

На правах рукописи

Селим Мухаммед Салах Эль Дин

**Египет на рынке международного туризма: современное
состояние и перспективы**

Специальность 5.2.5. – Мировая экономика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва 2021

Работа выполнена на кафедре международных экономических отношений экономического факультета ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов».

Научный руководитель: **АЙДРУС Ирина Ахмед Зейн**
кандидат экономических наук, доцент
кафедры международных экономических отношений ФГАОУ ВО «Российского университета дружбы народов» (РУДН)

Официальные оппоненты: **ВОРОНИНА Татьяна Васильевна**
доктор экономических наук, доцент, зав.
кафедрой мировой экономики и международных отношений ФГАОУ ВО «Южного федерального университета» (ЮФУ)

ВЯЗОВСКАЯ Вероника Владимировна
кандидат экономических наук
Доцент кафедры мировой экономики и внешнеэкономической деятельности ФГБОУ ВО «Уральского государственного экономического университета» (УрГЭУ)

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (СПбГУ)**

Защита состоится "___" _____ 2022 г. в ___:___ часов на заседании диссертационного совета 24.1.033.01 (Д 002.030.01) при ФГБУН Институте Африки РАН по адресу: 123001, г. Москва, ул. Спиридоновка, д. 30/1, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте <https://www.inafran.ru/node/1596>

Автореферат разослан "___" _____ 2021 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
к.э.н.

Шарова Анна Юрьевна

I. Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. Актуальность избранной темы диссертационного исследования обусловлена рядом обстоятельств, сформировавшихся и получивших развитие в XXI в., в частности:

- Трансформацией международного туризма в один из наиболее активно развивающихся сфер мировой экономики, несмотря на ее растущую нестабильность. Так, если в 1950 г. численность туристов в мире составляла 25 млн, то в 2019 г., по данным Всемирной туристической организации ЮНВТО, она достигла 1,5 млрд, а доход отрасли превысил 1340 млрд долл. США¹. Средние ежегодные темпы роста международных прибытий за 70 лет составили 7%, и международный туризм сегодня прочно занимает 3-е место в мировом экспорте (после экспорта топлива и химических веществ). При этом в ходе развития международного туризма в XXI в. появились новые тенденции и явления, требующие изучения и обоснования.

- Растущей значимостью и местом международного туризма в обеспечении устойчивого социально-экономического развития страны, достижении роста ВВП, экспорта, инвестиций, в том числе иностранных, и занятости рабочей силы, активизируя при этом частную предпринимательскую инициативу. Для многих стран мира международный туризм является не только весомым фактором, источником поступления доходов для государства, но и связующим звеном между странами, регионами, деловыми кругами различных государств, а также источником распространения информации о них за рубежом, что, в свою очередь, способствует формированию позитивного имиджа страны.

Соответственно, международный туризм является драйвером экономического роста Арабской Республики Египет, источником валютных поступлений, катализатором улучшения состояния внешнеторгового баланса, обеспечения занятости населения. Так, в 2019 г. в исследуемой сфере занято 2,5 млн человек, что составило 9,5% от совокупной занятости населения в национальной экономике. Кроме того, еще 2,2 млн человек нашли работу в смежных с туризмом сферах. Соответственно, в отрасли было создано 11,9% совокупного национального ВВП, стоимостной объем предоставленных услуг достиг 2,2 млрд, что составило 27% от совокупного экспорта².

Поэтому на современном этапе Египту, как стране с развивающейся экономикой, важно уделять особое внимание состоянию международного туризма, способного повысить уровень социального развития, обеспечить как

¹ Travel & Tourism Global Economic Impact Trends 2020. URL: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360> (дата обращения: 20.04.2020).

² Салах Эль Дин М. С. Меры Египта по смягчению негативных экономических последствий для туристического сектора в условиях глобальной нестабильности // Россия и Азия. 2020. № 3 (12). С. 44-58.

создание новых рабочих мест, так и устойчивые темпы экономического роста в стране.

Надо заметить, что туристический продукт Египта остается достаточно конкурентоспособным благодаря богатому историческому, культурному, религиозному наследию, благоприятным климатическим условиям, удачному географическому расположению. Хотя следует признать, что в последние годы вступления мировой экономики в период турбулентности международный туризм в Египте претерпел определенные изменения. Негативные тенденции в сфере туризма немедленно отразились на состоянии всей национальной экономики и снизили ее эффективность. Потому Египту важно разработать новые подходы и стратегии развития своей туристической сферы, ее внешней составляющей, особенно в условиях появления новых глобальных вызовов, негативно влияющих на туристический сектор.

Степень разработанности проблемы. Широкий спектр проблем в развитии национальной экономики арабских стран в условиях возрастающей глобализации широко освещены учеными, среди которых можно отметить труды Фитуни Л.Л., Абрамовой И.О., Исаева В.А., Федорченко А.В. и др.

Теории международных экономических отношений и конкуренции на мировом и региональном рынке отражены в научных работах И.А.З. Айдрус, М.В. Меланьиной, Ю.В. Соловьевой, А.А. Шильнова, Р.И. Хасбулатова, Н. Кокерелла, Й. Кунде, Д. Трю, Р. Флорида, Х.А. Хазарда, Г. Харриса, Дж. Райанса, М. Портера, Дж. Робинсона, А.И. Татаркина, М. Вебер, П. Кругмана, А. Смита, Х. Зиберта, Д. Рикардо, М. Портера.

В западной и российской научной экономической литературе изучению развития международного туризма, значению и роли международного туризма в развитии мирового хозяйства посвящены работы многих исследователей. Среди них можно отметить таких авторов, как А.Ю. Александрова, Т.А. Адашова, И.Д. Афанасенко, А.С. Ершова, В.В. Вязовская, В.Ю. Воскресенский, Л.М. Капустина, Т. Линдсей, Д. Маклеод, А. Джефферсон, М. Барлетт и др.

Исследованию мирового рынка туристических услуг и механизма развития национального туристического продукта на мировом рынке посвящены труды следующих ученых: Е.Л. Драчевой, А.Д. Захаровой, М.Б. Биржакова, В.А. Квартальнова, А.К. Ляменкова, Е.А. Ляменковой, М.А. Морозова, Н.С. Морозовой и др.

Среди западных исследователей особенно значимыми в процессе данного диссертационного исследования были труды Т. Брауна, З. Джалана, Л. Ликориша, Д. Кутуласса, В.Т. Мидлтона, С. Медлика, Х. Пола, Дж. Фекетекьюти, К. Такера, М. Сандберга.

Однако механизмы оценки факторов, способствующих развитию международного туризма, а также способы замеров конкурентоспособности стран на мировом рынке туристических услуг, как и конкретные предложения в области дальнейшего развития международного туризма как формы

внешнеэкономических связей Арабской Республики Египет в научной литературе до настоящего времени глубоко исследованы не были.

Объектом диссертационного исследования служит туристическая индустрия Египта на международном рынке туристических услуг и ее современное состояние и перспективы развития.

Предметом исследования выступают способы повышения конкурентоспособности международной туристической деятельности Арабской Республики Египет и механизмы, обеспечивающие ее эффективное функционирование на национальном и глобальном уровнях.

Хронологические рамки исследования включают период 2010–2019 гг. К началу 2010-х годов Египет смог в значительной мере закрепиться на мировом рынке туризма и обеспечить на этой основе устойчивый социально-экономический рост в стране. Однако после 2015 г. (падения над Синаем российского самолета) ситуация резко ухудшилась, так как Египет потерял российских туристов.

В результате стало очевидно, что туристическая отрасль Египта нуждается в улучшении как на уровне организационной структуры, так и по ряду качественных направлений. Для некоторых показателей временные рамки были сужены в связи с отсутствием сопоставимых статистических данных.

Цель диссертации заключается в исследовании современного состояния международного туризма Египта, его позиции на мировом рынке и разработке практических рекомендаций по развитию и повышению конкурентоспособности отрасли, а также выявлению путей восстановления и развития туристических отношений между Египтом и Россией как стратегических партнеров.

В соответствии с заявленной целью исследования в диссертации поставлены следующие **задачи**:

❧ исследовать основные тенденции на мировом рынке туризма и уточнить факторы, влияющие на его развитие на современном этапе;

❧ выявить и систематизировать факторы, оказывающие основополагающее воздействие на состояние и развитие международного туризма в современных условиях;

❧ исследовать и классифицировать формы государственного регулирования международного туризма в разных странах с целью разработки мер совершенствования системы государственного регулирования туристической деятельности в Арабской Республике Египет;

❧ выявить особенности и тенденции развития мирового рынка туристических услуг, оценить современные конкурентные позиции и преимущества Арабской Республики Египет;

❧ определить роль международного туризма в национальной экономике Египта на основе сравнительного анализа аналогичных составляющих как ведущих стран мира, так и государств ближневосточного региона;

✂ проанализировать состояние туристических отношений между РФ и АРЕ, выявить основные препятствия, пути восстановления и развития туристических отношений между Египтом и Россией как стратегических партнеров;

✂ разработать практические рекомендации по развитию и повышению конкурентоспособности международной туристической сферы Египта с учетом мирового опыта, локальных особенностей и стоящих перед страной задач.

Научная новизна полученных результатов исследования заключается в разработке теоретических основ и практических рекомендаций по совершенствованию форм государственного регулирования туристической деятельности Арабской Республики Египет, развитию и повышению конкурентоспособности туризма Египта на мировом рынке туристических услуг, восстановлению и укреплению туристических отношений между Египтом и Россией как стратегических партнеров.

На защиту выносятся следующие основные положения.

1. Установлено, что существующая неравномерность в наделении стран мира объективными условиями туристической привлекательности в современных условиях дополняется новыми факторами, оказывающим влияние на привлекательность страны для иностранных туристов. Обосновано, что одним из таких факторов является бренд страны (с. 33–34).

Также выявлено, что в развитии мирового туризма в последнее десятилетие изменилась роль отдельных факторов. Таким образом, среди факторов, оказывающих глобальное влияние на мировой рынок туризма и, соответственно, место в нем отдельных стран, можно выделить медицинский фактор и фактор безопасности, включая международное сотрудничество в данных сферах, а также возможность создания брендов усилиями страны/региона (с. 40). При этом выявлено, что формирование «международного» или «регионального» бренда характерно в большей степени для малых стран и/или компактных регионов.

2. Дополнена классификация стран по уровню развития международного туризма. Для оценки состояния международного туризма стран и процесса их дифференциации по уровню развития международного туризма к существующим основным блокам: статистическому, экономическому и блоку конкурентоспособности, необходимо добавить блок национального бренда. Также рекомендуется дополнить блок статистических показателей развития туризма показателем не только количества прибытий иностранных туристов в страну пребывания, но и выезда отечественных туристов из этой страны за национальные границы и внутренний туризм. Это делает совокупный анализ более подробным, поскольку предполагает многомерный подход к изучению данного вопроса (с. 42).

3. Для более полного и всестороннего анализа места и роли страны на мировом рынке туризма автором предложены новые показатели развития

международного туризма: 1) баланс туристического потока страны. Разработана формула для его расчета (с. 70); 2) демографический индекс страны на мировом рынке туризма – соотношение прибывающих туристов к общей численности населения страны (с. 83–84), 3) а также общий объем двустороннего туристического потока (с. 121–123).

Такой подход позволил уточнить позиции стран на мировом рынке туризма, а также взаимную значимость двух стран, сотрудничающих на мировом рынке.

Установлено, что по итогам 2019 г. лидерами на этом рынке оставались Китай и США, а крупные туристические страны мира по показателю количества въездных туристов (Испания, Италия и Франция) оказались в десятке лидирующих стран по балансу туристического потока, но не возглавили его, поскольку демографический потенциал этих стран гораздо ниже, чем в крупнейших странах мира, таких как Китай, США и Индия.

4. Систематизированы и уточнены современные особенности мирового рынка туризма (с. 61–62), в число которых входят:

☞ глобальный рост международных прибытий туристов по всему миру, который существенно дифференцирован по регионам и странам;

☞ рост уровня интегрированности туристических отраслей и отдельных предприятий разных государств, мировой рынок туристических услуг становится единым;

☞ сохранение устойчивого роста спроса на рынке туристических услуг как по миру в целом, так и в лидирующих странах;

☞ совершенствование и использование современных технологий в туристической индустрии.

5. Обоснована необходимость разработки в АРЕ собственной формы государственного регулирования отрасли, в силу ухудшения позиций Египта на мировом рынке туризма, роста значимости отрасли для социально-экономического развития страны и невозможности решить национальные задачи в рамках существующих форм государственного регулирования туристической сферы (с. 100).

6. В рамках совершенствования формы государственного регулирования туристической деятельности страны с учетом специфики развития международного туризма Египта, помимо существующих в мире четырех форм, рекомендована новая пятая, условно названная Североафриканской моделью.

Рекомендованная форма будет эффективна не только для Арабской Республики Египет, но и для ряда других развивающихся стран, на деятельность международного туризма которых оказывают влияние различные кризисы (с. 112–113).

7. Выявлена важность российского рынка для туристического сектора Египта и экономики страны в целом (с. 118–119), а также описаны основные проблемы, препятствующие восстановлению туристического потока россиян

в АРЕ (с. 124–125) и представлены предложения по их устранению/смягчению (с. 125–127).

В частности, на основе метода анализа иерархий (с. 127–132) установлено, что оптимальной формой взаимодействия для Египта можно считать создание на российском рынке египетских туристических компаний и их взаимодействие с египетскими. Это поможет сократить издержки и увеличить привлекательность и конкурентоспособность египетского турпродукта по цене для российского потребителя.

8. Разработаны основные направления стратегии развития Арабской Республики Египет в сфере туризма до 2025 г., в частности:

- ∞ разработка эффективной маркетинговой политики,
- ∞ разработка предложений по обеспечению и повышению эффективности инфраструктуры и стимулирования инвестиций,
- ∞ повышение уровня сервиса и подготовки обслуживающего персонала,
- ∞ обеспечение безопасности туристов, а именно разработка единой программы по обеспечению безопасности иностранных туристов, укрепление двусторонних отношений со стратегическими туристическими партнерами.

Теоретическая значимость исследования. Теоретические выводы и положения диссертационного исследования развивают научные представления, касающиеся выбора стратегических направлений развития международного туризма и укрепления двусторонних туристических отношений между странами.

Применительно к Арабской Республике Египет разработаны новые подходы и критерии оценки места страны на мировом рынке туризма и формы государственного регулирования в отрасли.

Практическая значимость проведенного исследования видится в возможности применения результатов данного исследования и рекомендаций по разработке программы развития международного туризма и усовершенствования формы государственного регулирования туристической деятельности государственными органами Арабской Республики Египет, министерством туризма Египта, комитетом по продвижению туризма страны, а также местными органами власти.

Рекомендации диссертации могут быть использованы государственными структурами, занимающимися туризмом как Египта, так и России, в частности, при подписании соглашений или планировании развития туристических отношений между двумя странами, а также при открытии представительства Федерального агентства по туризму России в Каире.

Область исследования, паспорт специальности. Работа соответствует специальности ВАК РФ «Мировая экономика» в частях: «Международная экономическая взаимозависимость. Обеспечение устойчивого развития национальной и мировой экономики. Стратегии национального экономического развития»; «Мировой рынок товаров и услуг, тенденция развития и формирования отрасли и техника международной торговли»;

«Национальная экономика отдельных стран в системе мирохозяйственных связей: проблемы оптимизации взаимодействия и обеспечения национальных экономических интересов, международные экономические противоречия, их причины и способы разрешения».

Теоретическая и методологическая основа. Теоретическую основу диссертационного исследования составляют труды российских и зарубежных ученых в области мировой экономики и международных экономических отношений, мирового туристического рынка, его динамики, современного состояния и перспектив развития, а также в сфере исследования специфики развития туристической деятельности Египта.

Методология и методы исследования. Методологической основой диссертационного исследования является комплексный подход в изучении мировых и национальных социально-экономических процессов и явлений.

В основе данного исследования лежит комплексный подход в изучении и анализе мировых и национальных социально-экономических процессов и явлений. В ходе проведенного исследования были применены принципы сравнительного анализа данных, критической оценки информации на основе применения системного, дедуктивного и индуктивного методов исследования. Основные положения работы базированы на результатах применения статистических и математических методов, включающих элементы регрессионного анализа данных с применением графической иллюстрации, реконструкцию и верификацию временных рядов, построение производственных функций.

Информационная база. В ходе работы над диссертацией были использованы результаты аналитических исследований и разработки ведущих российских и египетских научных коллективов. В Российской Федерации: Института Африки РАН, Института мировой экономики международных отношений (ИМЭМО); Института экономики (ИЭ) РАН; Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова; Российского университета дружбы народов (РУДН); Государственного университета Высшая школа экономики (ГУ ВШЭ); в Египте: Университета Аль-Фаюм, Университета Аль-Минии, Университета Хелуана, Каирского и Александрийского университетов.

В работе использовались официальные периодические издания и специальные информационно-аналитические материалы Всемирной туристской организации (ЮНВТО), Международного совета по туризму и путешествиям, Всемирного экономического форума, МИДа России, Минэкономразвития России, Федерального агентства по туризму РФ, Федеральной службы государственной статистики РФ, Центрального банка Египта, Министерства экономики АРЕ, Министерства финансов АРЕ, Государственной информационной службы АРЕ, Главного управления по развитию туризма АРЕ, Главного управления по продвижению туризма АРЕ.

Апробация результатов исследования. Основные положения, выводы и рекомендации, представленные в диссертации, прошли апробацию на секциях научно-практических конференций ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» с 2015 по 2019 гг.; Международной научно-практической конференции «Научные механизмы решения проблем инновационного развития» (Уфа, 2017 г.); IX Международной научно-практической конференции «Информация как двигатель научного процесса» (Екатеринбург, 2017 г.); Международной мультидисциплинарной конференции по промышленному инжинирингу и современным технологиям «FarEastCon-2019» (Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, 2019 г.); I Международной междисциплинарной научно-практической конференции «Социально-экономические проблемы регионов в условиях глобальной нестабильности» (Москва-Ялта, 2020 г.).

Полученные в ходе проведения диссертационного исследования результаты могут быть использованы в учебном процессе по дисциплине «Международный туристический бизнес», «Международные экономические отношения», «Инвестиционные стратегии стран Арабского Востока», «Экономика арабских стран», «Экономические отношения России и стран Арабского Востока» и др.

Основные положения диссертационного исследования применяются в учебном процессе при чтении курсов «Международный бизнес», «Инвестиционные стратегии арабских стран», «Международные экономические отношения России и Арабского Востока» в РУДН.

Всего по теме диссертации опубликовано автором восемнадцать работ (общим объемом 6,2 п. л.) авторского текста, в том числе 1 статья – в материалах конференции, проиндексированной в базе данных Web of Science (0,3 п.л.), 1 статья в международных базах данных для научных журналов, 4 статьи в журналах, рекомендованных ВАК, – 1,5 п. л. авторского текста.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих 9 параграфов, заключения, списка использованных источников, 24 рисунка, 32 таблиц, и 9 приложений. Основной текст диссертации изложен на 163-х страницах. Библиографический список включает в себя 163 наименования на русском и иностранных языках.

II. Основное содержание работы

1. Страны мира неравномерно наделены объективными факторами туристической привлекательности, но могут формировать новые факторы привлекательности страны для иностранных туристов.

Изучение тенденций, сложившихся в международном туризме на протяжении XX – начала XXI вв., позволяет зарубежным и отечественным исследователям выделить несколько групп факторов, оказывающих влияние

на состояние туристической отрасли отдельных стран, а также несколько классификаций этих факторов (Таблица 1).

Таблица 1.

Классификация факторов, оказывающих влияние на состояние туристической отрасли отдельных стран

Факторы	Признаки
С точки зрения механизма влияния на развитие туризма	Первая группа имеет прямое воздействие на развитие туризма, например, форма государственного регулирования туристической деятельности; государственная политика в туризме; туристическое законодательство; туристическое образование и уровень квалификации кадров и т.д.
	Вторая группа сформирована историческим развитием общества, которая косвенно воздействует на туристическую деятельность.
Факторы влияния на туристическую деятельность	Факторы спроса, которые побуждают к путешествию (высокий уровень экономического развития страны, низкая стоимость туристического продукта, выгодный курс валюты).
	Факторы предложения, развитая инфраструктура, высокий уровень безопасности туристов, высокий уровень транспортного обслуживания, развитая туристическая инфраструктура и т.д.
Динамичные и статичные	Динамические факторы: демографические, социальные, экономические, культурные, научно-технические и др. Их можно создавать.
	Статические факторы в целом не меняют значение во времени, как например, археолого-исторические, географические, климатические.
Позитивные и негативные факторы	Положительные факторы: стабильность и открытость политики и экономики; рост общественного богатства и доходов населения; укрепление позиций страны на мировом рынке туризма и т.д.
	Негативные факторы: напряженность в международных отношениях; нестабильность политики и закрытость экономики; неразвитость индустрии туризма; нерациональное использование культурно-исторического и культового наследия; загрязнение окружающей среды и экологическая опасность; недооценка роли туризма и туристического бизнеса в наполнении бюджета и интеллектуализации общества; отсутствие эффективных стимулов инвестирования в развитие индустрии туризма.
Генерирующие и лимитирующие	Носят характер предпосылок или ограничений для организации туристической деятельности.
По сфере влияния	Внутренние факторы, оказывающие влияние на развитие туризма.
	Внешние факторы, оказывающие влияние на развитие туризма.

Источник: составлено автором.

Анализ факторов развития международной туристической деятельности в XXI в. позволил выявить еще одну группу факторов, ранее не учтенных в багаже результатов научных исследованиях и методиках их проведения, однако, как установлено автором, влияющих непосредственно на развитие международного туризма в современных условиях.

Это позволило разработать еще одну классификационную составляющую, которая подразделяется на объективные и сформированные факторы воздействия на развитие туризма. Среди них имеет место маркетинговый фактор, включающий в себя брендинг и формирование имиджа на государственном, локальном и региональном уровнях, государственное регулирование туристической деятельности, международное сотрудничество в сфере туризма и конкурентоспособность.

Среди последних представляется возможным выделить маркетинговые факторы. При этом возможно и создание факторов усилиями не только страны, но и региона. Сюда можно отнести и «страновой/региональный брэнд», и/или формирование общего туристического продукта. Например, приезжающие в Египет туристы посещают Иерусалим с его достопримечательностями. В большей степени это можно отнести к «малым» странам и/или компактным регионам. Однако это направление мы считаем перспективным и в будущем его развитие может принести странам-участницам подобного «альянса» дополнительные бонусы в привлечении иностранных туристов.

2. Дополнена классификация стран по уровню развития международного туризма.

Изучение комплекса факторов позволяет сделать выводы о положении страны на мировом туристическом рынке, а также сформировать государственную стратегию развития международного туризма той или иной страны. Одним из методов исследования развития международного туризма является классификация стран по уровню развития международного туризма. При этом традиционно используется 3 блока показателей (Таблица 2).

Таблица 2.

Показатели развития международного туризма

Показатели	Содержание
Статистические	Включают в себя 2 основных раздела: статистику туристических потоков и статистику туристических доходов и расходов.
Экономические	Определяют вклад международного туризма: в ВВП страны (общий и прямой); в общий объем экспорта; в занятость населения и объем инвестиций в международный туризм.
Показатели конкурентоспособности	Используется индекс конкурентоспособности туризма и путешествий (The Travel & Tourism Competitiveness Index, ТТСИ), разработанный и рассчитываемый Всемирным экономическим форумом (ВЭФ).

Источник: составлено автором.

Однако показатели, представленные в Таблице 2, затруднительно использовать в совокупности (комплексно) из-за их слабой взаимосвязи и, соответственно, низкой информативности такого подхода. Результат может

дать дополнительный блок показателей, который мы считаем необходимым и целесообразным ввести в исследование, – блок национального бренда.

Бренд страны имеет растущее значение в определении места страны на мировом рынке туризма и обеспечивает стране ряд преимуществ, которые включают: повышение стабильности валюты, восстановление доверия инвесторов, изменение международных рейтингов, повышение международного политического влияния, рост экспорта товаров и услуг со статусом брендов, рост въездного туризма, повышение конкурентного преимущества по сравнению с региональными и мировыми деловыми конкурентами и защиты своих собственных рынков.

Развитие международного туризма стран и дестинаций определяется совокупностью факторов, на основании которых оценивается состояние международного туризма страны, как на национальном, так и на международном уровне.

Как показывают исследования, XX в. ознаменовался феноменальным развитием не только въездного, но и выездного туризма в мире, что, по мнению автора, пока не нашло своего отражения в международной статистике, хотя этот процесс оказывает серьезное воздействие на туристическую отрасль как составную часть социально-экономической сферы стран.

Поэтому целесообразным представляется расширение блока статистических показателей развития туризма, где показатель прибытий иностранных туристов в страну пребывания вместе с параметрами выезда отечественных туристов из этой страны за национальные границы, а также учитывая внутренний туризм страны позволяет комплексно отразить ценность национального бренда.

3. Для более полного и всестороннего анализа места и роли страны на мировом рынке туризма автором предложены новые показатели.

По мнению автора, для оценки как международного туризма Египта, так и любой страны мира на мировом туристическом рынке, важно исследовать показатель баланса туристического потока. Применяемые в настоящее время параметры, а именно количество прибытий туристов и расчет количества туристических ночей вкуче с поступлениями от туризма, не позволяют дать более развернутую и объективную оценку положения государства на мировом рынке, поскольку они не позволяют учесть показатели выездного туризма, который обеспечивает отток валюты из страны.

Потому в диссертационном исследовании автором был предложен следующий показатель развития международного туризма (баланс туристического потока) и разработана следующая формула для расчета туристического баланса страны:

$$B = Bi + Bd - Bo, \text{ млн чел./в год,} \quad (1)$$

где B – баланс туристического потока;
 V_i – количество въездного туристического потока в год;
 V_d – количество внутреннего туристического потока в год;
 V_o – количество выездного туристического потока.

В Таблице 3 присвоена оценка по 5-балльной шкале.

Таблица 3.

Оценка развитости туризма в стране

1.	Страна является туристически слаборазвитой, если туристический баланс составляет:	от 1000 и выше турпоездов
2.	Страна является туристически развитой, если туристический баланс составляет:	от 5000 до 1000 турпоездов
3.	Страна является сбалансированной на мировом рынке, если туристический баланс составляет:	от 20000 до 5000 турпоездов
4.	Страна является развитой на мировом рынке, если туристический баланс составляет:	от 60000 до 20000 турпоездов
5.	Страна является лидером на рынке мирового туризма, если туристический баланс составляет:	> 60000 турпоездов

Источник: составлено автором.

Оценивая уровень развития стран на мировом рынке туристических услуг, целесообразно обратить внимание на численность населения в принимающей стране. Автором был разработан демографический индекс страны на мировом рынке туризма (соотношение прибывающих туристов к общей численности населения страны), а также показатель дохода от международного туризма на душу населения:

$$I = \frac{X}{Y}, \text{ ед/период} \quad (2)$$

где I – доход от международного туризма на душу населения в тыс. долл.;
 X – доход от международного туризма в млрд долл.;
 Y – численность населения в млн чел.

Показатель ранжируется по 5-балльной шкале. Исследования показали, что лидерами оказались следующие страны: Андорра, Исландия, Мальдивы, Люксембург и Мальта. Это объясняется тем, что многие малочисленные страны при отсутствии ресурсов начинают смотреть на туризм, как на основной драйвер экономики и главный источник дохода. Например, Государство Андорра с населением 67 тыс. чел. смогла привлечь 3 млн

туристов. По расчетам автора, на каждого жителя Андорры приходится около 28 тыс. долл. в год, а средняя заработная плата в стране около 20 тыс. долл. в год. Исходя из этого, можно утверждать, что главным источником дохода для населения и государства является туризм.

Согласно нашему мнению, вклад одной страны от туризма в экономику другой страны, а также оценку уровня двустороннего сотрудничества в сфере туризма можно определить, используя показатели туристического потока этих стран, проанализировав два новых показателя оценки двустороннего сотрудничества в области международного туризма. Используя данные ЮНВТО, а также данные Ростуризма, Росстата, Минэкономразвития РФ, автором разработан и предложен такой показатель оценки двустороннего туристического сотрудничества Египта и России, как общий объем двустороннего туристического потока (показатель может применяться и для оценки сотрудничества других стран и выявлять страны-стратегические партнеры на мировом рынке туризма):

$$T = T1 + T2 \quad (3)$$

где T – общий показатель двустороннего туристического потока, кол. человек;
 $T1$ – въездной из (A) в другие страны (B),
где A – РФ, B – другие страны;
 $T2$ – выездной туристический поток из РФ (A) в другие страны (B).

Такой подход позволяет определить позиции стран на мировом рынке туризма, а также взаимную значимость двух стран, сотрудничающих на мировом рынке, друг для друга.

Установлено, что по итогам 2019 г. лидерами на этом рынке оставались Китай и США. Крупные туристические страны мира по показателю количества въездных туристов, как Испания, Италия и Франция, оказались в десятке лидирующих стран по балансу туристического потока, но не возглавили его, поскольку демографический потенциал этих стран гораздо ниже, чем в крупнейших странах мира, как Китай, США и Индия.

4. Установлены современные особенности мирового рынка туризма:

1) Глобальный рост международных прибытий туристов по всему миру, который существенно дифференцирован по регионам и странам;

Из анализа представленных статистических данных (Таблица 4) видно, что до 2019 г. включительно имел место устойчивый рост спроса на рынке туристических услуг как по миру в целом, так и по отдельным макрорегионам. Этот рост был достаточно высоким и составил 460 млн человек по миру в целом за 2019 г. Количество прибытий в мире за исследуемый период возросло более чем на 30%.

Этот рост можно объяснить следующими факторами: относительно

благоприятная экономическая ситуация; высокий спрос на основные туристические продукты; восстановление ключевых направлений, пострадавших от предыдущих кризисов; улучшение коммуникации на мировом рынке туристических услуг; упрощение визового режима.

Таблица 4.

Международные прибытия туристов (млн чел.) по регионам мира
в 2010–2019 гг.

Регион/год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Мир	949	995	1035	1087	1134	1184	1240	1326	1400	1460
Европа	486	516	534	563	580	609	616	672	713	744
АТР	205	218	234	248	264	277	308	324	343	362
Америка	150	156	163	169	181	191	193	207	217	219
Африка	50	49	52	56	55	53	57	63	67	70
Ближний Восток	55	52	54	49	52	54	54,6	58	64	65

Источник: составлено автором по данным ЮНВТО.

В то же время доли регионов на мировом рынке туризма существенно различаются, как и темп их роста. Это же относится и к отдельным странам. Например, США и Китай сегодня остаются двумя крупнейшим туристическими направлениями мира.

2) Растет уровень интегрированности туристических отраслей и отдельных предприятий разных государств, мировой рынок туристических услуг становится единым;

Во-первых, сейчас в мире сложились транснациональные цепочки в сфере туризма (и даже ТНК «Томас Кук», «Пегас туристик» и др.) В их деятельность втягиваются и другие компании. Это же касается и отельного бизнеса («Фор Сизонз» и др.), авиакомпаний и даже экскурсионных услуг. Данные туристические цепочки обеспечивают стандартизацию в предоставлении услуг, в ценовой политике, в предоставлении дополнительных услуг.

Во-вторых, растет качество обслуживания на мировом туристическом рынке по мере происходящей его стандартизация (все знают, что такое пять звезд), а включение туркомпаний в эти цепочки повышает как конкурентоспособность самой компании, так и страны на мировом рынке.

3) Совершенствование и использование современных технологий в туристической индустрии;

На мировом рынке туризма широко используются интернет и новые программы для операционной деятельности субъектов хозяйствования в отрасли во всех странах мира. Современные технологии в туристической индустрии применяются все шире, что позволяет ускорить и упростить деятельность туристических компаний и связанных с ними структур.

Например, они позволяют одновременно, в режиме онлайн, осуществлять автоматическое пакетирование, выбор оптимального пакета, обновлять цены в гостиницах и их спецпредложения. Таким образом, туроператоры и туристические компании по всему миру могут использовать все эти возможности, видеть и мгновенно предлагать потребителям новые, или обновленные, услуги.

Кроме того, современные технологии позволяют активнее продвигать бренд страны на мировом рынке туризма, получать необходимую информацию и участвовать в международных маркетинговых мероприятиях.

4) Наличие 4-х современных классических форм государственного регулирования международной туристической деятельности: латиноамериканская, европейская, африканская и американская.

При этом анализ мировой практики применения этих форм показывает, что идеальной формулы создания оптимальной структуры государственного регулирования туристической сферы не существует. Разнообразие форм государственного регулирования туризма объясняется спецификой социально-экономических и политических условий развития отдельных государств, степенью значимости международной туристической деятельности в национальной экономике, уровнем развития рыночных отношений, масштабами развития индустрии туризма.

По результатам исследований системы государственного регулирования туризма в 193 странах мира автор приходит к выводу, что в отдельных странах, к которым относится и Египет, ни одна из приведенных классических форм не обеспечивает возможность решения стоящих перед страной задач.

5. Обосновано, что в силу ухудшения позиций Египта на мировом рынке туризма, роста значимости отрасли для социально-экономического развития страны и невозможности решить национальные задачи в рамках существующих форм государственного регулирования туристической сферы, АРЕ необходимо разработать собственную форму государственного регулирования отрасли.

Международный туризм остается важнейшим катализатором экономического роста для многих быстро развивающихся стран, в том числе и для Арабской Республики Египет.

При анализе роли туризма в экономике Египта и оценки позиции на мировом рынке выявлено, что международный туризм на современном этапе играет важную роль в развитии экономики АРЕ. Отрасль создает значительную часть ВВП (Рис. 1), обеспечивает значительную часть поступлений иностранной валюты и занятость населения, способствуя созданию новых рабочих мест.

Однако, изучив с помощью различных методик позицию Египта на рынке международного туризма за недавний период (с 2010 по 2019 гг.), в диссертации отмечается ухудшение позиций по сравнению с показателями до

2011 г., а также по сравнению со странами региона и мира по основному показателю – количеству прибытий.

Как видно из Рис. 1, в 2016 г. прямой вклад международной туристической деятельности в ВВП Египта был минимальным и составил порядка 87,4 млрд ег. ф., или около 3,2% ВВП, значительно сократившись за 10 лет (с более чем 9% ВВП). Это стало результатом не снижения качества турпродукта, а воздействия политических процессов, падения российского самолета над Синаем в 2015 г. и уход российских туристов с египетского рынка.

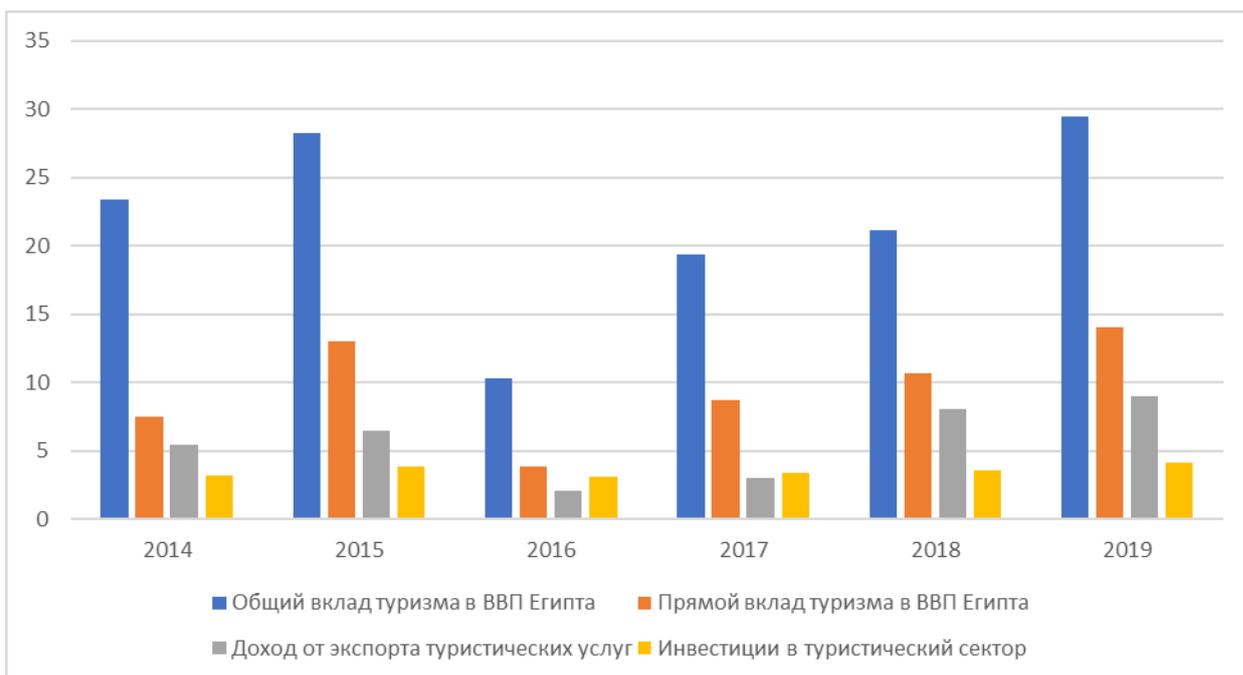


Рис. 1. Динамика экономических показателей развития международного туризма в Египет в 2014–2019 гг., млрд долл.

Источник: составлено автором по материалам Министерства экономики Египта.

В результате стабилизации политической и экономической ситуации в стране, регионе и в целом мире в 2017–2019 гг. наблюдался рост въездного туризма в Египет, о чем свидетельствуют данные приведенного Рис. 1. Зарождение тенденции быстрого роста за этот период стало следствием стабилизации политической и экономической ситуации в стране, диверсификации основных направлений и увеличения количества туристов из таких стран, как Украина, Казахстан, Сербия и роста государственного внимания к отрасли. На сегодняшний день отмечается повышение оценки и рейтинга Египта, согласно данным различных замеров.

Оценка конкурентных позиций и рейтинга на мировом рынке туристических услуг по состоянию за 2020 г. продемонстрировала 51-е место Египта в мире. Согласно прогнозам ЮНВТО, в 2027 г. число международных туристических прибытий в Египет составит 12487 тыс., что увеличит экспорт

до 13 млрд долл. США, т.е. на 10%, а прямой вклад туристической деятельности в ВВП Египта вырастет до 153 млрд ег. ф., или 3,8% ВВП в 2027 г.³

6. Разработаны предложения по усовершенствованию используемой в настоящее время формы государственного регулирования туристической деятельности АРЕ.

В настоящее время в Египте применяется традиционная для АРЕ форма международного государственного регулирования туристической деятельностью страны.

Однако низкая эффективность (особенно в кризисных условиях отрасли) функционирования существующей формы государственного регулирования туристической деятельностью страны во главе с Министерством туризма обусловила необходимость ее совершенствования. В рамках улучшения ситуации на рынке автор предлагает сформировать новые структуры и их взаимосвязи, которые будут способствовать повышению эффективности и координации госрегулирования туристической деятельностью.

Новая усовершенствованная форма государственного регулирования туристической деятельностью страны с учетом создания и внедрения Высшего совета по туризму в организационном плане будет состоять из Кабинета министра по туризму АРЕ, Отдела маркетинга и развития туризма, Отдела контроля над гостиничным сектором, Отдела контроля над турфирмами, Отдела планирования-исследования, Финансово-экономического департамента.

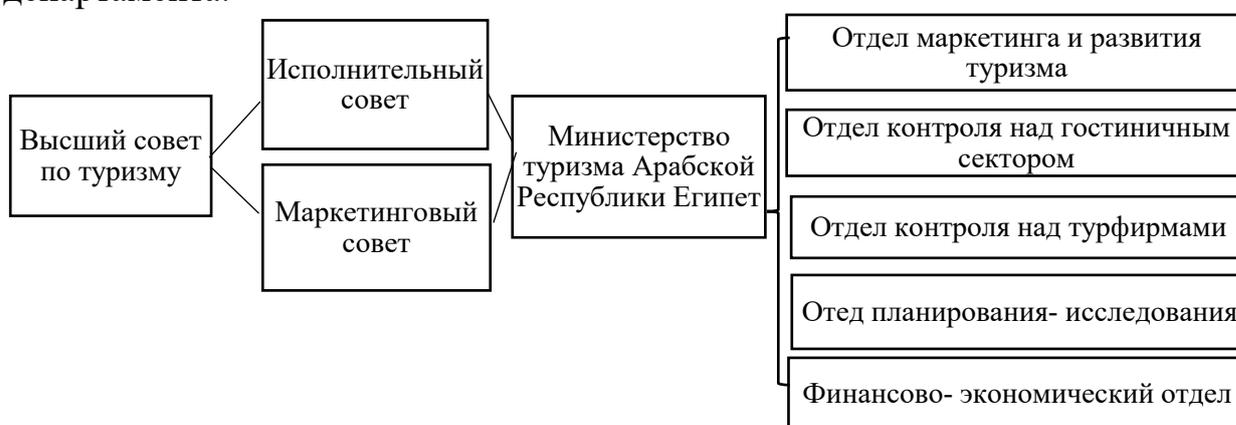


Рис. 2. Организационная структура Высшего совета по туризму АРЕ (пятая форма).

Источник: разработано автором.

Данная форма направлена на осуществление таких функций и задач, как: разработка и реализация политики, направленной на продвижение и развитие

³ UNWTO Commission for the Middle East. Forty second meeting Dubai, United Arab Emirates, 24 April 2017. URL: http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/cme_42_4b_gp_w_16-17_reg_activities_iiadd.1_e.pdf. С. 23 (дата обращения: 02.06.2020).

туризма; развитие механизмов координации между различными министерствами в осуществлении стратегических планов по развитию туризма; разработка стратегии по продвижению и развитию туризма и контроль за ее исполнением; разработка механизмов антикризисных /шоковых мер; разработка и реализация стратегии управления брендом страны.

Подобные преобразования диктуют необходимость перехода на новую пятую форму государственного регулирования международной туристической деятельности, ранее отсутствовавшую в мире, которую условно можно назвать Североафриканской. Она будет эффективна не только для АРЕ, но и для ряда развивающихся стран, экономика которых формируется за счет нескольких отраслей, одной из которых является туристическая.

Она будет эффективна не только для Арабской Республики Египет, но и для ряда других развивающихся стран, на деятельность международного туризма которых оказывают влияние различные кризисы.

7. Проанализированы двусторонние российско-египетские отношения в сфере туризма и их роль для Египта, а также сформулированы основные проблемы, препятствующие восстановлению туристического потока россиян в АРЕ, и обоснованы авторские предложения по их устранению/смягчению.

В диссертации на основе проведенного автором анализа потока российских туристов в Египет установлено, что:

1) Основными направлениями зарубежного отдыха для россиян за последние 15 лет остаются Турция и Египет.

2) За весь период исследования Египет показал постоянный, значительный и стабильный рост турпотока – от 15 до 25% за год, а за весь период исследования рост потоков составил 600%. Это подтверждает востребованность Египта, как курорта для российских граждан с конкурентными ценами на туристический продукт, что соответствует потребностям большинства российских туристов. С 2004 г. АРЕ стабильно входит в тройку лидеров по количеству прибытия российских туристов.

3) Тенденция роста турпотока из России в Египет сохранилась и в 2008–2009 гг. (+13%), повлекший за собой отрицательную динамику почти по всем направлениям, и после «арабской весны» (+31%). Даже через год после революционных событий рост турпотока из Российской Федерации составил 31%.

4) В 2014 г. Египет имел долю в 14,8% от рынка всех туристических зарубежных поездок россиян.

Однако сохраняются и другие проблемы на пути полного восстановления и развития туристических отношений между АРЕ и РФ. По нашему мнению, ним можно отнести следующие:

1. Недостаточная правовая проработанность проблема.

2. Недоверие российской стороны к мерам безопасности в аэропортах Египта.
3. Ухудшение имиджа Египта в глазах россиян.
4. Преобладание внутреннего и въездного туризма, что отражено в Стратегии развития российского туризма до 2035 г.⁴
5. Появление и продвижение на российском туристическом рынке альтернатив египетскому туристическому продукту.
6. Высокие цены на полеты в Египет.
7. Отсутствие ясности в стратегии АРЕ по восстановлению туристического потока из России.
8. Отсутствие крупных египетских туристических компаний в России.
9. Экономические факторы в России и в мире, такие как девальвация рубля и др.
10. Имеют место определенные политические причины и соображения безопасности, связанные с ближневосточным регионом в целом.

Автором разработаны предложения, направленные на решение этих проблем (хотя бы их части).

1. Открыть представительство Ростуризма в Египте и совместные российско-египетские туристические компании и авиакомпании.
2. Повысить уровень и стандарты безопасности.
3. Диверсифицировать туристический продукт, включая культурный, лечебный и спортивный туризм, как существенное дополнение к пляжному туризму.
4. Повысить конкурентоспособность турпродукта по цене за счет сокращения стоимости авиабилетов на российских государственных авиалиниях Аэрофлот или египетской EgyptAir до возвращения прямых рейсов на египетские курорты и недорогих билетов для школьников и студентов.

Кроме того, на основе метода анализа иерархий автор приходит к выводу о том, что оптимальной формой взаимодействия для Египта можно считать создание на российском рынке египетских туристических компаний и их взаимодействие с российскими. Это поможет сократить издержки, увеличить привлекательность и конкурентоспособность египетского турпродукта по цене для российского потребителя.

8. Разработаны направления стратегии развития Арабской Республики Египет в сфере туризма до 2025 г.

Основными ее составляющими являются: разработка эффективной маркетинговой политики; разработка предложений по обеспечению и повышению эффективности инфраструктуры и стимулирования инвестиций; повышение уровня сервиса и подготовки обслуживающего персонала;

⁴ Постановление Правительства РФ от 20 сентября 2019г. № 2129 «Стратегия развития туризма в России до 2035 года».

обеспечение безопасности туристов, а именно, разработка и реализация единой программы по обеспечению безопасности иностранных туристов; укрепление двусторонних отношений со стратегическими туристическими партнерами.

В рамках пятой Североафриканской модели государственного регулирования туристической деятельности страны автором разработаны основные направления стратегии развития международного туризма АРЕ, в частности: во-первых, в краткосрочной перспективе, в том числе до конца 2021 г., необходимо сосредоточиться на восстановлении турпотока из наиболее значимых рынков для страны, особенно Российской Федерации, а затем следует провести реформирование внутренней составляющей отрасли в строгом соответствии с разработанной государственной стратегией. Во-вторых, в долгосрочном плане до 2025 г. целесообразно создание международных стратегических альянсов со стратегическими партнерами во всех сферах туристической отрасли, включая инвестиционную.

Поскольку РФ является одним из важнейших стран-партнеров АРЕ, обеспечивавшей значительное количество прибытий иностранных туристов в Египет, то важно активизировать российско-египетское сотрудничество в области развития международного туризма путем:

- использования в операциях на туристическом рынке между Египтом и Россией российского рубля. Данная мера может способствовать снижению стоимости путевок, тем самым Египет получит туристов, от которых зависит развитие экономики Египта, а Россия – укрепление рубля в мировой экономике.

- стимулирования интеграционных связей РФ с Египтом, в рамках которых будет использоваться рубль во внешнем и внутреннем обороте как расчетная валюта.

- снижения уровня долларизации национальной экономики Египта.

III. Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. На основе анализа статистических показателей и особенностей развития международной туристической деятельности (международного туризма) выявлен активный рост отрасли, начавшийся со 2-й половины XX в. и продолжавшийся в XXI в. Этот рост сохраняется, несмотря на ряд геополитических, экономических (страновых, региональных и глобальных) и трансформационных процессов. Происходят географические изменения в структуре мирового рынка туристических услуг. Так, наряду с государствами, переживавшими бурный рост своего сегмента на этом рынке (США и особенно Китай), некоторые страны (в том числе Египет) показали снижение конкурентоспособности и ухудшение привлекательности рынка для иностранных туристов. Но доля развивающихся стран на мировом туристическом рынке устойчиво растет и туризм остается одной из основных

отраслей глобальной экономики, обеспечивающей ее экономический рост и социальный прогресс.

2. На протяжении длительного периода международный туризм имел и сохраняет значимую роль в развитии экономики Египта, оставаясь наиболее доходным сектором экономики страны, обеспечивая значительные поступления иностранной валюты, занятость населения, инвестиций. Среди конкурентных преимуществ Арабской Республики Египет можно выделить наличие значительных рекреационных ресурсов (климатических, экологических, исторических, географических, культурного наследия); наличие туристического продукта, характеризующегося разнообразием и экономической целесообразностью; обеспечение туристов качественной медицинской помощью; благоприятная туристическая политика государства; конкурентоспособные цены на туристические услуги; наличие сопутствующих отраслей экономики, поддерживающих туризм.

Египет имеет высокий потенциал в развитии отрасли, и для АРЕ, как страны с развивающейся экономикой, основной задачей в средне- и долгосрочной перспективе является получение более значимой доли на данном рынке.

3. Анализ динамики выездного туризма из Российской Федерации в Египет за период с 2004–2017 гг. показал, что Египет находился в тройке лидирующих стран по количеству прибытия российских туристов. Резкий спад прибытия российских туристов в 2016 г. связан с терактом на российском самолете в 2015 г. К основным препятствиям восстановления и развития российско-египетских туристических отношений относятся слабые меры безопасности в египетских аэропортах, ухудшение имиджа Египта в России, преобладание приоритетов развития внутреннего туризма в России, появление новых зарубежных курортов на российском туристическом рынке, отсутствие четкого плана государства и Министерства туризма Египта, отсутствие египетских туристических компаний в России, совместных египетско-российских (бюджетных) авиакомпаний.

4. Определены стратегические направления для повышения конкурентоспособности туристической индустрии Египта путем:

- разработки эффективной структуры регулирования развития туристической деятельности; определения четкой роли правительства, инвестиционного сектора и частного сектора; предоставления точной базы данных для достижения правильного выбора; разработки и диверсификации туристического продукта;

- диверсификации туристического продукта; достижения баланса между различными типами и видами туризма за счет разнообразия и повышения конкурентоспособности египетского туристического продукта; развития не только пляжного, но и культурного туризма;

- обеспечения и повышения эффективности инфраструктуры и стимулирования инвестиций для привлечения инвесторов; разработки планов

по развитию новых направлений и регионов; разработки планов по строительству дорог и поддержке их инфраструктуры; завершения долгостроев, увеличения количества номеров; достижения самообеспеченности электроэнергией и водой; поддержки малого и среднего бизнеса.

– повышения уровня сервиса и качества обслуживающего персонала Министерством туризма в координации с Египетской Федерацией палат туризма; применения новых стандартов для классификации гостиниц с целью повышения конкурентоспособности египетского туризма в целом.

– обеспечения высокого уровня безопасности иностранных туристов, эффективности работы туристической полиции; увеличения требований в отношении надежности и безопасности автотранспорта с разработкой отдельного плана авиационной безопасности для международных аэропортов Египта.

– разработки эффективной маркетинговой политики и создания устойчивого механизма информирования о туристическом потенциале страны; открытия новых направлений туристических рынков; улучшения имиджа и укрепление бренда страны.

– создания новой национальной формы государственного регулирования отрасли.

5. В целях совершенствования государственного регулирования в рамках новой предложенной формы даны следующие практические рекомендации:

– создание координационного совета для улучшения взаимосвязи различных министерств и ведомств по туризму; координация действий с Министерством внутренних дел Египта; отмена виз для стран партнеров на территории египетских курортов; переход на онлайн-технологии для упрощения процедур подачи и получения виз; обеспечение ее эффективного функционирования на национальном и глобальном уровнях.

– создание новой самостоятельной маркетинговой компании с участием государства и частного сектора, основной целью которой является организация международной кампании по продвижению египетского туристического продукта за рубежом; создание международного альянса с участием ведущих мировых компаний по маркетингу туризма, ведущих телевизионных каналов (Первый канал, Второй канал, Russia Today); участие в международных туристических выставках и мероприятиях, касающихся туризма; реализация совместных маркетинговых кампаний с ведущими туроператорами за рубежом, с такими ведущими туроператорами, как Тез Тур, Интурист, Библио Глобус и т.д.; проведение рекламной кампании с размещением наружной рекламы; активизация маркетинга на новых туристических рынках; усиление маркетинговых кампаний на потенциальных рынках с использованием цифровизации маркетинга египетского туристического продукта в целом, с использованием популярных программ

электронного бронирования («Связной Travel», «Островок Travel», «Клек вояж»), социальных сетей в Интернет, «Яндекс»).

– обеспечение и повышение эффективности инфраструктуры и стимулирование инвестиций путем координации работы Министерства туризма и инвесторов с сектором гражданской авиации для создания недорогих аэропортов вблизи туристических и археологических объектов с высокой экономической эффективностью, а также компаний по управлению туристическими проектами; развитие партнерства государства и частного сектора через систему РРР в перспективных направлениях; увеличение доли иностранных инвесторов за счет упрощения процедур получения необходимых документов для ведения деятельности, снижения или отмены налогов на прибыль в первые три года деятельности; создание Инвестиционного Многостороннего фонда для окончательного завершения нереализованных туристических проектов и обеспечения их ввода в эксплуатацию.

– укрепление двусторонних отношений со стратегическими туристическими партнерами: переход на рубли в расчетах между Египтом и Россией, способствующий снижению стоимости путевок. В результате этого Египет получит туристов (от которых зависит развитие экономики Египта), а Россия – укрепление рубля в мировой экономике; открытие представительства Федерального агентства по туризму в Египте; создание совместных авиакомпаний с целью установления приемлемых цен на авиабилеты для иностранных туристов.

– повышение уровня сервиса и качества квалификации обслуживающего персонала через предоставление специализированных учебных программ для работников сферы туризма в координации с Египетской Федерацией палат туризма.

– в целях повышения уровня безопасности в аэропортах Египта рекомендуется создание совместных компаний и обмен опытом с ведущими странами мира в области гражданской безопасности.

Научные публикации по теме диссертационного исследования

Научные статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки Российской Федерации:

1. Селим М.С. Последствия от использования российского рубля при оплате туристических услуг в Египте // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 10. – С. 59–61. (0,4 п.л.).
2. Селим М.С. Роль туризма в обеспечении экономической безопасности Египта // Предпринимательство. – 2015. – № 7. – С. 54–66. (0,4 п.л.).

3. Селим М.С. Роль и перспективы развития экотуризма в контексте достижения устойчивого развития Арабской Республики Египет // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2016. – № 4. – С. 254–261. (0,5 п.л.).

4. Селим М.С., Хожемпо В.В. Арабская Республика Египет и Российская Федерация: как ускорить восстановление сотрудничества в сфере туризма // Путеводитель предпринимателя. – 2016. – № 31. – С. 194–204. (0,2 п.л.).

Научные публикации в иных научных изданиях:

5. Салах Эль Дин М.С. Меры Египта по смягчению негативных экономических последствий для туристического сектора в условиях глобальной нестабильности // Россия и Азия. – 2020. – № 3 (12). – С. 44–58. (0,4 п.л.).

6. Салах Эль Дин М.С., Айдрус И.А.З. Теоретические и методологические основы формирования и продвижения туристических услуг в условиях глобальной нестабильности // Сборник статей: Социально-экономические проблемы регионов в условиях глобальной нестабильности. I Международная междисциплинарная научно-практическая конференция. – 2020. – С. 133–151. (0,4 п.л.).

7. Селим М.С. Возможности использования российского рубля в расчетах с египетской стороной за туристские услуги // Валютное регулирование. Валютный контроль. – 2015. – № 11–12. – С. 44–48. (0,3 п.л.).

8. Селим М.С., Хожемпо В.В. Новые перспективы развития Российского туризма в Египте // Социально ориентированное управление в условиях глобализации: материалы IV Всероссийской заочной научно-практической конференции. – М: РУДН, 2015. – С. 185–191. (0,2 п.л.).

9. Селим М.С. Влияние туризма на экономическую стабильность Египта // Актуальные проблемы глобальной экономики: материалы XVIII научной конференции молодых ученых экономического факультета. Российский университет дружбы народов. – М.: РУДН, 2016. – С. 314–324. (0,5 п.л.).

10. Селим М.С. Влияние туризма на экономическую стабильность Египта // Актуальные проблемы глобальной экономики: материалы XVIII научной конференции молодых ученых экономического факультета. Российский университет дружбы народов. – 2016. – С. 314–324. (0,4 п.л.).

11. Селим М.С., Хожемпо В.В. Современные тенденции развития туристического рынка Египта // Социально ориентированное управление в условиях глобализации: материалы V Всероссийской заочной научно-практической конференции. Российский университет дружбы народов. – М: РУДН. – 2016. – С. 212–224. (0,2 п.л.).

12. Селим М.С. Территориальный Брендинг и его влияние на развитие сферы туризма и путешествий в РФ // Научные механизмы решения проблем инновационного развития: сборник статей Международной научно-практической конференции в 4-х частях. – Уфа: НИЦ-АЭТЕРНА. – 2017. – С. 101–105. (0,2 п.л.).

13. Селим М.С., Якубова Т.Н. Факторы развития международного туризма в мировой экономике // Депонированная рукопись № 43-В2017, 14.04.2017. – М.: ВИНТИ РАН. – 2017. – 28 с. (0,5 авт. п.л.).

14. Селим М.С., Якубова Т.Н. Международный туризм как сфера внешнеэкономической деятельности стран // Депонированная рукопись № 42-В-2017, 14.04.2017. – М.: ВИНТИ РАН. – 2017. – 18 с. (0,4 авт. п.л.).

15. Селим М.С. Экономическая стратегия развития туристической отрасли России // Мировая экономика в XXI веке: Value and Values: сборник материалов Международной научно-практической конференции / Отв. ред. И.А. Айдрус. – М., 2019. – С. 276–289. (0,4 п.л.).

16. Селим М.С., Якубова Т.Н. Роль международного туризма в современной экономике Арабской Республики Египет // Информация как двигатель научного прогресса: сборник статей международной научно-практической конференции в 3 частях. – Уфа: НИЦ-АЭТЕРНА. – 2017. – С. 217–221. (0,1 п.л.).

Научные статьи на иностранном языке:

17. Selim M. Status and prospects for development of international tourist in the Arab Republic of Egypt. *Advances in Economics, Business and Management Research. Conference: International Scientific Conference “Far East Con” (ISCFEC 2020)*. Volume 128, pp. 2401–2406. DOI: 10.2991/aebmr.k. 200312.333. (0,3 п.л.).

18. Selim M., Aidrus I., Semenova E. (2020). International Tourism: Prospects for Development in The Post Coronavirus World (Egyptian Example). *International Journal of Management (IJM)*. Volume 11, Issue 7, pp. 1145–1155. Article ID: IJM_11_07_102. (0,4 п.л.).