
РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕВОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

УДК 338.48

JEL L83

DOI 10.26425/1816-4277-2020-6-63-69

Аль-Фахад Анис Зяра Мухи
аспирант, ФГБОУ ВО «Государственный
университет управления», г. Москва,
Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-0663-3987

e-mail: alfahad.80@mail.ru

УСЛОВИЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ИРАКЕ

Аннотация. Рассмотрены современные тенденции развития туризма в Ираке. На основе существующих проблем в стране предложен комплекс мер, направленных на развитие туристической индустрии в Ираке, к которым относят: 1) слияние стратегий развития внутреннего и въездного туризма; 2) инвестирование в объекты туристического потенциала; 3) туристический маркетинг не только в крупных городах Ирака, но и в окружающих их районах; 4) систему из шести необходимых шагов для развития туризма, включающую: принятие отрасли туризма как производительного сектора; представление реальной картины туризма в Ираке; координацию работы по туризму с деятельностью по сохранению окружающей среды; реструктуризацию правительственного аппарата, реформы в законодательной сфере, определение сроков реализаций стратегий. Показано, что такие меры могут быть применены для развития различных видов туризма, в частности, рекреационного и религиозного, которые наиболее распространены.

Ключевые слова: промышленность, развитие туризма, рекреационный туризм, религиозный туризм, туризм, туристическая программа, туристский продукт, туристский потенциал.

Цитирование: Аль-Фахад А.З.М. Условия достижения эффективного развития туризма в Ираке// Вестник университета. 2020. № 6. С. 63–69.

Al-Fahad Anees Zyara Muhei

Postgraduate student, State University
of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-0663-3987

e-mail: alfahad.80@mail.ru

CONDITIONS FOR ACHIEVING EFFECTIVE TOURISM DEVELOPMENT IN IRAQ

Abstract. Current trends in tourism development in Iraq have been considered. Based on the existing problems in the country, a set of measures aimed at developing the tourism industry in Iraq have been proposed, which include: 1) merging strategies for the development of domestic and entry tourism; 2) investing in tourist potential facilities; 3) tourism marketing not only in the major cities of Iraq, but also in the surrounding areas; 4) a system of six necessary steps for the development of tourism, including: acceptance of the tourism industry as a productive sector; presentation of a real picture of tourism in Iraq, coordination of work on tourism with work on environmental conservation, restructuring of the government staff, legislative reforms, setting deadlines for the implementation of strategies. It has been shown that such measures can be applied to the development of various types of tourism, in particular, recreational and religious tourism, which are the most common.

Keywords: industry, recreational tourism, religious tourism, tourism, tourism development, tourist potential, tourist product, tourist program.

For citation: Al-Fahad A.Z.M. (2020) Conditions for achieving effective tourism development in Iraq. *Vestnik universiteta*. I. 6, pp. 63–69. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-6-63-69

Развитие туризма в Ираке на сегодняшний день является недостаточно изученной темой, поскольку страна в условиях политических и экономических кризисов была не готова до сегодняшнего дня уделять должное внимание туристскому сектору, а научные исследования в этой области также практически не проводились.

© Аль-Фахад А.З.М., 2020. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The Author(s), 2020. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Иракская индустрия туризма имеет огромный конкурентный потенциал, поскольку Ирак обладает возможностями культурного и исторического наследия, которые позволяют создать разнообразные и уникальные туристические комплексы. К сожалению, эти возможности не в полной мере воплощены в силу отсутствия всесторонних национальных планов развития, которые решают проблемы, стоящие перед иракским обществом и экономикой страны в настоящий момент, с помощью совместной работы всех организаций, связанных с туризмом в Ираке.

В связи с этим существует необходимость установить основные характеристики и этапы стратегии для выведения туризма на современный уровень с учетом экономических условий иракского туристического рынка, определить наиболее важные требования для реализации этой стратегии и факторы ее успеха.

Основные задачи государства, в данном случае, заключаются в направлении внимания уполномоченных лиц, на индустрию туризма и связи ее с комплексным национальным развитием в Ираке, а также в определении основных опорных пунктов для запуска национальной стратегии развития туризма в Ираке.

Туризм – индустрия, которая создана для удовлетворения одной из самых высоких потребностей человека – познанию нового, в путешествиях, поэтому на его рынок влияют как предложение, так и спрос.

Туризм – отрасль, которая способствует экономическому развитию страны, независимо от того, какими темпами она развивается. Термин «индустрия туризма» в прошлые времена считался довольно своеобразным для тех, кто верит в классическое определение этой отрасли как принадлежащей к процессам, способствующим увеличению благосостояния или комбинации средств, технологий и капитала, и необходимым результатом которых является удовлетворение потребностей человека. Это классическое определение отрасли туризма открыло путь к новому методу промышленности, поскольку форма отрасли варьируется в зависимости от характера продукта и рынка и условий, при которых они производятся [1].

Туризм является одним из производственных элементов, которые входят в индустрию потребительских продуктов, таких как транспорт, рынки, местная промышленность и другие.

Таким образом, продукт или отдельная группа продуктов является отправной точкой для классификации. Эти промышленные товары могут быть в форме услуг или просто товара, так как требования новой экономической реальности охватывают сферу производства и диверсифицированных производственных операций. При пересмотре значения промышленности представляется, что любой продукт (материальный или нет), отвечающий потребностям человека, должен быть рассмотрен как промышленный продукт, возникающий в результате производства, в котором используется сырье или процесс, имеющий общую функцию и влияние на экономическую жизнь и, таким образом, на уникальность. Следовательно, туризм является отраслью, которая содержит все эти продукты.

Любая отрасль, в частности туристическая, содержит определенные компоненты:

- сырье, которое отличает регион и является первоначальной ценностью туристического продукта, представляющую природные ресурсы, например, горы, реки, леса, климат и т. д. и антропогенные, например, города с цивилизационными и архитектурными особенностями и различные постройки – отели, рестораны, памятники, которые приобретают местную или международную известность, религиозные, художественные или археологические святыни, хорошие дороги, транспорт и т. д. Все это компоненты, которые создают туристический центр, который люди хотят время от времени посетить, и государство может извлечь из этого выгоду;

- компонент работы – также важная составляющая успеха индустрии туризма, наличие человеческого элемента «в количестве и качестве», который квалифицирован для осуществления развития туризма и продвижения его во всех областях;

- капитал также является важным элементом, который необходимо сделать доступным для того, чтобы туристический проект отвечал разнообразным и актуальным потребностям туристов благодаря доступности всех услуг, связанных с инфраструктурой, а также с государственным и частным туризмом.

Организация является важным элементом любой производственной или сервисной деятельности, и поэтому туристическая деятельность нуждается в организационных навыках, способных согласовать элементы производства и комбинировать их с пропорциями, обеспечивающими эффективность проекта.

Понятие «промышленность» можно употребить для каждой работы, которая относится к особому навыку, типу, ремеслу, искусству и производству. Это также называют организованными производственными единицами, которые достигают добавленной стоимости.

Следовательно, туризм представляет собой отрасль, основанную на преобразовании производственных ресурсов в другие товары или услуги таким образом, что это приводит к изменению характера их использования с целью удовлетворения определенных потребностей. Рекреационные ресурсы в этом случае вносят наибольший вклад в общую добавленную стоимость, которая может быть достигнута любым существующим видом экономической деятельности.

Туристический продукт аналогичен любой другой инвестиционной единице, такой как промышленная организация с четко определенной структурой, которая стремится создать новые производственные мощности или повысить эффективность существующих производственных мощностей.

Развитие туризма направлено на стимулирование экономического роста, и планирование туризма выступает как научный метод, направленный на достижение максимально результата при минимуме затрат.

В развивающихся странах, включая Ирак, настоящие условия не способствуют ускорению роста туризма, если не прибегать к эффективному планированию, основные принципы которого следующие:

- план развития туризма должен быть неотъемлемой частью всеобъемлющего национального плана страны;
- необходимо достижение принципа баланса между различными секторами экономики;
- развитие сектора туризма следует рассматривать как один из стратегических вариантов национального развития;
- эта отрасль должна быть частью производственных секторов в структуре экономики государства;
- государство должно определять уровень роста, требуемый в объеме туристического потока;
- необходимо определить роль как государственного, так и частного секторов в процессе развития;
- необходимо сосредоточить внимание на связи развития туризма с общей экономической деятельностью и параллельно увязывать это с сохранением окружающей среды [2].

По мнению иракских исследователей и ученых, специализирующихся в области туризма, эти пункты, которые являются факторами успеха плана развития туризма, отсутствуют в комплексных планах развития, разработанных Министерством планирования Ирака (на местах сектора туризма).

В течение прошедших десятилетий и до настоящего времени планы развития туризма в Ираке в целом рассматриваются очень поверхностно и не включают глубокого обсуждения показателей роста туризма, что можно объяснить отсутствием интереса к этому жизненно важному сектору. Существует необходимость в заинтересованности уполномоченных лиц к сектору туризма и принятия ими соответствующих решений.

Это требует выполнения следующих шагов.

1. Выбор наиболее подходящего стиля для развития туризма и достижение соответствующей стратегии для туристического сектора в Ираке.

Необходимо выбрать стиль развития туризма, соответствующий реальности Ирака и его различным возможностям, с тем чтобы он способствовал преодолению экономических, социальных, культурных и экологических проблем и на уровне иракской экономики в целом и уровне туристического сектора, в частности.

2. Ирак обладает уникальными природными, культурными, историческими и религиозными туристическими богатствами, которые позволяют ему конкурировать с соседними странами на уровне мирового туристического рынка (табл. 1). Если планирование развития туризма в Ираке будет полагаться на научно-исследовательские планы, цели и результаты, это сделает его более реалистичным как на уровне вышестоящей администрации по туризму – Министерства культуры, туризма и древностей – так и в районных правительственных и неправительственных учреждениях [3].

Таблица 1

Карта туристского потенциала Ирака

Город	Достопримечательность	Краткая характеристика	Тип туризма
Уре	Зиккурат Бога луна Нанны	Ценный памятник времен цивилизации Двуречья. Построен примерно в 2047 г. до н.э. в период правления династии Ур. Зиккурат. Возраст памятника 4 000 лет	Рекреационный
Эрбиль	Цитадель Эрбиль	Сооружение с 30-метровыми стенами и площадью более 10 км. Цитадель построена более 5000 лет назад как оборонительное сооружение во время власти ассирийцев, персов и турков	Рекреационный

Город	Достопримечательность	Краткая характеристика	Тип туризма
Вавилон	Древний Вавилон	Город древней Месопотамии, являющийся важным культурным, политическим и экономическим центром древнего мира	Рекреационный
Неджеф	Мечеть Имама Али	Важный центр Ислама в г. Неджеф. Мечеть неоднократно разрушали за долгие годы, однако ее восстановили, и она сохранилась до наших дней	Религиозный
Багдад	Национальный музей Ирака	Крупный старейший музей, где некогда хранились уникальные ценные экспонаты, однако во время Иракской войны музей был разграблен и осталось всего 4 000 экспонатов, вместо 15 000	Рекреационный
Мосул	Монастырь Мар-Маттай	Один из древнейших действующих христианский монастырей, расположена на горе Матфей. «Мар-Маттай» в переводе с арабского языка означает «Святой Матфей».	Религиозный
Кербала	Мавзолей Имама Хусейна	Одна из самых почитаемых святынь для мусульман со всего мира, действующая по настоящее время	Религиозный

Составлено автором по материалам исследования

Изложенный выше этап является обобщенным и может быть применен государством в зависимости от типов наиболее распространенных в Ираке типов туризма, которые подразделяют на рекреационный и религиозный.

Принято считать, что не существует единой стратегии развития туризма, которая должна соблюдаться в разных странах, но она должна создаваться в соответствии с экономическими, социальными, экологическими и культурными условиями, характерными для каждой страны и каждого туристического направления (при этом стратегия должна быть совместимой с внутренним и международным туристическим спросом), а также для различных возможных туристических моделей.

3. Структура иракского туристического сектора с учетом всех изменений иракской политической и экономической систем имеет возможность принять подходящие для Ирака условия и соответствующую стратегию развития индустрии туризма. Исходя из этого можно предложить следующие стратегии, которые могут помочь в выборе наиболее подходящей модели развития туристического сектора в Ираке.

Предложение 1. Слияние между стратегиями развития внутреннего туризма или тем, что известно как движение внутрь, со стратегией развития экспорта туризма или тем, что известно как выезд за границу, то есть въездным туризмом. В соответствии с этапами развития туризма и с учетом текущих обстоятельств возможно принять долгосрочную стратегию и форму пятилетних (среднесрочных) и краткосрочных планов на текущем этапе, которые зависят от приоритетов, через интерес к развитию внутреннего туризма и его видов (религиозного, рекреационного и археологического) и оказание ему поддержки, предоставляя все его требования в качестве основной базы для продвижения городского международного центра, а также посредством внимания к типу и качеству туристических услуг, предоставляемых местному жителю.

Все города Ирака, особенно те, которые обладают элементами развития туризма, но не в полной мере используются на благо общества и местной экономики на всей территории (западе, востоке, севере и юге) страны, должны быть вовлечены в данную стратегию.

Параллельно с планированием долгосрочной стратегии, которая зависит от выезда за границу и стимулирования экспорта (въездной туризм), необходимо привлечение высококачественных сегментов туристов с точки зрения их предпочтений, а также движение к нетрадиционным моделям туризма, таким как ориентация на археологию, лечебный или больничный, культурный туризм (фестивали, различные международные выставки и семинары), охотничий туризм, с учетом того, что элементы этих видов туризма доступны в Ираке на всей территории с севера на юг.

Предложение 2. Поскольку политика развития туризма в развивающихся странах зависит от теории несбалансированного роста, которая основана на запуске некоторых секторов национальной экономики посредством сосредоточения усилий на ограниченном числе ресурсов, следует применить метод сосредоточения инвестиций в туризм между ограниченным числом туристических зон, в которых имеется экономический климат и социально-культурные возможности для роста по отношению к различным туристическим центрам без каких-либо препятствий.

Эта модель может быть применена в Ираке в областях религиозного туризма на последующих этапах развития, поскольку этот вид туризма является наиболее востребованным, по сравнению с остальными. Как показано в таблице 1, религиозный туризм дает положительные результаты для всей экономики Ирака, включая провинции Кербела, Наджаф и Багдад, Самарры, а также районы, окружающие каждую провинцию, города и близлежащие провинции.

Благодаря принятию комплексной туристической программы, в которой приоритет отдается сосредоточению на гостиничных инвестициях и современных маркетинговых программах, соответствующих тенденциям современного туристического производства, и привлечению иракских инвесторов, имеющих опыт в области гостиничной деятельности и увеличения количества жилья и жилищных условий в соответствующих районах Ирака, можно создать благоприятные условия для привлечения туристов.

В зависимости от обстоятельств и особенностей каждого потенциально интересного для туриста района необходимо строительство гостиниц различных классов и жилых квартир в дополнение к строительству многих иных объектов, которые предоставляют различные товары и услуги туристам (рестораны, кафе, рынки), стимулирующие экономическую деятельность этих провинций и прилегающих районах в результате экономической эксплуатации этих туристических объектов. Для удовлетворения потребностей туристов, приезжающих в эти районы, и для такого типа инвестиций в современные туристические комплексы требуется период реализации, составляющий от 5 до 10 лет, а также своя программа продвижения и маркетинга.

Указанные пункты требуют изучения целевого туризма рынка в Ираке и могут быть реализованы через программу рекреационного туризма, которая обладает сравнительным преимуществом для большинства городов Ирака (особенно Эрбиль, Вавилон, Кербала, Багдад), при условии, что наблюдается некоторое развитие в показателях количества иностранных туристов.

Данные таблицы 2 предоставлены Министерством культуры, туризма и древностей Ирака, Управлением планирования и последующей деятельности за 2019 г.

Таблица 2

Количество туристов в соответствии с типами туризма в Ираке в 2018 г.

Месяц	Численность туристов	Тип туризма		Относительная важность цели религиозного туризма, %	Относительная важность цели рекреационного туризма
		Религиозный	Рекреационный		
Январь	136 164	136 164	-	100,00	-
Февраль	157 862	157 862	-	100,00	-
Март	144 031	144 031	-	100,00	-
Апрель	138 342	138 281	58	99,96	0,04
Май	110 081	110 054	27	99,98	0,04
Июнь	104 860	104 809	51	99,96	0,04
Июль	102 927	102 927	-	100,00	-
Август	69 767	69 767	-	100,00	-
Сентябрь	45 622	45 622	-	100,00	-
Октябрь	55 854	55 854	-	100,00	-
Ноябрь	92 405	92 405	-	100,00	-
Декабрь	104 006	104 006	-	100,00	-

Составлено автором по материалам исследования

Предложение 3. Важно учитывать факт, что туристические компании, работающие в городах, являющихся центрами притяжения религиозного туризма (Кербела, Наджаф, Багдад, Самарра), составляют 86 % от общего числа туристических компаний, действующих в Ираке, имеют опыт в этой области и следуют нетрадиционным маркетинговым методам продвижения туризма внутри и за пределами Ирака [4].

Если отслеживать влияние применения этой стратегии на область религиозного туризма научным способом, можно обнаружить, что экономические последствия развития туризма распространяются не только на города и районы Ирака, где практикуется религиозный туризм, но и на окружающие районы, что экономически и социально выгодно.

Крупные туристические комплексы действуют в дополнение к влиянию, распространяющемуся на другие сектора экономики и стимулируют их повышать производительность в соответствии с современными требованиями.

Эта же модель может быть принята, в частности, в модели рекреационного туризма в северном автономном иракском регионе Курдистан по ряду соображений, в том числе, что этот регион в настоящее время превосходит остальную часть Ирака с точки зрения стабильности безопасности и современного развития городов, а также эстетики.

Предложение 4. предполагает следующие шаги, гарантирующие успех национальной стратегии развития туризма в Ираке.

1. Принятие туризма в качестве производительного сектора, который способствует увеличению валового внутреннего продукта, созданию добавленной стоимости, увеличению инвестиционных возможностей, развитию национального человеческого потенциала, а также созданию новых рабочих мест для граждан, что способствует решению проблемы общей безработицы. и внесение вклада в стратегию борьбы с бедностью. Для реализации этот шаг должно быть принято соответствующего решения правительством и рассматриваться как проект на национальном уровне.

2. Предоставить подробную и точную информацию об экономической и социальной реальности Ирака с целью понимания реалистичной картины туристического потенциала Ирака, а также финансовых и технических средств, наличия административных и научных кадров и информации о целевых туристических рынках. Для реализации запланированных этапов развития необходимо уделять внимание арабским региональным и международным отношениям в рамках координации и сотрудничества для получения технической, финансовой и маркетинговой выгоды, а также поддержке отношений с международными финансовыми и туристическими институтами: Всемирным банком, Международным валютным фондом, Всемирной туристской организации, Арабской туристической организацией и др.

3. При реализации национальной стратегии развития туризма принимать во внимание совместимость между развитием туризма, охраной окружающей среды, туристическими ресурсами (природными и археологическими) и их устойчивостью, поскольку окружающая среда является одним из наиболее важных компонентов туристического предложения.

Актуальность этого вопроса объясняется тем, что Ирак сталкивается со многими серьезными проблемами в результате последовательных войн и кризисов на протяжении более четырех десятилетий, в которых таким существенным элементом окружающей среды, как почва, воздух и вода, был причинен большого ущерб, а основные инфраструктуры – дороги, мосты и аэропорты – потерпели сильный урон и требуют модернизации. Указанные элементы особенно важны и необходимы для иракского гражданина, который хочет наслаждаться богатством страны, и это должно передаваться из поколения в поколение. В противном случае Ирак потратит прибыль, полученную от деятельности туристического сектора на восстановление чистоты окружающей среды и защиту природы.

4. Реструктуризация правительственного аппарата, контролирующего сектор туризма в Ираке, при условии, что этот процесс начинается с более высоких департаментов до других исполнительных уровней в районах, где хорошее управление способствует устойчивому развитию. Поэтому необходима работа государственного сектора, чтобы лица, уполномоченные в развитии туризма, действовали с позиции активности и лидерства и работали над развитием туризма в соответствии с эффективными партнерскими отношениями с частным сектором при условии, что надзорный орган по туризму – Министерство культуры, туризма и древностей – работает по гибкому графику. Это позволит постепенно отказаться от множества ролей, которые частный сектор может играть на продвинутых этапах развития туризма.

5. Для достижения общих целей национальной стратегии развития туризма необходимо обновить законодательную базу для туристического сектора Ирака, которая включает в себя формулировку «Основной закон о туризме» для определения общих правовых норм и положений. Законодательные акты должны регулировать различные аспекты туристической работы в четких, прозрачных, всеобъемлющих текстах

и стратегических концепциях, которые идут в ногу с изменениями в туристической работе на местном, региональном и международном уровнях, исходя из заинтересованности международных, региональных и арабских организаций в сотрудничестве с Ираком в контексте развития и процветания туризма в Ираке и определения правильного пути в его возвращении к глобальной туристической карте.

б. Планирование сроков повышения темпов роста туризма, которые варьируются от 15–20 % в соответствии с этапами пятилетнего плана. Первый срок предусмотрен национальным планом развития до 2022 г., затем – второй период 2022–2027 гг. и т. д. Поднятие темпов роста международного туризма является основной задачей в том же процентном отношении и периоде. Одновременно необходимо проводить работу над стимулированием внутреннего туризма посредством доступности инфраструктурных услуг и общественных объектов в целевом туризме и тем самым повышать эффективность туристических объектов и улучшать качество туристических услуг, особенно в религиозных, археологических и природных туристических зонах.

Следующая задача заключается в повышении тарифов на энергопотребление жилья и услуг – размещение гостиничных кроватей в соответствии с увеличением туристического дохода и туристического потока, в соответствии со стилем и типом целевого туризма. Например, если взять за основу религиозный туризм, отели в городах Кербела и Наджаф достигли среднего значения ставок 31,9 % за период 2012–2017 гг. [5].

Повышение уровня занятости в этих областях между 60–75 % достигается через разработку стратегических планов в направлении роста внутреннего и внешнего туризма так, чтобы они совпадали с развитием туристических объектов и стимулированием инвестиций в туризм в целевых туристических зонах и регионах.

Библиографический список

1. Аль-Даббах, Исмаил [и др.]. Связь между спросом и предложением отелей в мухафазах Кербела и Наджаф. Университет Аль-Мустансирия // Административно-экономический журнал. – 2018. – № 72. – С. 4.
2. Аль-Хури, Мутаннарауф. Администрация туристических учреждений. – Багдад: Библиотека печати Аль-Роуад. Университет Аль-Мустансирия, 2008. – С. 23–24.
3. Медлик, С. Профиль гостиничного и ресторанного бизнеса. – Лондон, 2013. – С. 48–50.
4. Мустафа, Махмуд. Современная наука в науке и применении. – Каир: Египетское общее книжное управление, 2016. – С. 37–38.
5. Шубр, Эльхам Худейр. Стратегия индустриализации туризма и развития туризма (Оптимальный вариант поддержки экономического роста в Ираке) // Административно-экономический журнал. – 2017. – № 74. – С. 8.

References

1. Al-Dabbach Ismail et al. Svyaz' mezhdru sprosom i predlozheniem otelei v mukhafazah Kerbela i Nadzhaf. Universitet Al'-Mustansiriya [*Link between demand and supply of hotels in the governorates of Kerbela and Najaf. Al Mustanciria University*]. Administrativno-ekonomicheskii zhurnal [*Journal of Economic and Administrative Sciences*], 2018, no. 72, p. 4.
2. Al-Huri Mutannarauf. Administratsiya turisticheskikh uchrezhdenii [*Administration of tourist institutions*]. Baghdad, Bibilioteka pechati Al'-Rouad, Universitet Al'Mustansiriya, 2008. Pp. 23–24.
3. Slowlick S. Profil' gostinichnogo i restorannogo biznesa [*Hotel and restaurant business profile*]. London, 2013. Pp. 48–50.
4. Mustafa Mahmoud Sovremennaya nauka v nauke i primenenii [*Modern science in science and application*]. Kair, Egipetskoe obshchee knizhnoe upravlenie, 2016. Pp. 37–38.
5. Shubr Elkham Khudair Strategiya industrializatsii turizma i razvitiya turizma (Optimal'nyi variant podderzhki ekonomicheskogo rosta v Irake) [*Tourism industrialization and development strategy (best option for supporting economic growth in Iraq)*]. Administrativno-ekonomicheskij zhurnal [*Journal of Economic and Administrative Sciences*], 2017, no. 74, pp. 8.