

УДК 334.021.1
ББК 65.9(4/8)

DOI: 10.25683/VOLBI.2020.53.413

Radwan Younan,Postgraduate Student of the Higher School
of Engineering and Economics,
Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University,
Russian Federation, Saint Petersburg,
e-mail: younan-r@hotmail.com**Радван Юунан,**аспирант Высшей инженерно-экономической школы,
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого,
Российская Федерация, г. Санкт-Петербург,
e-mail: younan-r@hotmail.com**Guzikova Liudmila Aleksandrovna,**Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Higher School of Engineering and Economics,
Peter the Great Saint-Petersburg
Polytechnic University,
Russian Federation, Saint Petersburg,
e-mail: guzikova@mail.ru**Гузикова Людмила Александровна,**д-р экон. наук, доцент,
профессор Высшей инженерно-экономической школы,
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого,
Российская Федерация, г. Санкт-Петербург,
e-mail: guzikova@mail.ru**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИЗМА В АРАБСКИХ СТРАНАХ****THEORETICAL ASPECTS OF PLANNING TOURISM IN ARAB COUNTRIES**

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

08.00.05 — Economics and management of national economy

Бурное развитие туристской индустрии в последние десятилетия привлекало внимание исследователей как экономический и социальный феномен. Дестабилизирующее событие мирового значения — пандемия коронавируса — стало для туристской индустрии испытанием на прочность, обострило значимость вопросов планирования и заставило обратиться к его теоретическим основам. В статье рассматриваются базовые теоретические положения планирования туризма. Целью работы является выявление наиболее важных теоретических аспектов планирования туризма применительно к арабским странам. Исследование базируется на логическом анализе теоретических положений и фактографической информации. Обоснована необходимость планирования туризма для более полного задействования туристского потенциала стран региона. Показано, что при надлежащем планировании туризм может способствовать экономическому развитию, но стабильность развития обеспечивается балансом между экономическими, социальными и экологическими целями. На основе анализа научных работ, посвященных развитию туризма в регионе, выявлены цели планирования, модели, которые могут быть положены в его основу, и принципы «хорошего планирования», соблюдение которых позволяет обеспечить стабильность туристского потока. Проанализированы фактографические данные, свидетельствующие об актуальности вопросов планирования туризма для арабских стран, внимания к этим вопросам со стороны государственных органов, возможные подходы к планированию туризма на региональном уровне. Сформулированы выводы и даны рекомендации о практическом использовании выявленных и сформулированных авторами теоретических положений. Обоснованные научные представления о планировании туризма должны позволить странам анализируемого региона сформировать механизмы планирования туристских потоков, учитывающие региональную специфику и способствующие получению стабильного притока ресурсов в экономику региона.

The rapid development of the tourism industry in recent decades has attracted attention of researchers as an economic and social phenomenon. Destabilizing events of the worldwide scale — the coronavirus pandemic — became a test of strength for the tourism industry, aggravated the significance of planning issues and forced to turn to its theoretical foundations. The article discusses the basic theoretical provisions of tourism planning. The aim of the work is to identify the most important theoretical aspects of tourism planning in relation to the Arab countries. The study is based on a logical analysis of theoretical provisions and factual information. The necessity of tourism planning for more fully utilizing the tourism potential of the countries of the region under consideration is substantiated. It is shown that, with proper planning, tourism can contribute to economic development, but development sustainability is ensured by a balance between economic, social and environmental goals. Based on the analysis of scientific works devoted to the development of tourism in the region, the goals of planning, the models that can be taken as its fundamental, and the principles of “good planning”, the observance of which ensures the sustainability of the tourist flow, are identified. The factual data which testify to the relevance of tourism planning issues for the Arab countries and attention to these issues by state authorities, as well as the possible approaches to tourism planning at the regional level are analyzed. The conclusions are formulated and recommendations are given on the practical use of the theoretical provisions identified and composed by the authors. Sound scientific ideas about tourism planning should allow the countries of the analyzed region to create tourist flow planning mechanisms that take into account regional specifics and contribute to a sustainable flow of resources into the regional economy.

Ключевые слова: туризм, международный туризм, туристский потенциал, туристский поток, модель развития, планирование туризма, цели планирования туризма, принципы планирования туризма, факторы планирования туризма, арабские страны.

Keywords: tourism, international tourism, tourism potential, tourist flow, development model, tourism planning, tourism planning goals, tourism planning principles, tourism planning factors, Arab countries.

Введение

Актуальность исследования планирования туризма обусловлена глобальным интересом к туристской индустрии на всех уровнях, важностью выработки правильной политики планирования, обеспечивающей устойчивость отрасли к дестабилизирующим факторам и сохранение культурных, социальных и экономических структур, а также природных и экологических ресурсов для будущих поколений.

Изученность проблемы. В научной литературе сформулирован ряд положений, позволяющих составить представление о теоретических основах планирования туризма.

Возникновение и развитие планирования туризма связано с появлением туризма как цивилизационно-поведенческого явления, с одной стороны, и социально-экономического явления — с другой. Планирование является одним из важнейших инструментов развития современного туризма, целью которого является увеличение реального национального и индивидуального дохода и всестороннее развитие цивилизации как совокупности природных, человеческих и материальных компонентов в стране [1].

Современный туризм как сфера человеческой деятельности имеет огромное значение и как никогда ранее требует внимания. В наше время туристская активность привела к экономическим, социальным, культурным, экологическим и урбанистическим последствиям, которые оказывают огромное и очевидное влияние на жизнь стран и народов. Для быстрого и полного достижения желаемых целей и результатов развития туризма необходимо обратить внимание на методы организации, контроля, управления и оценки туристской деятельности. Это требует разработки специализированных научных подходов и методов планирования туризма, охватывающих все виды туристской деятельности и способствующих их развитию [2].

В некоторых экономиках, особенно развивающихся, где индустрия туризма не очень развита, при планировании должно учитываться, что инвестиции в сфере туризма являются самым быстрым способом для достижения желаемых целей планов развития [3].

Развитие туризма является не только задачей, касающейся отдельного государственного органа, например министерства туризма, а скорее общенациональной задачей, решением которой должны заниматься группы министерств и учреждений. Их скоординированные усилия должны быть направлены на развитие и маркетинг туризма, увеличение инвестиций и доходов от туризма [4].

Целесообразность разработки заявленной темы обусловлена тем, что многоплановость и комплексный характер проблем, их тесная взаимосвязь с актуальными проблемами человечества и современными вызовами, одним из которых стала пандемия коронавируса, и наличие региональной специфики требуют более глубокой научной проработки теоретических основ планирования туризма с учетом регионального аспекта.

Целью настоящей работы является выявление наиболее важных теоретических аспектов планирования туризма применительно к арабским странам. Для достижения цели в работе проведен анализ теоретических положений, относящихся к целеполаганию при планировании туризма, определено место планирования туризма в системе

социально-экономического планирования и сформулированы требования к его организации.

Теоретическая значимость исследования состоит в расширении представлений о планировании туризма, а его **практическая значимость** связана с тем, что наличие надежной теоретической базы должно позволить рационализировать целеполагание и процесс планирования туризма в рассматриваемом регионе.

Научная новизна результатов заключается в оценке теоретических аспектов планирования туризма с позиций их значимости для конкретного региона.

Методология работы включает дескриптивно-логические методы, в частности систематизацию, анализ и научное обобщение. Учитывая, что интерес мирового научного сообщества к туризму в арабских странах имеет циклический характер, анализ научных взглядов на проблемы развития туризма в регионе проводится в работе с использованием эволюционного подхода на основе научных публикаций, периодических изданий, официальных отчетов и фактографии за большой период времени.

Основные результаты

Концепция планирования туризма начала формироваться после окончания Второй мировой войны. В это время стало интенсивно развиваться международное туристское движение, число туристов увеличилось, появились разнообразные формы туризма и отдыха, выросло число туристских зон, различающихся по своим функциям и характеристикам, активизировался интерес к туризму и туристической деятельности. Возникла необходимость контролировать и направлять эту деятельность с целью уменьшения ее негативного воздействия на общество и окружающую среду. Были осознаны экономические возможности туризма, и возникло стремление к достижению наибольшей экономической выгоды, а в ряде стран туризм стал рассматриваться как отрасль, являющаяся основным источником дохода.

Халаф утверждает: «Международный туризм стал заметным явлением в хозяйственной жизни арабских государств главным образом во второй половине XX в., хотя как самостоятельная отрасль он появился значительно раньше. Регион Ближнего Востока и Северной Африки представляет собой один из динамично развивающихся туристических центров мира» [5].

Рифаи пишет, что «несмотря на многочисленные проблемы, с которыми сталкивается Ближний Восток, он является одним из самых быстрорастущих туристических регионов мира. Явная политическая воля и приверженность туризму в регионе, а также видение того, что туризм является одной из основных опор развития региона, способствует этой динамике» [6].

Шарпли также констатирует, что «в последние годы регион Ближнего Востока быстро развивается как туристическое направление» [7]. Однако Ковьянич отмечает, что по сравнению с другими регионами арабский мир является неразвитым туристским рынком [8].

Насер указывает на ограниченность видов туризма и пишет, что «несмотря на имеющийся огромный культурный и исторический потенциал арабских стран, наиболее характерны для туристского арабского рынка религиозный и пляжный виды туризма, соответственно, отличительной чертой арабского туристского продукта является сезонность его характера, что требует принятия определенных мер и развития альтернативных видов туризма в межсезонье» [9].

При этом, как отмечает Кесслер, потенциал традиционных для арабских стран видов туризма также раскрыт не полностью, а их развитие требует концептуализации [10].

В [11] анализируются различные аспекты арабского туризма, включая политику в области туризма, организацию и планирование, разработку туристических продуктов, маркетинг в местах назначения и поведение потребителей.

Планирование туризма — это планирование развития, представляющее собой набор целенаправленных организованных и законодательных мер, направленных на достижение оптимального результата использования имеющихся и потенциальных туристических достопримечательностей на основе заданного критерия полезности. Реализация разработанных мер должна сопровождаться последующим управлением и контролем для сохранения выработанной траектории развития и предотвращения отрицательных результатов или эффектов.

Планирование туризма направлено на составление прогнозной картины туристической деятельности в конкретной стране и в определенный период времени. Для определения целей планирования туризма и обеспечения его быстрого и планомерного развития на основе разработки и реализации комплексной программы, охватывающей все направления туристической деятельности и все туристские зоны, требуется предварительная оценка туристских ресурсов страны [12].

Планирование туризма не должно ограничиваться только деятельностью официальных органов власти, а должно рассматриваться как совместная программа работы государственных органов, частного сектора и частных лиц. Начиная с формулирования целей и заканчивая этапом реализации программ, планирование туризма должно быть процессом, в котором участвуют государственные органы, регулирующие и контролируемые сектор туризма, поставщики туристских услуг (учреждения и бизнесмены), потребители этих услуг (туристы) и принимающее сообщество. Вопросам взаимодействия органов управления туристической отраслью на различных уровнях посвящена работа [13].

Аль-Хамарнех и Штайнер пишут, что «арабские страны используют различные стратегии планирования туризма в зависимости от времени, когда они начали развивать туризм как часть своей национальной экономики, рынков, на которые они стремятся выйти, продвигаемых видов туризма, уровня консервативности страны» [14].

По мнению Аль-Ширави и Монеима, для успешного планирования туризма необходимо следующее [15]:

- 1) план развития туризма должен быть неотъемлемой частью комплексного национального плана экономического и социального развития;
- 2) должен соблюдаться баланс между различными секторами экономики;
- 3) развитие туристического сектора должно рассматриваться как одно из стратегических направлений экономического развития;
- 4) в структуре экономики государства туризм должен рассматриваться наравне с производственным сектором;
- 5) государство должно определять необходимый уровень роста и размер туристического потока;
- 6) должны быть определены роли частного и государственного секторов в развитии туризма;
- 7) необходимо сосредоточить внимания на взаимосвязи развития туризма с общей экономической деятельностью и сохранением окружающей среды.

В работе [16] говорится, что для успешного развития туризма следует ориентироваться на модель 4Е:

Economics — связь планирования с экономической деятельностью предполагает, что успех туристской деятельности в любом регионе тесно связан с уровнем его экономического развития, определяющими возможность роста доходов от туризма и способность местной экономики поглощать и использовать эти доходы.

Environment — связь планирования с окружающей средой. Туристский поток связан с природными (климатом, природными ландшафтами, пляжами и т. д.) или рукотворными (историческими, археологическими и современными объектами и т. д.) достопримечательностями, которые можно рассматривать как экологические активы. Следовательно, возникает задача сохранения экологических активов.

Enrichment — связь планирования с проживающими в туристской зоне. Целесообразно настраивать и готовить местных жителей на формирование у туристов позитивных образов, обеспечивающих им душевное удовольствие, а сочетание психологического удовольствия с интеллектуальным обогащением вызывает у туристов желание посетить регион снова.

Exchange — связь планирования с потоком иностранной валюты. Целью развития туризма может быть увеличение поступления иностранной валюты, что особенно важно для развивающихся стран. Успех планирования туризма в этом случае определяется способностью увеличить приток иностранной валюты как через поступления от международного туризма, так и через инвестиции в туристскую отрасль иностранного капитала.

Планирование как научный метод организации и управления играет очень важную роль в развитии туристической деятельности. Оно обеспечивает общую основу для принятия решений по управлению туристскими ресурсами и предоставляет участникам отрасли ориентиры и методы, которые они должны использовать, что облегчает их работу и экономит усилия. Планирование туризма помогает объединить усилия всех организаций, ответственных и заинтересованных в развитии сектора туризма, скоординировать их работу и уменьшить дублирование функций, что в целом помогает в достижении общих и конкретных целей деятельности.

Следует принимать во внимание, что на развитие туризма политические, социальные и природные колебания воздействуют в большей степени, чем факторы производства и различные экономические факторы. Оценивая общие перспективы развития туризма в арабских странах, Ковьянич делает вывод, что «имеются мощные экономические и политические силы, действующие на национальном и международном уровнях, и перспективы развития туризма на Ближнем Востоке в значительной степени зависят от степени мира и безопасности, которые реально существуют и, как ожидается, будут существовать там» [8].

Описывая преимущества и выгоды, которые могут быть достигнуты за счет планирования туризма на всех уровнях, Шамсин [17] утверждает, что планирование туризма:

- 1) помогает в определении и поддержании туристических ресурсов и использовании их надлежащим образом в настоящее время и в будущем;
- 2) помогает интегрировать и связать сектор туризма с другими секторами и способствует достижению целей государственной политики экономического и социального развития на всех уровнях;

3) обеспечивает платформу для методов принятия решений в государственном и частном секторах, изучения текущих и будущих реалий, выявления политических и экономических вопросов, которые должны решаться государством для развития туризма;

4) позволяет получать, обрабатывать и предоставлять заинтересованным лицам информацию, необходимую для решения социально-экономических задач в других областях;

5) содействует увеличению экономических, социальных и экологических выгод от развития туризма и распространению результатов среди членов общества, а также уменьшению негативных эффектов туризма;

6) помогает разрабатывать детальные планы по развитию туризма в специфических и отсталых туристических зонах;

7) помогает заложить основы для реализации планов, политики и программ непрерывного развития, создавая институты и учреждения для управления этой деятельностью;

8) способствует непрерывности оценки и постоянно-му прогрессу развития туризма, усиливая позитивные и преодолевая негативные проявления в последующие периоды.

Опыт многих стран мира показал, что устойчивые доходы от туризма могут быть достигнуты путем надлежащего планирования, и эти доходы могут быть удвоены, если информированное и качественное планирование будет продолжено.

Гунаим [2] считает, что для планирования туризма наиболее важны:

1) определение краткосрочных и долгосрочных целей развития туризма, разработка политики в области туризма и установление процедур ее реализации;

2) контроль и координация планового и спонтанного туризма;

3) поощрение необходимых инвестиций государственного и частного секторов в туристские объекты;

4) максимально возможный рост экономических и социальных выгод от туристской деятельности при снижении стоимости инвестиций и затрат на управление до минимально возможной степени;

5) предотвращение порчи туристских ресурсов и их защита;

6) принятие обоснованных решений и размещение информации о них на туристских сайтах;

7) организация общественных услуг и предоставление их по мере необходимости в туристических зонах;

8) сохранение окружающей среды путем выработки и реализации научно-обоснованных мер;

9) привлечение внутреннего и внешнего финансирования для развития туризма;

10) координация туристической деятельности с другими видами экономической деятельности на комплексной основе.

По нашему мнению, хорошее планирование туризма характеризуется ориентацией на туристический продукт, а также на продвижение и маркетинг таким образом, чтобы достичь баланса между экономическими, социальными и экологическими целями в рамках комплексного и устойчивого развития туризма. Для этого планирование туризма должно соответствовать следующим принципам:

1. Гибкость, непрерывность, последовательность. Изменения и поправки при необходимости должны

приниматься, но с обеспечением непрерывного контроля и обратной связи.

2. Комплексность. План должен охватывать все аспекты развития туризма — экономический, социальный, культурный, экологический, демографический и т. д.

3. Целостность. Туризм рассматривается как составная часть интегрированной системы, в которой каждый элемент дополняет все остальные, влияет на другие элементы и подвергается их воздействию.

4. Вовлеченность. В процессе планирования на его различных этапах должны участвовать все ответственные за развитие туризма государственные органы, организации и заинтересованные лица.

5. Экологичность. Планирование должно быть направлено на предотвращение порчи элементов природных и исторических туристических достопримечательностей, предусматривать необходимые процедуры для их постоянного обслуживания и обеспечивать их сохранение в течение максимально возможного периода времени.

6. Реалистичность и действенность. Цели планирования не должны выходить за пределы возможностей и должны задаваться с учетом доступности и обеспеченности природными, финансовыми и людскими ресурсами.

7. Поэтапная организация. Планы должны состоять из серии шагов и последовательных действий.

8. Системность. При планировании туризм должен рассматриваться как система с конкретными входами, процессами и результатами, конфигурация которых является объектом влияния и управленческого воздействия.

По мнению Мустафа, до недавнего времени «в центре внимания арабских стран были в основном экономические выгоды туризма, поддерживаемые аспектами глобализации, меньше внимания уделялось экологическим и социокультурным воздействиям, вызываемым темпами развития туризма, а также низким уровнем жизни местных жителей» [18].

Насер отмечает, что в настоящее время «арабские государства не уделяют должного внимания развитию культуры и искусства, большинство памятников нуждаются в реставрации и обслуживании» [9].

Как указано в [2], пространственные уровни планирования туризма могут различаться, но можно выделить четыре основных уровня:

1. Local Level — планирование туризма на местном уровне.

Планирование туризма на местном уровне является более подробным, чем на других уровнях, и включает детали по нескольким аспектам:

– географическое распределение туристских услуг и спальных мест;

– перечень туристских сервисов и услуг;

– туристские достопримечательности и районы;

– дорожно-транспортная сеть, магазины розничной торговли, парки и заповедники.

Планам развития на местном уровне предшествуют технико-экономические обоснования, оценка экологических, социальных и культурных результатов, оценка программ развития и административных и финансовых структур для их осуществления. Должно быть проанализировано соответствие трафика посещений туристских объектов инженерно-эксплуатационным нормам их функционирования и выработаны необходимые рекомендации.

2. Regional Level — планирование туризма на региональном уровне.

Планирование туризма на региональном уровне фокусируется на нескольких аспектах, включая, но не ограничиваясь, следующее:

- региональные шлюзы и сопряжение региональных и международных транспортных потоков;
- гостиничные заведения всех видов и другие туристские услуги;
- законодательная и инвестиционная база и региональные организационные структуры туризма;
- программы продвижения и маркетинга туризма;
- образовательные программы, культурные, социальные, экономические и экологические аспекты, анализ воздействия и результатов.

3. National Level — планирование туризма на национальном уровне.

Планирование туризма на этом уровне охватывает все аспекты, охватываемые на региональном уровне, но более обобщенно, устанавливает общие рамки для регионов и увязывает их планы в единое целое.

4. International Level — планирование туризма на международном уровне.

Операции планирования туризма на этом уровне ограничены транспортными услугами и транспортными средствами между группой стран, как это имеет место в группе стран Европейского союза. Совместное планирование также включает разработку и развитие некоторых элементов туристической привлекательности, которые географически распределены в нескольких соседних странах, как, например, Альпы в континентальной Европе. Представляется перспективным использование ресурсно-факторного подхода, основанного на выявлении положительных и отрицательных детерминант и угроз развитию туризма в регионе [19].

Кроме того, существует совместное планирование туризма, реализуемое несколькими странами, в области продвижения туризма и маркетинга. Стоит отметить, что международные туристические организации, например Всемирная туристская организация, участвуют в планировании этого типа и предоставляют поддержку в этой сфере.

Для арабских стран объединение усилий по развитию туризма в региональном масштабе представляется перспективным. В рамках такой работы Лига арабских государств провела специальное заседание рабочей группы по реализации программы, направленной на укрепление сотрудничества между странами региона по вопросам, связанным с туризмом. Инициатива направлена на поиск путей развития секторов туризма и культуры для стимулирования экономического роста, содействия национальному наследию и повышения уровня подготовки кадров и образования в отрасли. План действий охватывает также маркетинг, правовые вопросы и сохранность исторических ценностей [20].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Café M. Y. Economic tourism. Reda Publishing. Damascus, Syria, 2008. (На арабском языке.)
2. Gunaim M. O. Tourism Planning and Development. Jordan, 2004. (На арабском языке.)
3. Kamal M. A. Environment, origin and development of tourism projects in Arab countries. Arab Institute for Planning. Kuwait, 1982. (На арабском языке.)
4. Kurtz L. D., Boone L. E. Contemporary Marketing. Thomson Learning. Stamford, Connecticut, USA, 2005.
5. Халаф М. Индустрия туризма в арабских странах // Ближний Восток и современность / Под ред. М. Р. Арутюновой и А. О. Филоника. Вып. 21. М.: ИИИиБВ, 2004. 352 с.
6. Rifai T. UNWTO Secretary-General Speech, UNWTO Ministerial Forum in Dubai, May, 2013.
7. Sharpley R. Planning for Tourism: The Case of Dubai // Tourism and Hospitality Planning & Development. 2008. No. 5. Pp. 13—30. DOI: 10.1080/14790530801936429.

Следует отметить важность планирования информационного воздействия в рамках планирования туризма и распространения информации о туризме через средства массовой информации, включая телевидение, радио и прессу, с целью:

- формирования надлежащего общественного поведения, соответствующего требованиям туристических объектов;
- направления внимания на сохранение окружающей среды и уровня гигиены в туристических зонах;
- защиты национального наследия от краж и разрушений, которым оно подвергается;
- просвещения масс с помощью целенаправленных медиа-кампаний, показывающих важность туризма в экономическом, социальном, культурном, экологическом, оздоровительном, политическом и прочих аспектах.

Выводы

Проведенный анализ позволили выявить следующее:

1. Важность туризма как отрасли современной экономики и необходимость его планирования осознаны в арабских странах, что нашло отражение в значительном числе научных работ, посвященных теоретическим аспектам планирования туризма.

2. В работах, посвященных планированию туризма, признается возможность использования туризма в качестве двигателя, обеспечивающего региональное развитие в целом и повышение уровня жизни наименее развитых регионов, обладающих туристическими ресурсами, а также указывается на взаимосвязи туризма с широким спектром отраслей, вовлеченность широкого круга официальных и частных лиц, опору на материальные ценности, сохранение которых должно обеспечиваться, комплексный характер туристского потенциала и комплексность воздействия туризма на страны региона.

3. Все выявленные уровни планирования туризма представлены в арабских странах, однако процесс их формирования и разделения функций должен проводиться на основе принципов «хорошего планирования».

4. Планирование туризма должно обеспечивать сохранение ценностей, являющихся факторами туристской привлекательности, и способствовать расширению числа привлекательных объектов.

Заключение

Выявление и систематизация наиболее важных аспектов планирования туризма будут способствовать повышению качества целеполагания и усовершенствованию процесса планирования туризма в арабских странах, что позволит туристской индустрии противостоять современным вызовам и привлекать на систематической основе широкий круг туристов, обеспечивая приток ресурсов для экономического развития региона.

8. Kovjanic G. Islamic Tourism as a Factor of the Middle East Regional Development // *Turizam*. 2014. No. 18(1). Pp. 33—43.
9. Насер Х. А. Проблемы и перспективы развития культурного и музейного туризма в странах «арабской весны» // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2016. № 2(10). С. 72—78.
10. Kessler K. Conceptualizing Mosque Tourism: A central feature of Islamic and Religious Tourism // *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. 2015. No. 3(2). Pp. 11—32.
11. *Tourism in the Arab World. An Industry Perspective* / Eds. H. Almuhrzi, H. Alriyami, N. Scott. Channel View Publications, Bristol, UK, 2017. 304 p.
12. Ruby N. *Tourism Planning*. University Cultural Foundation. Alexandria, Egypt, 1987. (На арабском языке.)
13. Беликова Е. В. Специфика формирования региональной структуры управления сферой туризма // *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*. 2014. № 4. С. 144—149.
14. Al-Hamarneh A., Steiner C. Islamic Tourism: Rethinking the strategies of tourism development in the Arab world after September 11th 2001 // *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*. 2004. No. 24(1). Pp. 173—182.
15. Al Shiravi M., Moneim A. *The reality and prospects of future tourism in Bahrain*. House of Literary Treasures, Beirut, Lebanon, 2002. (На арабском языке.)
16. Charles K. Jr., Helber L. E. *Tourism Planning and Development*. CBI Publishing company, 1978. 258 p.
17. Shamsin N. *Principles of Tourism*. Geographic Tourism Association. Damascus, Syria, 2001. (На арабском языке.)
18. Mustafa M. H. Tourism and Globalization in the Arab World // *International Journal of Business and Social Science*. 2010. No. 1. Pp. 37—48.
19. Матина Е. С. Ресурсно-факторный потенциал стратегии развития туристско-рекреационного комплекса региона // *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*. 2014. № 1. С. 208—212.
20. ARABNEWS, 2020. Officials map out tourism plan for Arab countries. URL: <https://www.arabnews.com/node/1477391/saudi-arabia>.

REFERENCES

1. Café M. Y. *Economic tourism*. Reda Publishing. Damascus, Syria, 2008. (In Arab.)
2. Gunaim M. O. *Tourism Planning and Development*. Jordan, 2004. (In Arab.)
3. Kamal M. A. *Environment, origin and development of tourism projects in Arab countries*. Arab Institute for Planning, Kuwait, 1982. (In Arab.)
4. Kurtz L. D., Boone L. E. *Contemporary Marketing*. Thomson Learning. Stamford, Connecticut, USA, 2005.
5. Halaf M. Tourism industry in the Arab countries. In: *Middle East and Modernity*. Eds. M. R. Arutyunova and A.O. Filonik. Iss. 21. Moscow, IIMES, 2004. 352 p. (In Russ.)
6. Rifai T. *UNWTO Secretary-General Speech, UNWTO Ministerial Forum in Dubai, May, 2013*.
7. Sharpley R. Planning for Tourism: The Case of Dubai. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 2008, no. 5, pp. 13—30. DOI: 10.1080/14790530801936429.
8. Kovjanic G. Islamic Tourism as a Factor of the Middle East Regional Development. *Turizam*, 2014, no. 18(1), pp. 33—43.
9. Nasser H. A. Problems and prospects of development of cultural and museum tourism in the countries of the “Arab spring”. *Modern problems of service and tourism*, 2016, no. 2(10), pp. 72—78. (In Russ.)
10. Kessler K. Conceptualizing Mosque Tourism: A central feature of Islamic and Religious Tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 2015, no. 3(2), pp. 11—32.
11. *Tourism in the Arab World. An Industry Perspective*. Eds. H. Almuhrzi, H. Alriyami, N. Scott. Channel View Publications, Bristol, UK, 2017. 304 p.
12. Ruby N. *Tourism Planning*. University Cultural Foundation, Alexandria, Egypt, 1987. (In Arab.)
13. Belikova E. V. The specifics of development of the regional structure of tourism management. *Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Institute of Business*, 2014, no. 4, pp. 144—149. (In Russ.)
14. Al-Hamarneh A., Steiner C. Islamic Tourism: Rethinking the strategies of tourism development in the Arab world after September 11th 2001. *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, 2004, no. 24(1), pp. 173—182.
15. Al Shiravi M., Moneim A. *The reality and prospects of future tourism in Bahrain*. House of Literary Treasures, Beirut, Lebanon, 2002. (In Arab.)
16. Charles K. Jr., Helber L. E. *Tourism Planning and Development*. CBI Publishing Company, 1978. 258 p.
17. Shamsin N. *Principles of Tourism*. Geographic Tourism Association. Damascus, Syria, 2001. (In Arab.)
18. Mustafa M. H. Tourism and Globalization in the Arab World. *International Journal of Business and Social Science*, 2010, no. 1, pp. 37—48.
19. Matina E. S. Resource-factor potential of the development strategy of the tourist and recreational complex of the region. *Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Institute of Business*, 2014, no. 1, pp. 208—212. (In Russ.)
20. ARABNEWS, 2020. Officials map out tourism plan for Arab countries. URL: <https://www.arabnews.com/node/1477391/saudi-arabia>.

Как цитировать статью: Радван Юунан, Гузикова Л. А. Теоретические аспекты планирования туризма в арабских странах // *Бизнес. Образование. Право*. 2020. № 4 (53). С. 46—51. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.53.413.

For citation: Radwan Younan, Guzikova L. A. Theoretical aspects of planning tourism in Arab countries. *Business. Education. Law*, 2020, no. 4, pp. 46—51. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.53.413.