведет. Это может касаться качества обслуживания, разнообразия питания, стоимости доступных развлечений и т.п. Удовлетворение данных потребностей будет зависеть от того, насколько они соответствовали первоначальным ожиданиям.

Последним компонентом является **маркетинг**, который включает в себя исследование рынка, потребителей и продуктов, развитие навыков рабочего персонала, продвижение и реклама с помощью средств массовой информаций для повышения объема продаж и осведомленности потребителей об определенном продукте.

Безусловно, туризм принадлежит к сфере услуг и является одним из быстро растущих секторов во многих странах мира, в том числе и в трех нами рассматриваемых странах, а именно, Иордании, Египте и Израиле.

Современный этап развития сферы туристических услуг можно охарактеризовать, как высоко динамичный, быстро развивающийся, диверсифицированный, в котором усиливается фактор конкуренции, а также повышаются требования к качеству услуг и возрастает необходимость усиления государственной поддержки. Все эти факторы в совокупности с доходами от туристической деятельности влияют на все сектора экономики и способствуют формированию собственной туристической индустрии. [[13]](#footnote-13)

## 1.2 Характеристика туристического сектора Иордании и его особенности

Иордания – небогатое государство Ближнего Востока, имеющее сильную экономическую зависимость от Соединенных Штатов Америки. Основой независимых сильных государств данного региона являются богатые месторождения нефти и других природных ресурсов, а также достаточное количество запасов пресной воды, то есть всего то, что трудно найти в Иордании. В 1980-х годах экономика страна переживала период застоя и кризиса и только после 1999 года, когда на престол вступил король Абдалла ибн Хусейн, Иордания смогла перейти к фазе роста. Благодаря новым экономическим реформам, связанным с привлечением иностранных капитала и инвестиций и приватизациям государственных компаний , в стране были замечены положительные тенденции роста экономики, а также развития в целом.

В двадцать первом веке сфера услуг стала занимать все более прочные и устойчивые позиции в мировой экономике. Многие страны увеличивают объемы производства различных видов услуг, следовательно, появляются дополнительные рабочие места, возрастают объемы импорта и экспорта услуг, что приводит к увеличение доходов от этого вида деятельности. Иордания граничит с Израилем, Сирией, Египтом и Саудовской Аравии, тем самым занимая стратегически важное географическое и политическое положение на Ближнем Востоке. В течение всей своей истории государство поддерживает добрососедские отношения с этими странами, и имеет достаточно лояльное отношение и к другим странам Ближнего Востока, тем самым обладая репутацией страны благоприятной для ведения международной деятельности. Нужно отметить тот факт, что Иордания не способна полностью удовлетворить свои потребности и именно поэтому зависит от внешней помощи других государств, а особенно в финансировании своего бюджета. [[14]](#footnote-14) Безусловно, страна подверглась сильным изменениям на фоне конфликта, связанного с Палестиной, однако несмотря на это со временем она смогла восстановить прежние темпы экономики и даже нарастить их. В настоящий момент Иордания обладает одной из самых конкурентоспособных экономических систем в ближневосточном регионе, а также является свободной экономической зоной с достаточно развитой инфраструктурой.

В экономике Иордании преобладает сфера услуг, на долю которой приходится 67% ВНП, в том числе связанных с туризмом (12,4 % на 2013 г.), промышленный сектор составляет 30 %, в то время как на долю сельскохозяйственного сектора приходится лишь 4,5 %. [[15]](#footnote-15) Кроме того, именно этот сектор помогает обеспечить большей половине населения рабочие места, что, безусловно, играет важную роль, учитывая тот факт, что уровень безработицы в 2016 году достиг рекордно высокого уровня и составил 13%, то есть 209 тысяч иорданцев находятся в поиске работы.[[16]](#footnote-16) При этом работоспособное население Иордании составляет 1,6 млн человек, большинство из которых занято в сфере услуг (77%), а показатель численности квалифицированных рабочих является одним из самых высоких в регионе[[17]](#footnote-17).

Туристический сектор – крупнейший экспортный сектор Иордании.

На протяжении прошлого десятилетия и по настоящее время доходы от туризма составляют более 60% от всех доходов страны. Необходимо отметить, что быстрый рост туризма в Королевстве начался лишь двадцать пять лет назад, однако в настоящее время и, как ожидается, в будущем именно он является приоритетной отраслью государства, от которого зависит и будет зависеть уровень развития страны и ее место на мировой арене. Так, Всемирная туристическая организация при ООН опубликовала данные, согласно которым туризм – это самая быстро растущая индустрия двадцать первого столетия. Несмотря на периодические спады из-за кризисов и нестабильных ситуаций в мире, количество международных туристических поездок с каждый годом возрастает в несколько раз. Так, в 1990 г. уровень потока туристов достиг 7 438 млн. человек в год, в 2000 году этот показатель составил 681 млн. человек, а в 2011 году достиг отметки в 9,9 млн. [[18]](#footnote-18) Необходимо отметить, что политическая нестабильность на Ближнем Востоке в 2011 году стала причиной потери более 1 млрд долларов США для Королевства. Страна испытывала нехватку интереса со стороны европейских и западных туристов, были отменены забронированные туры, что привело к тому, что доходы от туристического сектора в 2011 году по сравнению с 2010-м годом составили лишь 11,7 %, в тот момент, когда в 2010-м году туристические показатели «подскочили» на 26,2 % только в первом квартале.[[19]](#footnote-19) В 2011-2012 годах доходы приблизились к цифрам 2,130 и 2,445 трлн. Иорданских динар, соответственно. Несмотря на проведение активной политики по привлечению туристов в Королевство, в 2014-2016 годах произошел заметный спад туристического потока, причиной которого стали происходящие конфликты на Ближнем Востоке, а также критическая ситуации, наблюдаемая в соседней Сирии.

Туристический сектор Иордании базируется на четырех основных принципах, которые и являются стимуляторами для его развития, а именно: 1. Туризм – основная и важнейшая составляющая экономики страны; 2. Постоянная мобильность, готовность диверсифицировать, изменять и трансформировать основные туристические объекты; 3. Максимальная забота и охрана различных имеющихся ресурсов; 4. Взаимодополняемость частного и государственного секторов. Безусловно, для того, чтобы следовать данным принципам, Королевство вынуждено вести определенную политику. Так, индустрия туризма в стране – это основной фактор роста национальной экономики. Кроме того, правительство страны делает акцент на увеличение инвестиций в данный сектор, именно поэтому его силы направлены на развитие инфраструктуры, включающей в себя рестораны, отели и различные пляжные курорты. С каждым годом сотрудничество частного и государственного секторов становится все теснее, тем самым последний из них старается поощрять и расширять возможности инвестирования первого. И, наконец, нужно заметить, что Иордания ориентируется и использует высокие международные стандарты в туристической области, тем самым предлагает потребителю приобретать только качественные услуги.

Все туристические объекты страны подразделяются на несколько категорий, хотя все они и расположены на небольшой части страны:

1. *Природные,* к ним относятся значимые участки земель, а также морские ландшафты. Примером может служить город Акаба, расположенный на границе с Саудовской Аравией, Израилем и Египтом, и находящийся на побережье Красного моря, соответственно. Он является одним из популярнейших курортов, а также прекрасным местом для спорта и дайвинга. Кроме того, уникальная природная красота Вади Рам поможет окунуться в историю Лоренса Аравийского, а также проехаться на верблюдах или джипах, любуясь красотой пустыни, ведь это изумительное место с нетронутой человеком природой[[20]](#footnote-20), природные заповедники.
2. *Культурные,* по большей мере к ним относятся различные исторические, археологические места и галереи. Так, примером может послужить город Мадаба с его мозаиками или знаменитый памятник Петра, находящийся под защитой ЮНЕСКО.
3. *Лечебные,* главным объектом которых является Мертвое море с самым высоким уровнем солености в мире, а также горячие источники Маин.[[21]](#footnote-21)

Туристический сектор Иордании, включающий в себя более 400 отелей, 350 туристических агентств, около 70 туроператоров и огромное количество гидов вполне конкурентоспособен [[22]](#footnote-22)

Так, в 1988 году в стране было открыто Министерство туризма и античности, целью которого стала разработка национальной стратегии туризма, а также поощрение, поддержка кооперирования между различными агентами цепи в предоставлении туристических услуг, а также развитие и организация внутреннего туризма. [[23]](#footnote-23) Так, например, в течение нескольких лет были изобретены и улучшены различные онлайн карты, помогающие туристам ориентироваться в стране.

Более того, в 1969 году правительство страны создало Ассоциацию Отелей Иордании (АОИ), которая представляет собой некоммерческую ассоциацию, включающую в себя более 400 отелей, и целью которой является поддержание дружеских отношений между собственниками в индустрии гостеприимства, а также их сотрудничество. АОИ также является членом International Hotel & Restaurant Association (IH & RA), The Arab Hotel & Tourism Association (AHTA). Основными целями Ассоциации можно назвать: 1. Защита интересов прав своих членов и гостиничного бизнеса в целом. 2. Установление мировых отраслевых стандартов. 3. Сбор статистических данных, информации, а также подготовка исследований и научно-исследовательских работ, связанных с гостиничным бизнесом. 4. Организация международных конференций, а также конференций внутри страны, связанных с этой отраслью и т.п.[[24]](#footnote-24)

Как уже отмечалось, туристический сектор предоставляет большую часть рабочих мест для местного населения, однако если рассмотреть эту сферу более подробно, то именно в ресторанах и гостиницах Иордании задействована большая часть рабочей силы. В стране отели варьируются от одно-звездочных до пятизвездочных, однако в столице Иордании – Аммане, можно встретить несколько хостелов, предоставляющих свои услуги, однако мало востребованы. За последние годы правительству удалось привлечь в страну значительное количество инвестиций, которое, разумеется, благоприятно влияет на развитие данного сектора. Так, с каждым годом все заметнее и популярнее у туристов становится город Акаба, имеющий огромный потенциал для того, чтобы развивать туристический продукт в Королевстве. Именно в этом городе можно найти пляжные развлечения и почувствовать колорит и особенности арабской жизни. Более того, близость таких достопримечательностей, как Петра и Вади Рам помогает туристам глубже окунуться и погрузится в атмосферу Востока. На территории данного города находятся самые знаменитые интернациональные гостиничные комплексы, ведущие борьбу за предоставление самых качественных услуг. Например, сеть пятизвездочных отелей Hilton имеет два отеля в городе, также как и Movenpick Resort, расположенные как в его центре, так и в курортной части Тала Бей. Более того, туристы могут остановится в таких пятизвездочных отелях, как Kempinski и Intercontinental и в четырехзвездочных, как Marina Plaza Hotel, имеющих мировую известность. Необходимо отметить тот факт, что огромное количество туристов старается остановится в более скромных отелях, имеющих три или менее звезд, а многие местные туристы предпочитают брать в аренду апартаменты и проживать в них. Так, количество забронированных комнат в отелях Акабы в 2016 году выросло на 12,6% по сравнению с 2015 годом и достигло 640716 по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, когда данный показатель составлял 478597 комнат. [[25]](#footnote-25) Кроме того, количество иностранных туристов с каждым годом все заметнее увеличивается. Так , в 2016 году число путешественников, которые воспользовались услугами отелей и гостиничных комплексов составило 567400, а в 2017 году этот показатель достиг отметки в 640034 туриста. Следовательно, наполненность и загруженность отелей выросло с 49% в 2016 до 60% в 2017 году, соответственно. Необходимо отметить, что общее число туристов, приехавших посетить Акабу в 2016 году составило 180 тысяч человек, а в 2017 году достигло 350 тысяч, [[26]](#footnote-26) что, безусловно, говорит о том, что данный курорт все больше пользуется спросом у путешественников со всех уголков земли.

Петра стабильно занимает лидирующие позиции у туристов. Ведь именно там можно увидеть увидеть гробницы, храмы, системы орошения и получения воды времен Набатеи. [[27]](#footnote-27) В 1985 году Петра получила статус всемирного наследия ЮНЕСКО, а также стала считаться одним из новых семи чудес света. Так, в 2014 году число туристов, посетивших это исторический памятник достигло 454 384, по сравнению с 449 249 в 2013 году, что указывает на увеличение потока путешественников на 1,1 %.[[28]](#footnote-28)

Еще одним памятником ЮНЕСКО в Иордании является Вади Рам, пустыни и пейзажи которого знамениты на весь мир.

Нельзя не упомянуть Мертвое море, являющиеся старейшим в мире природным курортом, а также местом, обладающим всеми возможностями и ресурсами для того, чтобы стать главным оздоровительным курортом мира. Черная грязь богатая минералами, а также уникальные целебные свойства морской воды притягивают путешественников со всего мира. На берегу данного курорта также расположены лучшие мировые сети отелей, такие как Movenpick Resort, Kempinski Hotel, Hilton, Dead Sea Marriott, Crowne Plaza и др., которые предоставляют услуги потребителям во всех уголках земли. C каждым годом число туристов, посещающих данный курорт растет, так в 2014 году приток увеличился на 168.5% и составил 27 450 человек, по сравнению с 10 223 тысячами в 2013 году.[[29]](#footnote-29)

Кроме того, с каждым годом в стране все выше становится уровень ресторанов и кафе, открывающих свои двери посетителям. Так, в период с 2003 по 2006 год количество ресторанов в стране выросло на 62%.[[30]](#footnote-30) Огромное количество международных заведений начали осваивать рынок, открывая свои франшизы, например: KFC, Pizza Hut. Туристический сектор Иордании, включающий в себя более 400 отелей, 350 туристических агентств, около 70 туроператоров и огромное количество гидов вполне конкурентоспособен [[31]](#footnote-31)

Нужно сказать, что туристический кластер является главной опорой экономики страны, а также самой инвестируемой областью. Кроме того, туризм приносит напрямую доход Королевству посредством взыскания ввозных пошлин, платы за посещение достопримечательностей, визовых сборов и налога на выезд, подоходного и на прибыль отелей, НДС отелей, налог с прибыли и продаж туристического фонда, включающего в себя транспортный сектор, а также налог с прибыли итоговой деятельности косвенно относящейся к туризму [[32]](#footnote-32).

## 1.3 Основные проблемы затрагивающие туристический сектор Иордании и пути их решения

Развитие туристического сектора Иордании стало необходимым фактором из-за его с каждым годом увеличивающейся роли в экономике страны. Именно благодаря его совершенствованию правительство страны может бороться с проблемой безработицы, показатель которой в 2015 году достиг 13%. [[33]](#footnote-33) Более того, развитие туризма способствует улучшению жизни населения в отдаленных частях Иордании. Кроме того, именно этот сектор привлекает большее количество зарубежных инвестиций и способствует институциональной реструктуризации.

Хотя ближневосточный регион довольно нестабилен, поток туристов с каждым годом увеличивается и разрыв между показателями 2010 года становится все меньше. Так, в 2016 году страну посетило 6 422 714 туристов со всех уголков мира, что на 30 000 человек больше, чем в 2015 году. Однако в течение 2010 года в Иорданию посетила 8 444 329 человек.[[34]](#footnote-34)

Несмотря на все положительные факторы и показатели, туристический сектор страны сталкивается с рядом проблем. Существует 4 основных фактора, которые влияют на уровень развития туризма, а именно: *1. Гибкость туроператоров;* Количество туристов, как было указано ранее, постепенно возвращается на прежний уровень после пережитого кризиса. Однако во многом это связано с тенденцией к чему-то новому и возрастающему мировому интересу к еще неизведанным местам. Туроператоры Иордании в основном ориентируются на арабов из соседних стран, таких как Саудовская Аравия и Ливия, и почти полностью игнорируют Европейский регион, что, в свою очередь, говорит о том, что туристический сектор страны еще не готов полностью адаптироваться к другим культурам и предоставлять услуги туристам со всего мира. *2. Предоставляемый продукт;* Иордания богата культурными достопримечательностями. Мертвое море, Петра, Джераш и Вади-Рам - эти названия известны по всему миру, однако многие туристы даже не знают, что Петра расположена в этой стране. Именно в Королевстве можно соеденить рекрационный отдых с медицинским туризмом. Однако несмотря на уникальность многих исторических объектов страны, на мировом рынке туристических услуг наблюдается почти полное отсуствие информации об Иордании, о ее стабильности и безопасного положения. Маркетинг находится в зачаточном состоянии и требует больших инвестиций и вложений, только благодаря его развитию можно увеличить число потенциальных путешественников. Необходимо создать научно-исследовательский центр для того чтобы лучше ориентироваться и понимать рыночные тенденции в мире. Отсуствие информации и рекламы о стране негативно влияет на уровень заполняемости отелей и даже на продлжительность пребавания туристов. Необходимо отметить, что только обновление и расширения предоставляемых услуг поможет полностью раскрыть и использовать потенциал данного сектора. В стране наблюдается почти полное отсуствие разработанных для туристов программ, которые могли бы заинтересовать их и поспособствовать увелечению количества дней пребывания с одной или двух ночей до недели. *3. Учреждения, предоставляющие туристические услуги*; Как было указано ранее, в Иордании расположены почти все мировые крупные сети отелей, однако ни в одном из них нет специально разработанных для семей с детьми развлекательных программ. В городе Акаба, располагающемся на берегу Красного моря, а также на Мертвом море и в столице страны – Аммане, которые являются основными туристическими объектами Иордании, почти полностью отсутствуют трех-, двух- и четырехзвездочные гостиницы, что заранее заставляет потенциального бюджетного туриста отказаться от приобретения тура в данную страну. Более того, из-за высоких цен на проживание в отелях и на услуги питания большая часть местных жителей также предпочитает выбирать в качестве направлений для путешествий соседние страны. Так, по данным на 2015 год вокруг Мертвого моря расположено 1620 пятизвездочных отелей, и лишь 271 отель, обладающий категорией четырех звезд. Более того, трех- и двухзвездочные гостиницы полностью отсуствуют на побережье.[[35]](#footnote-35) В таких богатых историей городах, как Мадаба и Джераш, наблюдается обратная ситуация, здесь турист сможет забронировать отель только двух звезд или вовсе не имеющий звезды. Именно поэтому для того, чтобы диверсифицировать выбираемые туристами продукты правительство страны должно пересмотреть план развития основных культурных объектов. *4. Образование работников;* Несмотря на улучшение уровня образования в стране и професиоональной подготовки в целом, работники туристического сектора по-прежнему не имеют достаточной квалификации. Необходимо открытие специальных учреждений и привлечение иностранных специалистов, которые смогли бы обучить местное население основным требованиям и установленным стандартам предоставления услуг. [[36]](#footnote-36) Обучение местных жителей должно соотвествовать потребностям частного сектора для того, чтобы в дальнейшем они смогли быть конкурентоспособными на рынке рабочей силы. Современный и грамотный подход к четырем этим фактором является залогом успешного и развитого туристического сектора.

Необходимо отметить тот факт, что несмотря на попытки правительства начать проводить хоть какие-то маркетинговые мероприятия, показатель притока туристов остается на том же уровне. Проблема заключается в том, что цены на авиаперелеты очень высоки, даже крупнейшая авиакомпания ( Иорданские Хашимитские Авиалинии) не предоставляет никаких скидок для путешественников. Так, в из Аммана в Тель-Авив турист может приобрести билет не менее, чем за 300 евро, из Парижа в Амман за 700 евро, а если он хочет приехать из Марокко в Амман, то стоимость билеты будет составлять не менее 250 евро в одну сторону[[37]](#footnote-37).

Кроме того, цены на посещение главных достопримечательностей страны также очень высоки. Например, вход в Петру для иностранца будет составлять 50 иорданских динар ( примерно 4000 тысячи рублей). Большинство приезжающих в страну сравнивают эту цену с крупнейшими и знаменитейшими музеями мира. Так, посещение Лувра обойдется туристу в 1000 рублей, а если он захочет подняться на вершину Эйфелевой башни, то должен буде заплатить еще 1500 рублей. [[38]](#footnote-38)Огромное число туристов отказываются от посещения Петры, ведь стоимость билета включает в себя лишь вход в музей, никаких сопутствующих услуг не предлагается. На территории главной достопримечательности страны почти нет заведений общественного питания или мест для отдыха туристов. Именно поэтому, если власти хотят увеличить интерес туристов к своей стране, то Министерство туризма должно составить план по развитию важнейших памятников культуры, организовать необходимый сервис и предоставить туристам полный спектр услуг. Кроме того, необходимо пересмотреть ценовую политику большинства отелей страны и предложить туристам конкурентоспособные цены на размещение.

В 2016 году правительство Иордании начало активную рекламную кампанию по привлечению туристов в странах Персидского Залива, однако она не увенчалась успехом, так как потребность туристов данного региона не была изучена в достаточном объеме. Туристы из Королевства Саудовской Аравии, Катара и др. стран не заинтересованы в посещении Петры, Вади Рама или Джераш. Большинство путешественников этого региона привлекает рестораны класса люкс, ночные клубы и развлечения, однако удовлетворить свои потребности они смогут в какой-то мере только в столице страны –Аммане. Именно поэтому, для того, чтобы привлекать туристов со всех уголков мира, правительство страны, а также работники сферы услуг, должны принимать и адаптироваться к другим национальностям, культурам, обычаям и их особенностям, понимать их потребности, а также уметь предоставлять услуги, соответствующие мировым стандартам.

Кроме того, другой важной проблемой, с которой сталкивается страна, является чистота и вандализм в туристических местах. Власти страны осуществляли несколько попыток справиться с данным препятствием, однако все они не увенчались успехом. Решить эту проблему поможет только конструктивный диалог правительства с местным населением, ведь именно у него полностью отсутствуют культура сохранения чистоты в стране. Многие путешественники отказываются возвращаться в страну из-за состояния окружающей среды и мусорных отходов, которые разбросаны посреди улицы, что ,разумеется, негативно влияет на туристический сектор страны. [[39]](#footnote-39) Необходимо сохранять чистоту и природную среду не только на территории туристических объектов, но и во всей стране в целом, а это невозможно без комплексного сотрудничества частного и государственного секторов.

Более того, власти страны должны создать организацию, которая смогла бы стать координатором между инвесторами и финансовыми институтами. Такое учреждение смогло бы проводить конференции, во время которых заинтересованные люди смогли бы представить инвестиционные возможности в туристическом секторе Иордани.[[40]](#footnote-40)

Еще одной проблемой является то, что превосходящее число работников, предоставляющих туристические услуги – лица мужского пола. Лишь небольшое количество женщин работает в отелях, ресторанах и туристических агентствах. Важной задачей является предоставление рабочих мест всем заинтересованным лицам. Так, например, огромное число женщин занимается изготовлением традиционных сувениров, ремеслами, которые востребованы у иностранцев, приезжающих в страну. [[41]](#footnote-41) Однако вся эта продукция не может найти своего покупателя из-за сложности выхода на рынок. Во многом это связано с культурными особенностями страны, ведь репутация женщины будет испорчена, если ее родственники узнают, что она занимается данным видом деятельности. В свою очередь, правительство страны должно начать выстраивать конструктивную беседу с жителями страны и постепенно изменять их сознание для того, чтобы туристический сектор максимально использовал свой потенциал.

# 2.Анализ туристического потенциала Египта

## 2.1. Характеристика туристического сектора Египта и его особенности

Египет обладает одной из самых развитых и диверсифицированных экономик на Ближнем Востоке, а также является одной из самых быстроразвивающихся и наиболее перспективных стран в Африке. После арабской весны власти страны смогли установить порядок только после введения военного режима, и, в свою очередь, все эти события привели к нарастанию макроэкономических диспропорций, вызвавших, в конечном итоге, рост инфляции и нарастание уровня безработицы. В период с 2011 по 2015 года темпы экономики снижались на 2-5%, что негативно повлияло на экономическое состояние страны. Нужно заметить, что в период с середины 2015 года и по настоящее время показатели экономического роста Египта увеличаются, однако темпы инфляции остаются на высоком уровне. Так, в мае 2016 года данный показатель достиг отметки в 12,3 %, в тот момент, как в апреле и марте того же года он не превышал отметки в 10, 3 % и 9%, соответственно. [[42]](#footnote-42)

 Еще несколько лет назад именно сельское хозяйство было основой ВВП Египта, однако уже в 2010 году его доля сократилась до 13,1%. Необходимо отметить, что в 1970-х годах в данном секторе было занято более 90% всего населения страны, а в 2011 году этот показатель составил всего 32%. В Египте развиты несколько отраслей промышленности, такие как добыча нефти и стали, химикаты и выработка электричества. Доля промышленного сектора составляет 37 % ВВП, а доля рабочего населения занятого в нем составляет 17%. [[43]](#footnote-43)

Как было замечено ранее, именно сфера услуг становится приоритетным сектором в большинстве экономик стран; В 2010 году доля услуг в мировом ВВП достигла 70%, по сравнению с 53% в 1970-ых годах. В 2014 году доля услуг в ВВП Египта составила 47%, что чуть ниже, чем в Ливане, Тунисе и Иордании; [[44]](#footnote-44) Туризм, в свою очередь, является локомотивом экономического развития страны; Необходимо заметить, что первой статьей дохода Египта является ни туризм и ни добыча нефти, а пошлины, взимаемые с судов, проходящих по Суэцкому каналу. Именно благодаря им государство получает более 1 млрд. Долларов в год. На втором месте идет туристический сектор, различные виды экскурсий и туров составляют почти 40% от общего объема экспорта услуг, превосходя все другие виды доходов страны. Кроме того, данный сектор приносит стране 19,3% различных иностранных валютных поступлений. [[45]](#footnote-45) Нужно отметить, что с точки зрения макроэкономики, туризм играет важнейшую роль, ведь в нем прямо или косвенно создается огромное число рабочих мест для египтян. Работа и вакансии именно в данной сфере приносят стабильный доход и крайне востребованы на рынке.

Хотя Египет сделал ставку на развитие массового въездного туризма не так давно, лишь с середины 1980-х годов, с этого момента власти страны постарались создать все необходимые условия для инвестиции, и именно поэтому отельный и туристический бизнес вышли на первый план и стали самыми динамично развивающимися. Во-первых, до конца 1980-х годов прибрежные районы страны были закрыты для частных инвесторов и являлись достоянием армии. Синай считался стратегическим военным объектом, позволяющим защитить Суэцкий канал и западную долину Нила. После подписания соглашений в Кэмп-Дэвиде (1979 год) и вывода израильской армии в 1983 году, данный район начали рассматривать как туристическое направление, а его развитие в целом началось благодаря туристической инфраструктуре, оставшейся после вторжения израильтян в страну. [[46]](#footnote-46)

Во-вторых, лишь в конце 1980-х годов прибрежные районы стали приоритетными зонами для демографического развития. Целью данного проекта была диверсификация экономики регионов, которые в то время использовались исключительно для добычи минеральных ресурсов и нефти. Однако уже в 1995 году было замечено, что задуманный проект не удался, именно поэтому власти страны осознали, что больший доход можно извлечь из развития туризма. Так, в то время министр по развитию туризма Фуад Султан обозначил новую цель: увеличить гостиничный потенциал вдоль побережья Средиземного моря ( от Александрии до Марса Матруха) и вдоль Синая и Красного моря на 40% в течение десяти лет.

Третьим решающим шагом в развитии туристического сектора страны стал почти полный отказ государства от прямого участия в нем. В настоящее время правительству полностью принадлежит лишь несколько отелей в различных частях страны, например, Нил Хилтон в Каире или Зимний дворец в Луксоре, которыми оно управляет через свой холдинг EGOTH (Египетская организация по туризму и отелям). В целом государство занимается планированием и предоставлением разрешений на строительство частным инвесторам через специально созданное в 1991 году государственное учреждение TDA.[[47]](#footnote-47) Кроме того, важной обязанностью правительства является развитие инфраструктуры, в особенности улучшения транспортной доступности к морским побережьям за счет строительства дорог и аэропортов, причем последние финансируются за [[48]](#footnote-48) счет международных займов или частных инвестиций.

Еще в 1988 году уровень развития туризма в Египте по всем показателям догнал нефтяной сектор, и прочно занял позиций основного источника иностранной валюты и так по сей день остается одним из главных добытчиков денег прямо или косвенно обеспечивая каждое десятое рабочее место в стране.[[49]](#footnote-49)

C 1990-х годов во время правления Хосни Мубарака правительство Египта начало заниматься освоением прибрежных районов в небогатых деревнях страны и, за исключением 1997 года, когда было совершено покушение на группу иностранных туристов, в течение 15 лет туристический показатель постоянно улучшался. Власти страны передали управление нескольким государственным гостиницам и международным группам. Были также приняты законы, ограничивающие спекуляцию землей, проведена либерализация в сфере авиаперелетов туристов. [[50]](#footnote-50)

Именно Египет уже не первый год подряд провозглашают туристической «меккой» Ближнего Востока. Согласно официальным данным, в 2007 году данную страну посетило рекордное количество туристов со всех уголков мира – 11 миллионов, а доходы от их пребывания составили более 8,7 млрд. Долларов, что в два раза больше, чем в 2002 году, когда в Египет въехало 5,2 млн путешественников. Именно на Арабскую Республику Египет приходится 23 процента всех

туристов, отправляющихся посетить страны Ближнего Востока, а также 1 процент от всех международных туристических доходов. [[51]](#footnote-51)

Туристический потенциал страны широко развит, ведь страна обладает огромным количеством стратегических ресурсов. Так, все виды туристических поездок в страну можно разделить на несколько типов, а именно: *1. Посещение музеев и достопримечательностей.* Пирамида Джосера, расположенная в Саккаре, пирамиды Хабы, находящиеся в Завиет –эль-Эриане, а также пирамиды в Гизе, самыми известными из которых считаются Хеопса и Хефрена, привлекают туристов со всего мира. Кроме того, нельзя не упомянуть Луксор, делящийся на две части: «Город мертвых» и «Город живых». *2.* *Рекреационный отдых.* Египет омывается двумя морями, которые завлекают туристов со всех краев мира. Так, на побережье Средиземного моря в основном встречаются частные курорты и загородные дома местных жителей. Пляжи тянутся от города Александрия до города Марса Матрух. Однако большинство туристов предпочитают отдых на Красном море. Каждый путешественник знает названия таких курортов, как Хургада, Шарм-эль-Шейх, Таба, Марса-Алам и др. Именно на этих пляжах можно увидеть живые коралловые рифы и экзотических рыб.

Арабская республика Египет имеет довольно либеральную политику в области предоставления въездных туристических виз для большинства стран мира. Кроме того, для жителей многих стран действует система оформления и выдачи визы по приезде в аэропорт страны, что, в свою очередь, является фактором привлечения путешественников в данную страну. Как уже было замечено, побережье Красного моря – это район, развитием которого занялись совсем недавно и целью такой политики было привлечение путешественников в страну. Так, в 1984 году правительство Египта приняло закон, который поощрял инвестиции вкладываемые в туризм в данном регионе, предлагая инвесторам привлекательные предложения, сокращение таможенных пошлин и свободу ведения бизнеса. В 1999 году уже около 90% инвестиции, связанных с туризмом в стране, сконцентрировалось на прибрежных курортах данного региона. Относительная молодость данного сектора предполагает определенные дисбалансы, так, в стране расположено огромное количество отелей, имеющих категории 4 и 5 звезд по сравнению с данным показателям в других странах мира. В период с 1997 года по 2008 год доля четырех- и пятизвездочных отелей увеличилась с 11% до 15% относительно общего роста числа отелей в стране с 16% до 21%. [[52]](#footnote-52) Большой разрыв в пользу отелей верхнего сегмента объясняется тем, что с развитием туризма в стране стали открываться отели международных сетей, такие как Hilton, Continental, Movenpick, Kempinski и др., целевой аудиторией которых являются клиенты с высоким уровнем дохода. Изначально данные сети отелей открывали в таких городах, как Каир и Луксор, так, с 1990-х годов по 2008 год их число достигло почти 200, что составляет 20% от всех открытых отелей за этот период в Египте. [[53]](#footnote-53) Тем не менее, на Синае и побережье Красного моря, находится огромное количество гостиниц, обладающих двумя или тремя звездами, что, в свою очередь, отражает тот факт, что туристический рынок услуг в стране диверсифицирован и она может позиционировать себя в качестве курорта для пляжного отдыха для людей с разным уровнем заработка.

Такие впечатляющие темпы роста туристического сектора , несомненно, положительно повлияли на развитие страны. Тем не менее, произошел огромный сдвиг и изменение в пространственном распределении гостиниц на территории Арабской республики Египет. Так, в 2008 году две трети всех построенных отелей сосредоточились на Синайском полуострове и вдоль побережья Красного моря. Развитие туристического сектора в Каире, в свою очередь, уменьшилось, и он переместился на третьей место, а на классические направления Верхнего Египта, такие как Асуана и Луксор, пришлось лишь 8% от всех возведенных гостиниц за этот период. [[54]](#footnote-54)

Необходимо отметить тот факт, что в период с 2008-2010 гг. На побережье Средиземного моря было построено 34 отеля. Курортная зона от Александрии до города на западе Марса Матрух образует узкую полосу различных видов жилья для местных жителей, а также небольшого количества арабов, приезжающих из других городов. Именно здесь располагаются небольшие закрытые виллы и дома с садами и бассейнами, в которых египтянине проводят летние месяцы. Многие гиганты гостиничного бизнеса заинтересованы в выходе на данный рынок, однако пропускная способность аэропорта не позволяет им осуществить данный проект. Так, сеть пятизвездочных отелей Movenpick приостановила свое решение открыть свой комплекс в Аль-Амане до тех пор, пока аэропорт в данном городе не станет принимать чартерные рейсы на постоянной основе. [[55]](#footnote-55)

В целом туристические места в Египте можно разделить на три категории,а именно: 1. *Курорты, ориентированные на высокий поток туристов*, такие как Шарм-эль-Шейх и Хургада, расположенные на берегу Красного моря. Они являются большими агломерациями, в которых собраны различные административные органы, филиалы крупнейших банков, транспортные и туристические компании и др. Так, до 1980-х годов последний из них был маленькой рыбацкой деревней, и только после вложения инвестиций, 62 км береговой линии превратились в один из самых популярных курортов мира. Оба города являются самыми популярными туристическими курортами страны, а их аэропорты занимают второе и третье места по количеству принятых туристов и пассажирских рейсов. Нужно отметить, что именно в этих двух городах расположено огромное количество отелей различной звездности, множество ресторанов и торговых центров. Так, самое большое количество гостиниц находится на побережьях Шармл-эль-Шейха и Хургады и составляет 182 и 177 отелей, соответственно [[56]](#footnote-56). Доля четырех- и пятизвездочных отелей также значительно выше средней по стране: 24% и 32% в Шарм-эль-Шейхе, т.е. 56% от всех гостиниц расположенных на этом курорте, и 15% и 29% в Хургаде, что составляет 44% всех гостиниц города. [[57]](#footnote-57) Чистая голубая вода Хургады, круглогодичное солнце и теплый климат делают это место привлекательным для туристов, а туристические компании готовы предоставлять максимальное количество услуг, для того, чтобы удовлетворить потребителя. Так, на берегах данного курорта можно посмотреть коралловые рифы, заняться дайвингом, осмотреть дно, находясь в подводных лодках, а также заняться спортивной рыбалкой и пляжным спортом.

1. *Закрытые или полузакрытые туристические деревни,* предлагающие в одном месте и жилые помещения, и различный досуг. Как правило, всегда имеют прямой доступ к морю и объединяют несколько отелей и их услуги ,управляются одним или группой инвесторов.

В 22 км к северу от туристической Хургады расположен автономный город- Эль-Гуна, именно он является самым известным курортом такого типа. Его освоение и строительство было начато в 1990-ом году частной компанией Orascom Hotels and Development Company. Общая площадь составляет 36,8 миллионов квадратных метров, из которых на сегодняшний день обустроено 10,8 миллионов квадратных метров. Пляжи Эль-Гуны достигают 10 км и охватывают более 20 островов. Кроме того, благодаря своей необычной архитектуре и высокому уровню окружающей среды он был награжден многими премиями, например, Green Globe, а жители со всего мира за короткий период приобрели более 10 000 домов в нем.[[58]](#footnote-58)

В настоящее время в Эль-Гуне расположено более 15 гостиниц с номерным фондом около 2900 номеров, а также более 100 ресторанов, баров и кафе, частный аэропорт, больница, церковь, мечеть и специальный транспорт для приезжающих туристов, именно поэтому по многим показателям данный курорт можно связать с первой категорией туристических мест Арабской республике Египет. Благодаря своей уникальности, туристы со всего мира стекаются сюда для того, чтобы насладиться природой, а также заняться различными водными видами спорта. Еще одной особенностью Эль-Гуны является наличие общественных пляжей, что совсем нехарактерно для курортных зон Арабской республики Египет. Основной поток туристов, приезжающих в этот город, идет из Западной Европы, а именно из Германии (25-30%), Великобритании и Бельгии.[[59]](#footnote-59)

Второй по величине деревней подобного типа является Таба Хайтс, растянувшаяся на 4,5 квадратных метров. Она включает в себя 4 отеля с категорией 5 звезд, такие как Sofitel, Hyatt, Intercontinental, Bayview, и одну гостиницу, имеющую 4 звезды, а именно Marriot. Кроме того, здесь предлагают услуги класса люкс, ориентированные на потребителей с высокой покупательной способностью, а именно: аренда яхты, спа-салоны, поля для игры в гольф и т.д.

Третьим курортом этой категории является самая большая деревня в Египте – Порт-Галиб, расположенная в Марса-Аламе, в южной части Красного моря и в 250 км к югу от Хургады. Развитие данного района началось в начале 2000-х годов со строительства аэропорта компаниями из Кувейта. В настоящее время Порт-Галиб – это частный курорт, протянувшийся на 18 км вдоль береговой линии, с гостиницами класса-люкс, гаванью для прогулочных катеров, 22 ресторанами, 65 кофейнями, магазинами, казино, 18-луночным полем для гольфа, в которых местные жители предоставляют услуги для приезжающих туристов.[[60]](#footnote-60)

1. *Автономные отели, обычно закрытые и имеющие бассейн,* в основном расположенные на Синае и на побережье Красного моря. Иногда такие отели объединяются в небольшие группы для того, чтобы диверсифицировать услуги и привлечь большее количество туристов.

Необходимо заметить, что вторая и третья категорий туристических мест Египта являются подмножеством первой. В большинстве случаев они имеют несколько общих черт: а) все они закрытого типа или отделены от другой части города своеобразным забором; б) каждый отель имеет, как минимум, один бассейн и прямой выход к морю; в) территории таких гостиниц обычно включают в себя жилые зоны и зеленые территории. Более того, все три типа категорий построены на деньги частных инвесторов, будь это один инвестор, как в случае автономных гостиниц или некоторых интегрированных деревень, или же группой инвесторов, как в большинстве случаев крупных курортов или интегрированных деревень.

Мировой спрос на рекреационный и пляжный отдых с каждым годом возрастает и, разумеется, он не обходит стороной Египет. За последние 20 лет число туристов, посещающих эту страну только возрастает ( за исключением нескольких периодов). Основной поток туристов идет из стран Евросоюза (почти 50%), Ближнего Востока и России (11% на 2008 год). [[61]](#footnote-61) Популярность данного направления у русских и европейских, а именно немцев и британцев, путешественников растет благодаря грамотной политики туристических фирм и налаженности авиасообщений между странами. Кроме того, Египет предлагает свои услуги круглый год и имеет конкурентоспособные цены.

Поток туристов из Российской Федерации с каждым годом увеличивается, так, с 2002 по 2006 год он вырос на 161%, а в 2010 году достиг своего максимума. Однако в последнии годы поток российских туристов уменьшается, так в 2015 году страну посетило 2 389 882 человека, что на 23.9% меньше, чем в 2014 году, когда этот показатель равнялся 3 138 958 человек.[[62]](#footnote-62)

Важную роль в статье доходов от туризма занимают арабы, приезжающие в Египет и имеющие высокую покупательную способность. Так, первое место среди всех арабских стран занимает Саудовская Аравия, 32% от всех туристов Ближнего Востока. Именно они в летнии месяцы путешествуют по стране, в особенности по Каиру и Александрии. Отличительным фактором арабов является то, что они предпочитают арендовать виллы или квартиры недалеко от Суэцкого канала, и лишь с недавнего времени они стали бронировать номера в гостиничных комплексах Красного моря. Такая же тенденция в выборе места проживания в течение длительного времени наблюдалась у местных житеей. Большинство из них путешествуют с семьями и родственниками и проживают на берегах Средиземного моря в арендованных домах и виллах. Гостиничные комплексы, расположенные на побережье Красного моря, начали создавать привлекательные условия и специальные предложения для привлечения местных туристов на свои курорты, так, за последнии несколько лет ситуация в корне изменилась. В настоящее время, более 60% от общего количества ночей, проведенных египтянами в отелях страны, приходятся на отели на берегу Красного моря и на Синае.[[63]](#footnote-63)

История и культура Египта , несомненно, уходят корнями в глубокое прошлое, именно поэтому не вызывает сомнений тот факт, что именно эта страна как туристическое направление, всегда будет востребована на мировом туристическом рынке. Потенциал Арабской республики Египет многокомпонентный, причем все они очень разнообразны и обладают привлекательностью как [[64]](#footnote-64) в культурно-познавательном, так и в рекреационном аспекте.

## 2.2 Основные проблемы затрагивающие туристический сектор Египта и пути их решения

Египет - уникальное государство, которое не без основательно претендует на роль лидера арабского мира. Именно он является самой большой страной по численности населения в Африке. Несмотря на тот факт, что более 95% территории занимает пустыня, страна является лидером на своем континенте по числу посещаемости иностранными туристами. Туристический кластер является одной из ведущих отраслей экономики Египта. Результаты исследования показывают, что влияние иностранных туристов, на экономику Египта составило 2,3% ВВП в 2013 г. Но реальные расчеты доказывают, что эта цифра гораздо выше и составляет 5,6% ВВП в 2013 г. [[65]](#footnote-65)

Однако туристическая отрасль постоянно сталкивается с воздействием внешних факторов на ее внутреннюю среду, а их не всегда можно однозначно оценить. Политические кризисы и природные катаклизмы -два основных фактора, которые в корне могут изменить ситуацию в данном секторе. Помимо мирового финансового кризиса, в 2011 году туризм в Египте столкнулся с проблемой, пришедшей из вне. В столице страны - Каире, Александрии и многих других городах начались серии уличных протестов, приведших к отставке правительства. Более того, местные жители требовали от властей увеличить минимальную заработную плату, остановить рост цен на продукты питания и в целом поднять уровень жизни в стране. Несомненно, такие события в корне изменили ситуацию в туристическом секторе Египта, ведь правительственные войска оккупировали территории даже курортных зон, таких как Шарм-Эль-Шейх, например. В конце 2011 году Мунир Фахрир Абдельнур , занимающий пост министра туризма страны, заявил, что поток иностранных туристов сократился на 33%, а количество въехавших иностранцев составило лишь 9 миллионов 854 тысячи.[[66]](#footnote-66)

Необходимо отметить тот факт, что именно Каир, как центр туризма, пострадал сильнее всего, ведь именно здесь происходило большинство массовых народных выступлений. Кроме того, туристы стали тратить меньше средств во время пребывания в стране. Так, в 2010 году каждый иностранный турист, в среднем, ежедневно тратил 85 долларов, а в 2011 году этот показатель опустился до 72 долларов.[[67]](#footnote-67)

В 2010 году Египет зафиксировал самый высокий доход от туризма, составивший 13,8 млрд. долларов США. В 2014 году этот показатель составлял лишь 7-7,5 млрд. Долларов США, что подтверждает тот факт, что доходы от главного сектора страны снизились на 45%, что, в свою очередь, привело к критической ситуации и ограничению валютных резервов, соответственно. В течение этого периода больше всего пострадали такие города, как Луксор и Каир, так как спрос на культурный туризм упал в виду обострившейся политической обстановки, что привело к тому, что многие местные жители потеряли свою работу, а, значит, и без того высокий уровень безработицы только увеличивался. Правительство страны во главе с Абдель Фаттахом Аль-Сиси направило все силы на восстановление туристического сектора в Египте. Так, были повышены стандарты безопасности в главных курортных зонах, и осуществлялись маркетинговые стратегии по привлечению путешественников в страну. Однако в 2015 году после авиакатастрофы на Синае и ошибочного военного авиаудара по мексиканской туристической группе доходы от туризма сократились до критической отметки. Большинство стран мира рекомендовало своим гражданам воздержаться от посещения Арабской республики Египет, что привело к тому, что в первом квартале 2016 года лишь 363 500 иностранных туристов посетили страну, что на 62,5 % меньше, чем в январе 2015 года. Более того, после падения российского самолета этот показатель достиг отметки отметки 909 400 иностранных граждан. Так, в 2015 году поток туристов из Западной Европы снизился на 35,2%, а количество туристов, приезжающих с Ближнего Востока, сократилось на 28,6%.[[68]](#footnote-68) Отсутствие российских туристов в Египете, а также сильное сокращение количества иностранцев из европейских стран стали причинами серьезного кризиса туристической отрасти страны. Заполняемость гостиниц в курортных зонах, таких как Шарм- эль-Шейх и Хургада снизилась на 90% и 80%. Многие отели двух городов прекратили свою деятельности, а те, кто еще предоставляет услуги туристам в лучшем случае используют свой потенциал на 5 %. Разумеется, туристический сектор страны сильно пострадал в течение последних лет, именно поэтому египетские власти принимают меры по улучшению безопасности авиаперелетов, устанавливая в аэропорты новые дорогостоящие оборудования по контролю безопасности. Более того, Каир пригласил международную консультационную фирму, специализирующуюся на оценке риска в аэропортах, для того, чтобы получить международную аккредитацию и сертификат, подтверждающий, что уровень безопасности в аэропортах страны соответствует всем международным стандартам. Также египетская сторона готова принимать любые делегации из России, которым также поручено оценивать системы безопасности в Египте. Кроме того, правительство пытается развивать альтернативные туристические рынки, привлекая туристов из арабских стран и развивая внутренний туризм. Так, в 2016 году поток туристов из арабских стран увеличился на 17,6% по сравнению с показателем 2015 году и составил почти 2 млн. Человек или 36,3% от общего числа туристов, причем из Саудовской Аравии в стране прибыло 507 тысяч человек, из Иордании 180 тысяч, из Кувейта – 150 тысяч, а из Ливана – 86 тысяч, соответственно.[[69]](#footnote-69)

В 2016 году Египет подписал протокол сотрудничества Всемирной туристской организации (ЮНВТО), целью которого является предоставление туристическому сектору страны долгосрочной технической и политической поддержки в условиях существующего кризиса. Было обозначено четыре направления сотрудничества, а именно: 1. Безопасность; 2. Исторический/ культурный туризм; 3. Создание нового комитета министров; 4. Продвижение/ маркетинг. Кроме того, была разработана стратегия выхода из кризиса и дальнейшего развития туристического сектора Египта путем продвижения исторического наследия страны, а также восстановления картины, сложившейся во многих странах мира, путем проведения международных рекламных кампаний.

Второй острой проблемой в туристическом секторе Египта является распределение занятости по признаку пола. Согласно статистическим данным CAPMAS в 2007 году в гостиницах и отелях страны работало лишь 7,1% женщин. Процент работающих девушек варьируется в зависимости от города, так, в Каире этот показатель является максимальным и составляет 17,9% от всей рабочей силы. Совершенно противоположная ситуация на берегу Красного моря и Синая, там в гостиничном бизнесе задействовано лишь 1,5 % лиц женского пола. Безусловно, существует несколько причин, негативно влияющих на такое соотношение между занятым населением, а именно: 1. Социальные и религиозные причины играют доминирующую и отрицательную роль в трудоустройстве женщин; 2. Владельцы отелей предпочитают нанимать на работу лиц мужского пола. Так, результаты опроса HSS выявили, что в 97,7% случаях работодатель предпочтет мужчину-работника, даже если он имеет одинаковый опыт и квалификацию с кандидатом женского пола. 3. Отдаленность курортных зон от места проживания. Так, более 60% женщин не готовы работать в гостиницах, расположенных на берегу Красного моря из-за удаленности от их семьи.[[70]](#footnote-70)

В свою очередь, правительство страны проводит различные маркетинговые мероприятия, целью которых является привлечение женщин на работу. Многие гостиничные комплексы стали предлагать египтянкам хорошие условия для работы, как, например, няню, готовую проводить время с их детьми во время рабочего дня. Однако социальное давление и осуждение общества не дает властям решить данный вопрос и уравновесить соотношение занятости женщин и мужчин в туристическом секторе.

Необходимо заметить, что в туристическом секторе Арабской республики Египет существует еще несколько проблем, которые препятствуют равномерному и устойчивому развитию данной деятельности, а именно: *1. Планирование и процесс развития.* Власти страны и инвесторы готовы рассматривать лишь краткосрочные планы развития данного сектора не учитывая последствия своих решений. Так, диверсификацию туризма в стране происходит отдельно и в ущерб всем другим видам деятельности. В первую очередь страдает окружающая среда, чрезмерное использование ресурсов привело к их истощению, особенно на пляжах и прибрежных территориях, а также загрязнению курортов, что ставит под угрозу развитие туризма в этих зонах. В настоящее время правительство страны направило свои силы на распределение и классификацию всех туристических районов в соответствии с уровнем загрязненности и «чувствительности» окружающей среды, что в дальнейшем должно привести к положительным изменениям в этой области. 2. *Слабая осведомленность местного сохранении чистоты в стране.* Большая часть местного населения Египта каждый год выбирает для путешествия один и тот же курорт или вовсе не выезжает за пределы своего города. Более того, египтяне не осознают тот факт, что нужно защищать и беречь природные ресурсы, которыми они располагают. Так, на улицах страны повсюду разбросан мусор, который разлагается под жарким солнцем в течение недель. Решение данной проблемы находится полностью в руках местного населения и властей страны. Необходимо глубокое вмешательство в сознание людей для того, чтобы изменить их представление о качестве жизни и уровне чистоты в своей стране. Введение в институтах, школах и различных культурных центрах уроков и курсов по защите окружающей среды может стать первым шагом на пути избавления страны от мусора. Кроме того, важно внести в туристические брошюры информацию о том насколько важно сохранять природу и охранять уникальные объекты Египта. 3*. Почти полное отсутствие стимулирования внутреннего туризма.* Именно внутренний туризм помогает добиться баланса , особенно в период спада туристов из других стран мира. Сосредоточение внимания властей на развитии побережья Красного моря и предоставления туристических услуг в Каире отодвигает вопрос о местных жителях на второй план. Египтяне испуганы ситуацией , происходящей у них в стране, именно поэтому в последние годы большинство из них выбирает для отдыха близлежащие страны, которые, в свою очередь, проводят маркетинговую политику по привлечение туристов.

# 3. Анализ туристического потенциала Израиля

## 3.1 Характеристика туристического сектора Египта и его особенности

Израиль основанный в 1948 году и являющийся небольшой страной по площади, несомненно, сталкивается с определенными экономическими ограничениями, однако по праву считается одной из самых быстро развивающихся стран мира. Два основных события поспособствовали толчку, произошедшему в начале 1990-х годов в экономике государства, а именно: 1. Волна еврейской иммиграции, преимущественно из стран бывшего СССР, которая послужила причиной притока более миллиона новых граждан, большинство из которых имеют высшее образование. 2. Мирный процесс, начавшийся в октябре 1991 года на Мадридской конференции, итогом которого стало подписание мирного соглашения между Израилем и Иорданией в 1994 году.

Основной экономики страны является технологически развитая рыночная экономика, включающая в себя быстро развивающиеся высокотехнологичные отрасли, сельскохозяйственный, финансовый сектора и сферу услуг. Самые огромные темпы роста показывает отрасль высоких технологий, именно об этом говорит тот факт, что еще в 1965 года на нее приходилось лишь 37% промышленного производства, в 1985 году этот показатель составлял 58%, а в 2006 году достиг отметки в 70%. Необходимо отметить, что сектор услуг составляет 64,7% ВВП страны. Хотя доля индустрии туризма в ВВП страны составляет менее 3%, ее добавленная стоимость с точки зрения иностранной валюты достигает 85%, что, [[71]](#footnote-71) в свою очередь, делает ее лидером по показателю добавленной стоимости среди всех экспортных отраслей.

Во многих странах туризм является одним из важнейших составляющих экономики, а также отраслью, которую они с гордостью демонстрируют путешественникам. Израиль – одна из тех стран, в которых данная индустрия начала развиваться совсем недавно и еще не смогла полностью выработать свой потенциал. Экономическая роль туристического сектора страны не всегда была сильно заметна, однако в течение последних нескольких лет она становится важным источником дохода. Несмотря на свою небольшую территорию, Израиль является домом для сотен туристических направлений и видов деятельностей.

Израиль основанный в 1948 году и являющийся небольшой страной по площади несомненно сталкивается с определенными экономическими ограничениями. С 1990-х годов правительство государства приступило к развитию туристического сектора, который стремительно начал набирать обороты, и на 2015 год он стал вносить 2,8% в национальный ВВП страны. Кроме того, доходы от индустрии туризма в 2017 году составили 20 миллиардов шекелей.[[72]](#footnote-72) Более того, он напрямую обеспечивает рабочие места 3,5% от всего занято населения страны. Более 7 % местных жителей прямо или косвенно вовлечены в эту сферу.[[73]](#footnote-73)

Как уже было замечено, с каждым годом все больше людей со всего мира хотят посетить это небольшое государство. Так, чаще всего Израиль посещают путешественники из США, в 2017 году 779 тысяч человек приехали полюбоваться красотами страны, что на 21% больше, чем в 2016 году. 331, 5 тысяча россиян прилетела в государство в 2017 году, что на 26% больше, чем в 2017. На третьем месте туристы из Франции, число которых выросло на 8% за аналогичный период и составило 308 тысяч человек. Несомненно, постоянный рост потока путешественников в Израиль – это результат тщательной работы министерства туризма, которое провело и проводит [[74]](#footnote-74) широкий спектр мероприятий по привлечению туристов в страну. В течение последних двух десятилетий израильское правительство начало осуществлять ряд различных национальных программ поддержки, например, в 2005 году была предоставлена финансовая помощь, целью которой была реконструкция исторического центра в городе Иерусалим. Другим примером может служить разработанный стратегический план по увеличению привлекательности для туристов пустыни Негев в 2006 году. Правительство страны стремится укрепить позиции своего государства на международном туристическом рынке, именно поэтому в 2012 году был подписан договор «открытого воздушного пространства» между Израилем и Евросоюзом, который позволил осуществлять прямое сообщение из любых аэропортов между двумя регионами. Такой шаг ознаменовал либерализацию воздушного сообщения, и, следовательно, привел к снижению цен на авиабилеты и, разумеется, увеличению количества туристов, выбирающих авиасообщение, как способ передвижения.[[75]](#footnote-75)

Необходимо отметить тот факт, что средняя сумма расходов от приезжающих в страну туристов на 2015 году составила 1 916, 20 долларов США, по сравнению с таким же показателем в Иордании и Египте, где он составил 1080,80 долларов США и 663,60 долларов США, соответственно. [[76]](#footnote-76)

Если рассматривать страну, как туристическое направление для путешественников со всего мира, то, несомненно, можно сказать, что Израиль предлагает очень дифференцированный и разнообразный набор достопримечательностей на любой вкус. Кроме того, преимуществом страны является то, что проводится активная маркетинговая политика во всех израильских туристических компаниях, благодаря которой поток путешественников возрастает с каждым годом.

Все виды туристических поездок в Израиль можно разделить на несколько типов, а именно: 1. *Религиозный;* Несомненно, одной из главных причин посещения данного направления является религиозный туризм и паломничество. Так, в 2015 году 22% от всех путешественников преследовали именно эту цель. Кроме того, поток американских христиан, посетивших Святую Землю с 2000 по 2010 год возрос на 40%, в тот момент, как южноамериканские путешественники из Аргентины и Мексики стали меньше посещать страну, и поэтому в указанный период данный показатель снизился с 64 до 37%. Число туристов-христиан в целом увеличилось на 43% за последние десять лет. [[77]](#footnote-77) Туристы со всего мира называют Израиль местом, имеющим большое религиозное значения, ведь именно здесь берут свое начало три основные авраамические религии, а именно: христианство, ислам и иудаизм.

Иерусалим же, в свою очередь, является священным городом и достоянием всего человечества, который с каждым годом посещает все больше туристов. Так, в 2017 году город посетило 3,6 миллиона путешественников, что на 25% больше, чем в 2016 году. Именно [[78]](#footnote-78) здесь находятся святые места поклонения каждой из трех религий. Для евреев это - Стена Плача, находящаяся в западной части Храмовой Горы, для мусульман – мечеть Эль Акса, являющаяся третьей по значимости святыней после Мекки и Медины, а для христиан – Скорбный Путь ( Виа Долозара) и Храм Гроба Господня. *2. Оздоровительный;* Израиль и Иорданию омывает Мертвое море, обладающее высокой концентрацией солей и минералов, именно поэтому многие путешественники выбирают этот курорт для того, чтобы погрузиться в атмосферу спокойствия и отрешенности от повседневных забот, а также начать свое лечение от таких болезней, как псориаз и кисточный фиброз[[79]](#footnote-79). Большинство центров, предоставляющих оздоровительные услуги находятся на берегу упомянутого выше места и у озера Кинерет.

Нужно отметить, что медицинский туризм в Израиле растет с каждым годом, ведь именно это страна в настоящий момент является мировым лидером в области обеспечения здравоохранения и разработки новых методов лечения. Так, в 2013 году государство посетило 30 000 туристов, из них 65% преследовали цель получить комплексное лечение, а 35% выбирали это направления для того, чтобы насладиться косметическими процедурами. [[80]](#footnote-80) 3. *Рекреационный (пляжный);* Самым популярным курортом на берегу Красного моря является Эйлат известный своими крупными отеля и курортами, расположенными вдоль береговой линии, а также ресторанами, торговыми центрами и ночными клубами. Город расположен на юге Израиля в пустыне Негев на побережье Красного моря и граничит с Египтом ( Табой) и Иорданией (Акаба). Эйлат был основан в 1951 году и постепенно становился туристическим центром, особенно заметный скачок произошел в 1980-х годах, когда в нем были отменены какие-либо пошлины. За последние годы правительство страны предпринило немало усилий для того, чтобы туризм в Эйлате непрерывно развивался, именно поэтому муниципалитет города вместе с министерством туризма разработали план поддержки развития туристического потенциала данного курорта. Данная концепция включала в себя увеличение потока туристов с 3 млн. в 2012 году до 4,5 млн. Человек к 2020 году. Кроме того, правительство страны выделило 22,8 млн, евро на развитие инфраструктуры, а также культурного и спортивного туризма, также большое внимание уделялось восстановлению пляжей, набережных и бульваров.[[81]](#footnote-81)

В настоящее время город называют “ праздничной столицей” Израиля. Он подразделяется на две части, а именно: 1. Южная часть, на которой располагаются природные объекты с рифами и пляжами. 2. Северная часть, являющаяся оживленной частью города, где переплетается пляжный отдых, бары и рестораны, а также торговые центры.[[82]](#footnote-82)

Необходимо отметить, что внутренний туризм в Израиле в основном сосредоточен в Эйлате. Так, в 2015 году в отелях и апартаментах курорта останавливалось 6,3 млн. Местных жителей из 13,4 млн. Решивших выбрать отель местом своего пребывания. Вторым по популярности направлением у израильтян является Мертвое море , в упомяном году здесь остановилось 1,7 млн человек.[[83]](#footnote-83)

Важно отметить тот факт, что несмотря на показатель 6,3 млн местных людей, остановившихся на курорте Эйлат, лишь 576 000 туристов из других стран посетили этот город. Такой факт означает, что израильские путешественники составляют более 90% всех посещающих город людей. Кроме того, ситуация изменилась за последние 8 лет, так, в 2011 году лишь 5,7 млн. местных жителей выбрали Эйлат местом своего отдыха, в тот момент, как показатель международного туризма в город достиг отметки 1,1 млн. Путешественников.

Особенностью Израиля является тот факт, что в стране отсутствует официальная государственная классификация отелей по “звездам” и “категориям”. Уровень звездности отеля оценивается согласно субъективному мнению хозяина гостиницы ( или сети) или же согласно мнению туроператора, основанного на опыте его работы, именно поэтому часто можно встретить места проживания не соотвествующие мировым стандартам обслуживания и качества. 95% отелей страны городского типа и не имеют никаких дополнительных территорий вокруг своих объектов. Так, согласно неофициальной системе классификации отелей в стране, они распределяются на следующие категории размещения, а именно: 1. *Superior Deluxe* – гостиницы мирового уровня, в большинстве своем имеющие форму дворца и предлагающие наивысшие стандарты обслуживания и размещения для своих гостей. 2. *Deluxe.* Имеют много общих черт с первым типом, однако предлагают более низкие цены и имеют меньшую площадь. 3. *Moderate Deluxe*. Большинство отелей данной категории находятся на третьей строчки из-за плохой репутации в прошлом. 4. *Superior First* Class. Данный тип размещения подходит для клиентов из высших слоев среднего класса. В большинстве случаев гостиницы данного типа имеют современные здания и предоставляют услуги, соответствующие мировым стандартам качества. 5. *First Class* – категория отелей, имеющая стандартные номера, развлечения и общественные помещения. 6. *Limites-Service First Class и Moderate First Class*. Оба типа гостиниц имеют простые номера, и часто в них нет ресторанов и холлов для отдыха. 7*. Tourist Class и Moderate Tourist Class.* Малобюджетные отели, в большинстве своем старые и имеющие минимальные удобства в номерах. [[84]](#footnote-84)

В 2010 году после долгих исследований туристического рынка и услуг страны, правительство пришло к выводу, что в Израиле недостаточное количество гостиничных номер. Именно поэтому был предпринят ряд мер для быстрого и качественного развития этой области. Так, были выданы гранты на реконструкцию отелей и увеличения стандартов качества обслуживания, достигающие 20% от стоимости ремонта. Более того, 28% от суммы можно было получить от преобразования существующих зданий в отеле, соответствующие мировым стандартам.

В 2012 году в целях повышения уровня конкурентоспособности [[85]](#footnote-85)страны Министерство туризма учредило специальный комитет, занимающийся проверкой всех составляющих цены на туристические услуги. Благодаря деятельности этого органа, были отменены различные положения и инструкции, увеличивающие конечную стоимость «продукта» и препятствующие развитию данного сектора.

Кроме того, комитет содействует сохранению и охране культурных объектов, а также помогает найти инвесторов для археологических раскопок и реставрации различных памятников. Жители отдаленных районов каждый год получают поддержку и помощь в развитии малого туризма и сельского хозяйства у себя в регионе. Безработные и студенты могут пройти специальные курсы, позволяющие им после их окончания работать в индустрии туризма. Все эти меры, предпринятые правительством для улучшения качества предоставляемой услуги, положительно повлияли на развитие туристического сектора, тем самым увеличив доходы государства и предоставив местным жителям рабочие места.

## 3.2 Основные проблемы затрагивающие туристический сектор Израиля и пути их решения

С момента своего создания в 1948 году государство Израиль пережило более 7 официальных войн: 18 летний конфликт на юге Ливана, две интифады, вооруженные восстания палестинцев, а также бесчисленные террористические нападения. Разнообразие туристических продуктов, описанное нами выше, доказывает, что у государства есть потенциал стать одним из самых популярных туристических направлений. В 2015 году Израиль посетило 2,8 млн иностранных туристов, что на 4,3% меньше, чем в 2014 году. Более того, показатель снижался и в первой половине 2016 года. [[86]](#footnote-86) Снижение числа путешественников в страну обусловлено рядом факторов, причем основным из них является ухудшение стабильности и безопасности внутри страны. Первый скачок произошел после военной операции «Нерушимая скала», проводимой в период с 7 июля по 26 августа 2014 года, далее последовала цепочка террористических актов, произошедших в Иерусалиме, Тель-Авиве и других городах в 2015 году. Кроме того, учитывая и так нестабильную ситуацию в регионе, падение российского самолета над Синаем в том же году вызвало резкий спад (30%) в туристическом потоке из России, являющимся значительным источником доходов для страны. Так, показатель уровня наполненности гостиничных номеров в Иерусалиме снизился на 9, 1% в 2014 году, что, безусловно объясняется тем фактом, что именно этот город стал центром большинства стычек и городских восстаний.[[87]](#footnote-87)

Другим важным фактором, сильно замедляющим развитие туристического сектора, является конфликт между Израилем и Палестиной, начавшийся в 1967 году и продолжающийся по сей день. Заметные изменения и скачки в данном секторе начались после окончания второй интифады в 2000 году и последующими за ней терактами, происходящими в израильских городах до конца 2006 года. Таким образом, в течение этого периода Израиль потерял более 15 миллиардов долларов. Если бы в регионе не наблюдался конфликт, то, по оценкам экспертов, доходы от туристического сектора в 2006 году составили бы 5 млрд. Долларов США, вместо фактических 1,9 млрд. Долларов США. Несмотря на подъемы в числе пребывающих в страну туристов, нужно заметить, что показатели данной отрасли колеблются и полностью зависят от состояния арабо-израильского конфликта. Так, оккупированные палестинцами территории также наносят ущерб экономике страны, по оценкам ученых, Израиль теряет от 10,5 до 62,8 млрд. Долларов США каждый год.[[88]](#footnote-88)

Несмотря на это государственная политика по развитию туристического кластера в стране способствует улучшению инфраструктуры, восстановление культурного наследия, а также организации различных международных маркетинговых кампании. Однако частный сектор должен направить свои силы на привлечение новых целевых групп туристов. Именно поэтому, государство проводит различные мероприятия, связанные с бизнес- планированием для того, чтобы внести инновации в туристическую сферу. С 2010 года частные и государственные сектора направили свои силы на то, чтобы перейти к взаимовыгодному сотрудничеству друг с другом.[[89]](#footnote-89) Были определены планы развития основных курортов, а также подсчитаны необходимые инвестиции для того, чтобы вывести туристический сектор на уровень, который позволил бы ему стать конкурентоспособным на мировой арене.

Министерство туризма, в свою очередь, старается предпринимать все возможные меры для того, чтобы развивать туристическую индустрию и распространять рекламу о курортах страны. Так, в 2007 году данный департамент подписал контракт с чартерным рейсом из Ватикана для того, чтобы увеличить число католических паломников, посещающих страну. Были разработаны специальные туры, включающие в себя посещение религиозных объектов, а также достопримечательностей современного Израиля. [[90]](#footnote-90)

Несмотря на все предпринимаемые государством меры по улучшению услуг и привлечению туристов, почти никаким образом не затрагивается вопрос борьбы с негативным имиджем Израиля во всех средствах массовой информации. Во многом благодаря этому путешественники из различных уголков земли рассматривают страну, как небезопасное место назначения, даже несмотря на все разнообразие туристических и религиозных объектов. Правительство страны должно делать упор на разработку долгосрочных планов развития данного сектора, а не рассматривать их, как антикризисную меру на краткосрочной основе. Государственный сектор должен сотрудничать со всеми заинтересованными сторонами, вовлеченными в данную отрасль.

Иерусалим, как было отмечено нами ранее, является местом непревзойденной религиозной важности, наполненным культурой и наследием огромного числа людей, однако именно он считается самой опасной достопримечательностью страны. Так, необходимо проводить различные маркетинговые и рекламные мероприятия, направленные на изменение картины, сложившейся у людей по всему миру. В настоящее время большая часть информации, поступающей из различных социальных сетей лишь подтверждает тот факт, что пребывание в Израиле, а в особенности в Иерусалиме, небезопасно. Необходимо начать сотрудничество с популярными туристическими веб-сайтами, например, Tripadvisor, BBC Travel и т.д. для того, чтобы потребители услуги смогли более четко увидеть преимущества страны и не акцентировать свое внимание на безопасности.

Более того, большая часть путешественников, приезжающих в город и в страну, относятся к числу людей, имеющих доход выше среднего, именно поэтому они склонны сочетать рекреационный туризм и совершением различных покупок. В настоящее время в городе не выстроено структурированной системы и программы, направленных на продвижение товаров, сделанных в Израиле и относящихся к премиальной и средней ценовой категории, что, в свою очередь, уменьшает интерес туриста к пребыванию в стране.

Важным фактором, тормозящим развитие Иерусалима, является слаборазвитая система общественного транспорта, а также качество услуги такси. Так, государству необходимо выделить инвестиции на улучшение транспортного сектора, что поспособствует облегчению передвижения туристов по городам, и, следовательно, повышению уровня развитости страны.

Несомненно, Эйлат является одним из важнейших составляющих туристического кластера страны. Несмотря на свое успешное развитие, начавшееся в 1980-х годах, существуют ряд проблем, которые препятствуют увеличению потока туристов. По большей мере курорт ориентирован на определенные группы людей, такие как молодые семьи или подростки, которые не готовы заплатить больше, чем за бронирование отеля и вечеринки с алкогольными напитками. Курорт сильно зависит от массового туризма из-за высокой чувствительности потребителя к цене, таким образом, путевки «все включено» продаваемые туристическими операторами позволяют путешественникам пребывать в стране в течение нескольких недель, однако малый бизнес, такой как рестораны, гиды, различные бутики сильно страдают из-за нехватки посетителей, нацеленных на покупку или потребление услуги.

Несмотря на свой сухой и комфортный климат, а также различные водные развлечения, большинство туристов посещающих данный курорт – местные жители, ищущие доступный для отдыха пляж. Как уже было отмечено ранее, правительство старается повысить привлекательность курорта для туристов из других стран, организовывая в городе различные фестивали и культурные мероприятия. Кроме того, в 2018 году планируется открытие аэропорта Рамон, который будет располагаться в долине Тимна, что позволит увеличить туристический поток в пустыню Негев, тем самым поспособствовав притоку иностранных граждан в Эйлат. [[91]](#footnote-91) Однако, если Израиль хочет полностью использовать потенциал берега Красного моря, необходимо будет разработать и предложить потребителю виды туров с более доступной для них ценой, которая позволит курорту конкурировать с другими близлежащими районами, предлагающими рекреационный отдых. Как было упомянуто ранее, Эйлат является курортом с высокими ценами, даже прямое авиасообщение между Израилем и европейскими странами не позволяет сделать цену доступной для всех слоев общества. Учитывая высокую конкуренцию между тремя курортами на берегу Красного моря, расположенными в Египте, Иордании и Израиле, последнему из них необходимо провести маркетинговый анализ, подробно изучить структуру цен на предоставляемые услуги для того, чтобы в дальнейшем составить план развития и модернизации туристического кластера Эйлата. Во-первых, необходимо увеличить количество фестивалей и мероприятий, направленных на изучение и осмотр достопримечательностей и культурных ценностей города, что позволит туристам совместить отдых с изучением истории страны. Во-вторых, курорты – конкуренты – это две мусульманские страны, именно поэтому употребление алкогольных напитков строго запрещено. Последнее время в Израиле распространение получили «винные туры» - рыночная ниша с высокой добавленной стоимостью и легко совместимая с другими видами туристической деятельности, такими как культурные мероприятия, например. Правительство страны предложило запустить новый вид развлечения для путешественников в пустыне Негев, в которой было открыто несколько виноделен предлагающих приезжающим продегустировать напитки. Таким образом, в совокупности с различными дополнительными предложениями Эйлата, такими как элитные рестораны, ориентированные на клиентов высокого класса или винные бары для молодежи, данное направление стало привлекать туристов из Америки, Европы и России.

Несмотря на все усилия государства, направленные на повышения потока туристов в страну, его показатель остается по-прежнему достаточно низким по сравнению с другими странами-конкурентами. Кроме того, необходимо диверсифицировать предлагаемые услуги для того, чтобы привлекательность курорта оставалась, как минимум, на том же уровне для местных жителей.

Необходимо отметить тот факт, что в настоящее время гостиничный фонд Израиля насчитывает 340 отелей разной категории и звездности, номерной фонд которых составляет 47 900 апартаментов. Однако большинство туристов предпочитают оставаться в частных апартаментах или молодежных гостиницах ввиду высокой стоимости проживания в гостиницах. Так, в 2014 году почти половина иностранных туристов предпочли остановиться в арендованных квартирах или апартаментах. [[92]](#footnote-92) В настоящее время Министерство по туризму Израиля подготавливает новый документ, целью которого будет снизить цены на предоставляемые услуги. Таким образом, будет проведена переоценка всех отелей страны международными экспертами по более, чем 250 критериям. [[93]](#footnote-93) Такая мера позволит урегулировать уровень цен на размещение в гостиницах в зависимости от их класса и категории. В настоящее время гостиничный сектор страны переживает сложный период, который, с одной стороны, характеризуется увеличением числа отелей, предоставляющих свои услуги потребителю, а, с другой стороны, уменьшением пребывающих из других стран туристов. Еще одной серьезной угрозой для отелей является доступ к таким интернет сайтам, как AirBnB, позволяющим путешественникам арендовать квартиры в стране на краткосрочной основе, вместо того, чтобы переплачивать за гостиничные номера. [[94]](#footnote-94) Таким образом, правительству страны необходимо принять меры для решения данной ситуации, так, например, можно ввести дополнительное налогообложение для таких сайтов или повысить стандарты и требования для мест, в которых могут оставаться туристы на ночевку.

В 2012 году по данным из отчета Всемирного экономического форума, Израиль занял 133 из 140 строчку по показателю стоимости отдыха в стране. Несмотря на это, власти страны планируют ввести в стране НДС в размере 17% за проживание в отелях и аренду автомобилей. Разумеется, данное нововведение приведет к тому, что и так высокая строчка по данному показателю достигнет своего пика, и страну можно будет называть одной из самых дорогих стран для туристов, ведь стоимость пребывания на ее курортах вырастет на 7%.[[95]](#footnote-95)

Полноценное развитие туристического кластера страны возможно только при тесном сотрудничестве частного и государственного секторов, при условии, что они будут рассматривать туризм, как важнейшую составляющую экономика страны, а также повод для гордости израильского народа.

# Заключение

В настоящее время туризм является одним из самых быстроразвивающихся секторов экономики. Для многих стран именно он является инструментом регионального развития, поскольку благодаря нему происходит диверсификация и стимулирование новых видов экономической деятельности. Именно туризм может оказывать положительное влияние на платежный баланс, на занятость населения, а также валовый доход страны, однако, он может иметь и негативные последствия, особенно для окружающей среды, что, в свою очередь, характерно для Иордании, Египта и Израиля.

Все три страны сделали ставку на развитие туристической отрасли совсем недавно, однако экономика и уровень жизни каждой из них сильно зависят от развитости упомянутого сектора, именно поэтому власти прикладывают все усилия для того, чтобы инвестировать в туризм, тем самым диверсифицируя предоставляемые услуги и повышая уровень обслуживания, который ни в одной из них до сих пор не соответствует международным стандартам качества.

Министерства туризма и другие вспомогательные органы, помогающие развиваться данному сектору, должны сделать акцент на специфике и особенностях своей страны, для этого нужно учитывать все составляющие, влияющие на желание клиента приобретать услугу. Одной из главных задач правительства Иордании и Израиля на данный момент является изучение состава и структуры ценообразования в данном кластере, а также ориентирование не только на путешественников, предпочитающих отдых класса люкса, но и на туристов со средним уровнем достатка.

Кроме того, окружающая среда является фактором успешного развития туристического кластера, особенно, если он основывается на историко-культурном наследии государства. Власти Египта должны акцентировать свое внимание на сложившейся в стране ситуации, ведь огромное количество путешественников в настоящее время готовы рассматривать другие туристические направления и курорты, предлагающие более высокие цены за свои услуги, из-за сложившееся в стране экологической ситуации.

Более того, Израиль, Иордания и Египет сталкиваются с серьезными проблемами, связанными с региональной нестабильностью во всем ближневосточном регионе. Противостояние между рядом арабских стран, а также различными военизированными радикальными группировками, которые поддерживает часть коренного арабского населения, с одной стороны, и государством Израиль сильно влияют на репутацию данных стран. Многие туристические агентства предупреждают и предостерегают путешественников об опасности посещения данных направлений. Именно поэтому власти страны должны проводить различные маркетинговые мероприятия по привлечению туристов со всех краев мира, учитывая тот факт, что их потенциал почти безграничен.

Необходимо отметить тот факт, что несмотря на развитость данной отрасли, рабочих мест для местного населения не хватает. Важно привлекать различные иностранные инвестиции в страны для того, чтобы развивать данные сектора, строить отели, рестораны и различные заведения развлекательного характера, тем самым обеспечивая жителей работой и одновременно привлекая больше туристов.

В заключении хотелось бы заметить, что развитость и современность туристического кластера напрямую будет способствовать росту и других секторов экономики, например, транспортному, торговому и строительному. Более того, большая часть иностранных туристов готовы отправляться на обучения в данный регион, тем самым расширяя образовательный сектор. Все три страны имеют огромный потенциал быть самыми востребованными на мировым рынке направлениями, а развитый туристический сектор привлекает крупных инвесторов, как внутренних, так и зарубежных. Однако для развития данного кластера важно поддержание стабильных отношений в регионе, а в особенности между Израилем, Иорданией и Египтом, которые находятся в самом эпицентре ближневосточного конфликта. Смогут ли страны в ближайшие годы прийти к консенсусу для того, позволить туристического сектору развиваться в полную силу?

# Список использованной литературы

1. Акулич И.Л.  Маркетинг:  учебник  для  студентов  высших  учебных  заведений  по  экономическим  специальностям. - Минск, 2010. - 524  с.

Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия. – М, 1999. – 804 с.

Балашова О. Роль Туризма в экономике Египта / О. Балашова // Вестник Кемервского государственного университета культуры и искусств . - 2011. - С. 85-92

Барановский А. Израиль на конгрессе по медицинскому туризму // А. Барановский // Турбизнес – №3 – 2011. – С. 29-38

1. Бурменко Т.Д. Сфера услуг. Экономика, менеджмент, маркетинг.- М, 2010. – 424 с.
2. Голубков Е.П. О некоторых аспектах концепции маркетинга и его терминологии // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. - № 6. – С. 3-17
3. Золотова Е.В., Экономическая эффективность воздействия туризма в Египте, - Египет, 2016, - 5 с.

Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм./ Д. Боуэн. Д. Мейкенз - М, 2012. – 1071 с.

Разомасова Е.А Сфера услуг: теория, состояние и развитие : монография. - Новосибирск: 2011. - 136 с.

Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. — 2-е изд. исп. – М, 1999. – 478 с.

1. Романович Ж.А. Сервисная деятельность: Учебник. –М, 2006. - с. 284
2. Селим М. Роль туризма в обеспечении экономической безопасности Египта // М. Селим // Предпринимательство. - 2015. - С. 54-67
3. Супян В.Б. Экономика США: Учебник для вузов. – СПб, 2003, - 656 с.
4. Торгпредство Российской Федерации в Арабской Республике Египет, Годовой обзор состояния экономики и основных направлений внешнеэкономической деятельности Египта за 2016 год. – Египет. 2017. – 87 С.

**Источники на английском языке**

1. Al-Shamaileh Dr.M. The Effects of the Global Financial Crisis on the Tourism Sector. / Dr. M. Al-Shamaileh, Dr.A. Dalain. // Journal of Economics and Sustainable Development. - 2013. – P. 161-169
2. American Chamber of Commerce in Egypt, Tourism sector Developments in Egypt,-America,2008, - 48 p.
3. Benner M., Dollinger M., Upgrading a tourism cluster: The case of Eilat. – Israel, 2017. – 16 p.
4. Blanke J. The travel and tourism competitiveness report. – Switzerland, 2009. – 495 p.
5. Cuadro-Roura J. Service Industries and regions. – Spain, 2013. – 223 p.
6. Dale G. Travel and Tourism. – UK, 2010. - 212 p.
7. Fischer J. Jordan Tourism Cluster. / J. Fischer, I. Khan, T. Khemani, D. Mak. – London, 2009. – 29 p.
8. Fritz B. Egypt on the way to a sustainable destination. – Egypt, 2008. – 1 p.
9. Getmansky A., Tourism and Cross-Border Conflict: An Empirical Analysis of the Israeli-Palestinian Case// A. Getmansky // Tourism and cross-border conflict. – Israel, 2012. – P. 64-74
10. Helmy O. Promoting Services for Development in Egypt/ Helmy O,Mamdouh A. H. // The Egyptian Centre for economic study. - 2015. - 10, June.- P. 1-2
11. Interview with Hala [Electronic resource] // El-Guna. – Режим доступа: http://www.elgouna.com (18.12.2016)
12. Kassem M. The Dynamics of Authoritarian Rule. – UK, 2004. – 212 p.
13. Levit S., Israel's Tourism Industry: Recovering from Crises and Generating Growth.- Israel, 2008.- 29 p.
14. Ministry of Tourism, Tourism to Israel 2015: Statistical Report. – Israel, 2016. – 7 P.
15. Ministry of Tourism and Government of Israel, Israel: Land of creation, - Israel, 2016. – P. 4
16. Ministry of Tourism in Egypt, Hotel Guide 2008-2009. – Egypt, 2010. – 15 p.
17. Ministry of Trade and Industry, Industry and trade development strategy. - Egypt, 2016. – 82 p.
18. MOT. [All Arrivals & Departures by Point of Entry, Exit & Region](http://www.tourism.jo/en/statistics/2010-3rd/1/Main%20Folder/Arrivals%28Classification%20Of%20Visitors%29/2.4.xls)    . – Jordan, 2015. – 4 p.
19. Osta I. Jordan tourism sector assessment: challenges today, opportunities tomorrow. Report. - USAID, 2013. - 89 p.

Orieqat H.M. Is Tourism a gene sector to Jordan’s GDP? / H.M. Orieqat, A.F. Saymeh // International Journal of Development and Economic Sustainability . – 2015. – Vol. 3. №5. - P.76-84

OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2014. – Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2016. – 298 p.

OECD, OECD Tourism Trends and Policies 2016. - Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2017, - 127 p.

Priampolsky M., The hotel sector in Israel. – Israel, 2016. – 10 p.

Richter T., Steiner Ch. Sectoral Transformations in Neo-Petrimonial Rentier States: Tourism Development and State Policy in Egypt. – Germany,2007.- 30 p.

Robinson S., An uptade on medical tourism development in Israel. – Israel, 2013. – 2 p.

Robinson D., Crowcroft O., Lonely Planet Israel and the Palestinian Territories. – Israel, 2015. – 134 p.

Scott A.J, Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities,- UK, 2008. – 6 p.

1. Shdeifat Dr.O. Tourism in Jordan. / Dr.O. Shdeifat, Dr. M. Mohsen, Dr.M. Mustafa. – Zarqa, 2006. – 67 p.
2. UNWTO. UNWTO World Tourism Barometer. – Spain,2010. – 13 p.
3. Vignal L. The new terrirories of tourism in Egypt: a local- global frontier? / L. Vignal // Cebergeo. - 2010, - № 509.- P. 1-15
4. Wahab M. Oracom Hotels and Development. – Egypt, 2008.- 25 p.
5. Walaa H. Сan egypt's tourism industry get back on track after Sinai crash? – Egypt, 2016. – 22 P.
6. Zaytoun M. Implications of the global financial and economics crisis on the tourism sector in Egypt. – Egypt, 2011. – 44 p.

**Источники на французском языке**

1. Vignal L. Une métropole des marges de la mondialisation. L’exemple du Caire / L. Vignal // Esprit.- 2004.-№303.- P. 164-174

**Источники на немецком языке**

1. Schächter S., Wolffs S. Zielmarktanalyse Tourismuswirtschaft Israel, (Target market analysis tourismus industry of Israel). – Israel, 2012. – 32 P.

**Источники на арабском языке**

1 شادي محمود حسن القاسم.- السياحة البيئية في محميات الأردن. - الاردن ٢٠١٢. - ١٢١٤صفحة.

/ Shadi Mahmud Hasan Al-Qasim – As-siyaha al-baa'iya fi mahmiyat al-’urdun. – Al-’urdun 2012 .- 1214 safha

2. محمد الفرجات. مخطط البتراء الاستراتجي .- ألاردن, ٢٠١١.- ٥٩صفحة

/ Muhammad al-Furjat. Mukhatat al-batra’ al-’istratigiy. - Al-’urdun, 2011. – 59 safha

**Интернет источники**

1. В Израиле хотят ввести НДС на туризм [Электронный ресурс] Прочее.- Режим доступа: http://zagrannik.org (date of the address 24.03.09.2018).
2. Египет потерял треть туристов из-за политического кризиса в 2011 году [Электронный ресурс] Российское агентство международной̆ информации «РИА Новости».- Режим доступа: http://ria.ru ( 12.02.2018)
3. Израиль ждет туристов [Электронный ресурс] // Интерфакс –- Режим доступа: http://www.interfax.ru/237286 (12.01.2018)
4. Иордания [Электронный ресурс] // Кругосвет: онлайн энциклопедия. – Онлайн энциклопедия “Кругосвет”, 2001. - Режим доступа: http://www.krugosvet.ru. (04.12.2017)
5. Основные отрасли Израиля [Электронный ресурс] // Экономика. – Министерство иностранных дел Израиля. - Режим доступа: http://mfa.gov.il (04.02.2018)

About us [Electronic resource] // Jordan Hotel Association. - Режим доступа: http://www.johotels.org. (19.10.2015)

Araf news [Electronic resource] // The Jordan Times. – Режим доступа: http://www.arafnews.ru (20.02.2018)

Jordan [Electronic resource] // Countries and Region. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/trade (15. 03. 2016)

1. Ministries Projects [Electronic resource] //Contents. – Режим доступа: http://www.tourism.jo (20.03.2016)
2. Nation Masters [Electronic resource] // Country info. – Режим доступа: http://www.nationmaster.com (23.02.2017)
3. The importance of tourism in the national economyhttp [Electronic resource] // Home. – Режим доступа: http://egyptlastminute.com (1.12.2017)

Tourism [Electronic resource] // Central Bank of Egypt. – Режим доступа: [http://www.cbe.org.eg](http://www.cbe.org.eg/timeSeries.htm) ( 12.04.2016)

Tourism Ministry, Vatican sign deal [Electronic resource] // Travel in Israel– Режим доступа: http://www.ynetnews.com ( 13.01.2018)

Medical tourism in Israel [Electronic resource] // Medical Units. – Режим доступа: https://www.trustmed.co.il (12. 01.2018)

1. World Tourism Organization UNWTO [Electronic resource] // Ближний Восток. – Режим доступа: http://www2.unwto.org/ru/home (12.03.2017)
2. [Electronic resource] **مقالات عامة // مقالات منشورة.** – Режим доступа: http://www.muflehakel.com (12.03.2016)
3. [Electronic resource]**محليات// 12.6 % نسبة الاشغال الفندقي في العقب .** – Режим доступа: http://alrai.com (19.03.2017)
4. [Electronic resource] **أسواق**  **// ارتفاع عدد سياح العقبة 13.** – Режим доступа: https://www.khaberni.com (5.11.2017)
5. [Electronic resource] **الرئيسية//**169 % ارتفاع اعداد زوار البحر الميت في 9 أشهر.– Режим доступа: http://www.jfranews.com.jo (30.12.2017)
6. [Electronic resource] **كتاب//** أهم التحديات التي تواجه القطاع السياحي الأردني..– Режим доступа: http://www.jfranews.com.jo (10.04.2017)
7. [Electronic resource] **رسائل/تحديات السياحة في الاردن..** – Режим доступа: http://www.jfranews.com.jo (12.10.2017)
8. [Electronic resource] **الرئيسية /اتحاد الجمعيات السياحية تناقش مشاكل قطاع السياحة في الأردن .**– Режим доступа: http://www.jfranews.com.jo (7.09.2017)
9. [Electronic resource]أخبار عاجلة//"السياحة": 2 مليون و389 ألف سائح روسى زاروا مصر خلال عام 2015 ا **.**– Режим доступа: http://www.jfranews.com.jo (4.03.2018)

# Приложение 1. Устройство туризма[[96]](#footnote-96)

**Опыт во время отпуска**

Опыт, получаемый людьми во время отдыха

**Опыт путешествия**

Опыт, получаемый получаемый туристами путешествуя к месту назначения

**Маркетинг/предложение**

Исследование, разработка, оценка и потребительские возможности, с целью повышения осведомленности потребителя и осуществление продаж

**Потребитель**

Люди, готовые отправится путешествовать

# Приложение 2. Вклад туристического сектора в ВВП страны

[[97]](#footnote-97)

1. Бурменко Т.Д. Сфера услуг. Экономика, менеджмент, маркетинг.- М, 2010. - С.12 [↑](#footnote-ref-1)
2. Супян В.Б. Экономика США: Учебник для вузов. – СПб, 2003. - С. 125 [↑](#footnote-ref-2)
3. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия. – М, 1999. – С. 25 [↑](#footnote-ref-3)
4. Голубков Е.П. О некоторых аспектах концепции маркетинга и его терминологии // Маркетинг в России и за рубежом. – М,1999. - № 6. - С. 8 [↑](#footnote-ref-4)
5. Романович Ж.А. Сервисная деятельность: Учебник. –М, 2006. - С.14 [↑](#footnote-ref-5)
6. Разомасова Е.А. Сфера услуг: теория, состояние и развитие : монография. - Новосибирск: 2011. - С. 9. [↑](#footnote-ref-6)
7. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. - М, 2012. – С. 68-70 [↑](#footnote-ref-7)
8. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. — 2-е изд. испр. – М, 1999. - С. 328 [↑](#footnote-ref-8)
9. Акулич И.Л.  Маркетинг:  учебник  для  студентов  высших  учебных  заведений  по  экономическим  специальностям. - Минск, 2010. -  С.328  [↑](#footnote-ref-9)
10. http://www.nationmaster.com(23.02.2017) [↑](#footnote-ref-10)
11. http://www2.unwto.org/ru/home (12.03.2017) [↑](#footnote-ref-11)
12. Dale G. Travel and Tourism. – UK, 2010. – P. 7 [↑](#footnote-ref-12)
13. Cuadro-Roura J. Service Industries and regions. – Spain, 2013. – P. 145 [↑](#footnote-ref-13)
14. http://www.krugosvet.ru. (04.12.2017) [↑](#footnote-ref-14)
15. http://ec.europa.eu/trade ( 15.03. 2016) [↑](#footnote-ref-15)
16. http://www.arafnews.ru (20.02.2018) [↑](#footnote-ref-16)
17. Fischer J. Jordan Tourism Claster. – London, 2009. –P.4 [↑](#footnote-ref-17)
18. http://www.muflehakel.com (12.03.2016) [↑](#footnote-ref-18)
19. http://www.tourism.jo/Contents/Tourism\_Statistical\_Newsletter\_2011.aspx (15.03.2016) [↑](#footnote-ref-19)
20. شادي محمود حسن القاسم.- السياحة البيئية في محميات الاردن.- الاردن ٢٠١٢.- صفحة ١٧٣ [↑](#footnote-ref-20)
21. Shdeifat Dr.O. Tourism in Jordan./ Dr.O. Shdeifat, Dr. M. Mohsen, Dr.M. Mustafa. – Zarqa, 2006. – P. 4 [↑](#footnote-ref-21)
22. Blanke J. The travel and tourism competitiveness report. – Switzerland, 2009. – P. 96 [↑](#footnote-ref-22)
23. http://www.tourism.jo/Contents/Ministrys\_ProjectsAr.aspx. (20.03.2016) [↑](#footnote-ref-23)
24. http://www.johotels.org/ (19.10.2015) [↑](#footnote-ref-24)
25. http://alrai.com (19.03.2017) [↑](#footnote-ref-25)
26. https://www.khaberni.com (5.11.2017) [↑](#footnote-ref-26)
27. محمد الفرجات. مخطط البتراء الاستراتجي .- ألاردن, ٢٠١١.- صفحة ١١ [↑](#footnote-ref-27)
28. http://www.jfranews.com.jo (30.12.2017) [↑](#footnote-ref-28)
29. http://www.jfranews.com.jo (30.12.2017) [↑](#footnote-ref-29)
30. Blanke J. The travel and tourism competitiveness report. – Switzerland, 2009. – P. 96 [↑](#footnote-ref-30)
31. Там же., P. 18 [↑](#footnote-ref-31)
32. Al-Shamaileh Dr.M. The Effects of the Global Financial Crisis on the Tourism Sector. - 2013. – P.163 [↑](#footnote-ref-32)
33. http://arafnews.ru (13.03.18) [↑](#footnote-ref-33)
34. MOT. [All Arrivals & Departures by Point of Entry, Exit & Region](http://www.tourism.jo/en/statistics/2010-3rd/1/Main%20Folder/Arrivals%28Classification%20Of%20Visitors%29/2.4.xls)    . – Jordan, 2015. – P. 1 [↑](#footnote-ref-34)
35. Osta I. Jordan tourism sector assessment: challenges today, opportunities tomorrow. Report. - USAID, 2013. - P.22 [↑](#footnote-ref-35)
36. http://alrai.com (10.04.2017) [↑](#footnote-ref-36)
37. http://www.aqabatodaynews.com ( 12.10.2017) [↑](#footnote-ref-37)
38. Там же ( 12.10.2017) [↑](#footnote-ref-38)
39. http://www.jfranews.com.jo (7.09.2017) [↑](#footnote-ref-39)
40. Orieqat H.M. Is Tourism a gene sector to Jordan’s GDP? / H.M. Orieqat, A.F. Saymeh // International Journal of Development and Economic Sustainability . – 2015. – Vol. 3. №5. - P.83 [↑](#footnote-ref-40)
41. Shdeifat Dr.O. Tourism in Jordan. / Dr.O. Shdeifat, Dr. M. Mohsen, Dr.M. Mustafa. – Zarqa, 2006. – P.64 [↑](#footnote-ref-41)
42. Ministry of Trade and Industry, Industry and trade development strategy. – Egypt, 2016. - P. 62. [↑](#footnote-ref-42)
43. Ministry of Trade and Industry, Industry and trade development strategy. – Egypt, 2016. - P. 65 [↑](#footnote-ref-43)
44. Helmy O. Promoting Services for Development in Egypt/ Helmy O,Mamdouh A. H. // The Egyptian Centre for economic study. - 2015. - 10, June.- P. 1-2 [↑](#footnote-ref-44)
45. http://egyptlastminute.com (1.12.17) [↑](#footnote-ref-45)
46. UNWTO. UNWTO World Tourism Barometer. – Spain,2010. – P.8 [↑](#footnote-ref-46)
47. Kassem M. The Dynamics of Authoritarian Rule. – UK, 2004. – P. 132 [↑](#footnote-ref-47)
48. Vignal L. Une métropole des marges de la mondialisation. L’exemple du Caire Esprit.- 2004.- P. 168 [↑](#footnote-ref-48)
49. Балашова О. Роль Туризма в экономике Египта.- 2011.- С. 88 [↑](#footnote-ref-49)
50. Richter T., Steiner Ch. Sectoral Transformations in Neo-Petrimonial Rentier States: Tourism Development and State Policy in Egypt. – Germany,2007.- P.13 [↑](#footnote-ref-50)
51. Bianchi, R. (2004): Towards a New Political Economy of Global Tourism, in: Sharpley, R. / Telfer, D. (eds.), Tourism and Development – Concepts and Issues, Cleverdon: Channel View, 2004, pp. 265-299. [↑](#footnote-ref-51)
52. Vignal L. The new terrirories of tourism in Egypt: a local- global frontier? / L. Vignal // Cebergeo. - 2010, - № 509.- P. 5 [↑](#footnote-ref-52)
53. Там же, P. 6 [↑](#footnote-ref-53)
54. [http://www.cbe.org.eg](http://www.cbe.org.eg/timeSeries.htm) ( 12.04.2016) [↑](#footnote-ref-54)
55. Ministry of Tourism in Egypt, Hotel Guide 2008-2009. – Egypt, 2010. – P.12 [↑](#footnote-ref-55)
56. http://www.elgouna.com (18.12.2016) [↑](#footnote-ref-56)
57. Vignal L. The new terrirories of tourism in Egypt: a local- global frontier? / L. Vignal // Cebergeo. - 2010, - № 509.- P. 8 [↑](#footnote-ref-57)
58. Wahab M. Oracom Hotels and Development. – Egypt, 2008.- P. 12 [↑](#footnote-ref-58)
59. Fritz B. Egypt on the way to a sustainable destination. – Egypt, 2008. – P.1 [↑](#footnote-ref-59)
60. American Chamber of Commerce in Egypt, Tourism sector Developments in Egypt,-America,2008, - P. 14 [↑](#footnote-ref-60)
61. Scott A.J, Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities,- UK, 2008. – P. 3 [↑](#footnote-ref-61)
62. https://www.youm7.com ( 04.03.2018) [↑](#footnote-ref-62)
63. Vignal L. The new terrirories of tourism in Egypt: a local- global frontier? / L. Vignal // Cebergeo. - 2010, - № 509.- P. 12 [↑](#footnote-ref-63)
64. Селим М. Роль туризма в обеспечении экономической безопасности Египта // М. Селим // Предпринимательство. - 2015. - С. 57-58. [↑](#footnote-ref-64)
65. Золотова Е.В., Экономическая эффективность воздействия туризма в Египте, - Египет, 2016, - С.3 [↑](#footnote-ref-65)
66. http://ria.ru ( 12.02.2018) [↑](#footnote-ref-66)
67. Белолипецкий Р.А., Парадоксы туризма и общественно-природные катаклизмы. – СПБ., 2014.- С. 3-4 [↑](#footnote-ref-67)
68. Walaa H. Сan egypt's tourism industry get back on track after Sinai crash? – Egypt, 2016. – P. 11 [↑](#footnote-ref-68)
69. Торгпредство Российской Федерации в Арабской Республике Египет, Годовой обзор состояния экономики и основных направлений внешнеэкономической деятельности Египта за 2016 год. – Египет. 2017. – С.63 [↑](#footnote-ref-69)
70. Zaytoun M. Implications of the global financial and economics crisis on the tourism sector in Egypt. – Egypt, 2011. – P. 32-33 [↑](#footnote-ref-70)
71. http://mfa.gov (04.02.2018) [↑](#footnote-ref-71)
72. http://mfa.gov (04.02.2018) [↑](#footnote-ref-72)
73. OECD, OECD Tourism Trends and Policies 2016. - Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2017, - P. 92 [↑](#footnote-ref-73)
74. http://mfa.gov (04.02.2018) [↑](#footnote-ref-74)
75. Schächter S., Wolffs S. Zielmarktanalyse Tourismuswirtschaft Israel, (Target market analysis tourismus industry of Israel). – Israel, 2012. – P. 21 [↑](#footnote-ref-75)
76. OECD, OECD Tourism Trends and Policies 2016. - Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2017, - P. 83 [↑](#footnote-ref-76)
77. Ministry of Tourism and Government of Israel, Israel: Land of creation, - Israel, 2016. – P. 4 [↑](#footnote-ref-77)
78. http://mfa.gov (06.02.2018) [↑](#footnote-ref-78)
79. Robinson S., An uptade on medical tourism development in Israel. – Israel, 2013. – P. 1 [↑](#footnote-ref-79)
80. https://www.trustmed.co.il (12. 01.2018) [↑](#footnote-ref-80)
81. Schächter S., Wolffs S. Zielmarktanalyse Tourismuswirtschaft Israel, (Target market analysis tourismus industry of Israel). – Israel, 2012. – P. 17 [↑](#footnote-ref-81)
82. [↑](#footnote-ref-82)
83. Ministry of Tourism, Tourism to Israel 2015: Statistical Report. – Israel, 2016. – P. 4 [↑](#footnote-ref-83)
84. Барановский А. Израиль на конгрессе по медицинскому туризму // А. Барановский // Турбизнес – №3 – 2011. – С. 34 [↑](#footnote-ref-84)
85. OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2014. – Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2016. – P.204 [↑](#footnote-ref-85)
86. Benner M., Dollinger M., Upgrading a tourism cluster: The case of Eilat. – Israel, 2017. – P.8-9 [↑](#footnote-ref-86)
87. Robinson D., Crowcroft O., Lonely Planet Israel and the Palestinian Territories. – Israel, 2015. – P. 17 [↑](#footnote-ref-87)
88. Getmansky A., Tourism and Cross-Border Conflict: An Empirical Analysis of the Israeli-Palestinian Case// A. Getmansky // Tourism and cross-border conflict. – Israel, 2012. – P. 67 [↑](#footnote-ref-88)
89. Benner M., Dollinger M., Upgrading a tourism cluster: The case of Eilat. – Israel, 2017. – P. 11 [↑](#footnote-ref-89)
90. http://www.ynetnews.com ( 13.01.2018) [↑](#footnote-ref-90)
91. Benner M., Dollinger M., Upgrading a tourism cluster: The case of Eilat. – Israel, 2017. – P. 19 [↑](#footnote-ref-91)
92. Levit S., Israel's Tourism Industry: Recovering from Crises and Generating Growth.- Israel, 2008.- P. 14 [↑](#footnote-ref-92)
93. http://www.interfax.ru/237286 (12.01.2018). [↑](#footnote-ref-93)
94. Priampolsky M., The hotel sector in Israel. – Israel, 2016. – P. 7-10 [↑](#footnote-ref-94)
95. http://zagrannik.org (date of the address 24.03.09.2018). [↑](#footnote-ref-95)
96. https://www.destinationnsw.com.au/wp-content/uploads/2013/10/Tourism-Business-Toolkit-VOL1-Chapter1.pdf (10.02.2018) [↑](#footnote-ref-96)
97. http://siteresources.worldbank.org/INTEGYPT/Resources/session\_1\_ghoneim.pdf (15.02.2018) [↑](#footnote-ref-97)