



## TRAVEL AND TOURISM POLICIES AND ENABLING CONDITIONS: AN ANALYSIS OF STRATEGIES IN MAURITIUS AND EGYPT

Boitumelo Caroline Rasethuntsa<sup>a</sup> , Sandra Perks<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Lerotholi Polytechnic, School of Enterprise and Management, Maseru, Lesotho, <https://orcid.org/0000-0002-3951-2631>,  
e-mail: itumelengcb@yahoo.com

<sup>b</sup> Nelson Mandela University, Department of Business Management, Gqeberha, South Africa, <https://orcid.org/0000-0002-1002-7173>,  
e-mail: sandra.perks@mandela.ac.za

**How to cite (APA style):** Rasethuntsa, B.C., Perks, S. (2022). Travel and tourism policies and enabling conditions: An analysis of strategies in Mauritius and Egypt. *Turyzm/Tourism*, 32 (1), 159–183. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.32.1.08>

### ABSTRACT

The best travel and tourism policies and enabling conditions play a significant role in promoting tourism competitiveness. Africa's weak global tourism competitive position emanates from its inability to develop appropriate tourism policies and its failure in providing enabling structures to support competitive tourism among others. The aim of this article is thus to investigate the best travel and tourism practices used by high-ranking African countries (Egypt and Mauritius) in the Travel and Tourism Competitive Index (TTCI) to suggest suitable travel and tourism policies and create enabling conditions to promote tourism elsewhere in Africa. The study analyses secondary data about the best practices applied to prioritise the tourism sector, international openness, price competitiveness and environmental sustainability. It is established that the two selected countries utilise strategies such as the establishment of promotion bodies, diversify their markets, search for investment, pursue the expansion of air transport, practice international openness through embassies and bilateral agreements, and develop and enforce environmental laws. The study identified that collaborative efforts between all tourism stakeholders were an essential component in establishing a healthy tourism industry. This article contributes towards the body of knowledge by highlighting how African countries can model tourism policies and supportive structures to enhance their competitiveness.

### KEYWORDS

tourism, tourism policy, enabling tourism conditions, competitiveness, Africa

### ARTICLE INFORMATION DETAILS

Received:  
3 December 2021  
Accepted:  
24 May 2022  
Published:  
28 September 2022

## 1. INTRODUCTION

Tourism is recognised as a pathway to economic independence (Harilal, Tichaawa, Saarinen, 2019). It generates employment, accelerates exports and drives prosperity across the world with the involvement of

large and small companies (World Travel and Tourism Council, 2019). In previous years, it was not regarded as an industry in the same way as traditional sectors, such as manufacturing (Tourism Victoria, 2013); however, in recent times, tourism has been viewed as one of the leading industries globally (Hashemkhani Zolfani

et al., 2015). Today tourism forms a group of activities, services and sectors that offer travel experience inclusive of transport, lodging, eateries, entertainment, business and related hospitality packages for individuals (Dayananda, 2014). Tourism together with the telecommunications and information technology industries has emerged as the world's fastest growing in the 21st century (Aynalem, Birhanu, Tesefay, 2016; Kozak, Baloglu, 2012).

Developing countries are now viewing this sector as associated with much needed foreign exchange (Mowforth, Munt, 2016). However, as much as tourism plays an essential part in economic development, several African economies might not be gaining the expected economic benefits from this industry as their competitiveness is weak when compared to other continents. Looking at the Travel and Tourism Competitive Index (TTCI) reports, all African countries rank below fifty, while many are ranking below one hundred out of an average of 140 countries globally (World Economic Forum, 2015; 2017; 2019). There are basic matters to address in order to ensure effective tourism development. These include establishing appropriate institutional arrangements for tourism, inter-agency coordination and appropriate tourism planning and policy systems (World Tourism Organization, 2019; Harilal, Tichaawa, Saarinen, 2019).

Though policies are critical in tourism development, developing economies are still facing the challenge of governments' inability to draw up and implement tourism policies, which in turn negatively affects tourism performance (Okharedia, 2017). Similarly, African countries have been noted to be lagging behind in all the pillars of the TTCI (World Economic Forum, 2019). To exemplify, the Southern African Development Community (SADC) region has identified that factors prohibiting the region's tourism competitiveness include issues relating to less prioritization of tourism issues, weak conservation policies, difficulties in travelling across borders and weak tourism governance (Southern African Development Community, 2020). Not only does the Southern African region have weaknesses relating to the establishment of a proper tourism policy but has challenges to enable tourism conditions; even the Central African region is facing similar challenges. For example, the results of Harilal, Tichaawa, Saarinen, (2019) pointed out that Cameroon urgently needs to develop policies to direct tourism planning and development. Against this background, it can therefore be established that Africa requires improved tourism policies and enabling tourism conditions to strengthen its globally competitive position.

The aim of this study is to investigate some of the best practices utilised in leading African countries, namely Mauritius and Egypt, for the best travel and tourism policies and enabling tourism conditions. These two countries can act as benchmarks to inform sound tourism strategies. Their selection was based on their improvements in the TTCI ranking and the fact that they had managed to rank in the first 90 in the TTCI between 2015 and 2019 and both improving. Table 1 highlights the ranking of African countries in 2015, 2017 and 2019. It is important to note that the TTCI report of 2019 was the latest available at the time of the research.

Table 1. Changes in Travel and Tourism Competitiveness Index rankings from 2015 to 2019

African country	Ranking 2015	Ranking 2017	Ranking 2019
Mauritius	56	55	54
Egypt	83	74	65
South Africa	48	52	61
Morocco	62	65	66
Namibia	70	82	81
Kenya	78	80	82
Tunisia	79	87	85
Cape Verde	86	83	88
Number of countries ranked	141	136	140

Source: World Economic Forum (2015, 2017, 2019).

Table 1 demonstrates that both Mauritius and Egypt have maintained a steady improvement in the ranking since 2015. It can also be noted that other countries ranked in the first 90 between 2015 and 2019 have been declining, hence, their exclusion from this study. According to the TTCI report of 2019, Egyptian tourism scores have grown from 2017 by 7%, and this implies that its improvement was greater than the entire North Africa region (World Economic Forum, 2019). Mauritius was ranked higher than all Sub-Saharan African countries and its growth from 2017 was 2.3% which was above the average in that region. In addition, Mauritius had the top score on prioritisation of travel and tourism in the Sub-Saharan region (World Economic Forum, 2019). These scores and rankings confirm that the two selected countries have established good mechanisms to ensure they excel in the four pillars mentioned. Table 2 highlights the contribution of tourism to the economies of both Mauritius and Egypt.

Table 2. Contribution of the tourism industry to the economies of Mauritius and Egypt

Year	Egypt	Mauritius
Tourism contribution to GDP (percentage)		
2016	4.4	19.2
2017	3.8	19.4
2018	9.8	19.6
2019	12.6	19.5
2020	3.8	8.7
Tourism contribution to total spending (in millions of US dollars)		
2016	3 306	1 824
2017	8 636	2 005
2018	12 704	2 161
2019	14 256	2 024
Tourism contribution to exports (percentage)		
2016	9.83	35.07
2017	20.14	37.19
2018	24.61	38.69
2019	26.64	39.13
Tourism contribution to employment (percentage)		
2016	1.6	19.3
2017	2.4	19.5
2018	2.5	19.8
2019	2.5	19.2
2020	1.1	14.0

Source: Faria (2021a, 2021b), Macrotrends (2022a, 2022b), The Global Economy (2022), Tourism Economics (2021).

Tourism seems to play a significant role in the economies of both Egypt and Mauritius. As noted from the table, the tourism sector contributes more highly to the GDP of Mauritius than in Egypt. However, the tourism contribution to total spending is higher in Egypt than in Mauritius. Furthermore, tourism appears to be a source of export earnings in both countries, especially in Mauritius. It can also be observed that the tourism sector plays a more significant role in employment in Mauritius than in Egypt.

Based on the 2015 to 2019 tourism performance, this research therefore intends to answer the following research questions:

- Which mechanisms are Egypt and Mauritius employing to ensure that travel and tourism are prioritized?

- What strategies are Egypt and Mauritius utilizing to ensure that international openness supports tourism inflows?
- What are the travel and tourism industry price competitiveness strategies used by Egypt and Mauritius?
- Which strategies have Egypt and Mauritius developed to manage environmental sustainability to ensure tourism sustainability?

The outcome of this study highlights some of the strategies employed by the two best tourism performing countries in Africa. This should enable weak tourism countries to learn and adopt these contemporary practices to improve their tourism performance. Lessons learned from the identified strategies can act as a guiding tool to public decision-makers during policy reviews and during national strategic plan development phases. The findings will also guide tourism private sector organisations in strategies they can adopt to develop competitive pricing. No comprehensive study on comparative strategies of travel and tourism policies and enabling conditions of the best performing countries in Africa could be traced at the time this research was conducted. This implies that there is a research gap allowing the generation of new knowledge in this area.

## 2. CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR THE STUDY

It is acknowledged that there are well-known competitive sustainable tourism frameworks such as the Dwyer and Kim (2003) integrated model of destination competitiveness, and the Crouch and Ritchie (2000) competitive sustainable destination model. However, the most comprehensive framework to measure travel and tourism competitiveness is the Travel and Tourism Competitive Index. It is used as a tourism sustainability indicator and serves as a comprehensive strategic tool to measure factors and policies that facilitate the sustainable development of the tourism sector (Crotti, Mishari, 2015). The full structure of the 14 TTCI pillars is shown in Figure 1.

As Figure 1 indicates, the TTCI has four sub-indexes and 14 pillars in total. First developed in 2007 through the assistance of organisations including the International Air Transport Association, United Nations World Tourism Organisation and the World Travel and Tourism Council, the TTCI framework has been used since then by the World Economic Forum to learn about factors related to a country's tourism competitiveness. The establishment of the tool was motivated by a keenness to pursue understanding

of the factors influencing growth and wellness in the tourism industry. This was to help countries to learn the best practices of competitors, to make it possible for them to recognise the main hindrances to competitiveness, and to provide a platform for dialogue among government, business and civil society (World Economic Forum, 2007). Most importantly, this framework allows international comparisons for the benchmarking of key areas such as policies, investment strategies and decisions related to the industry (World Economic Forum, 2015).

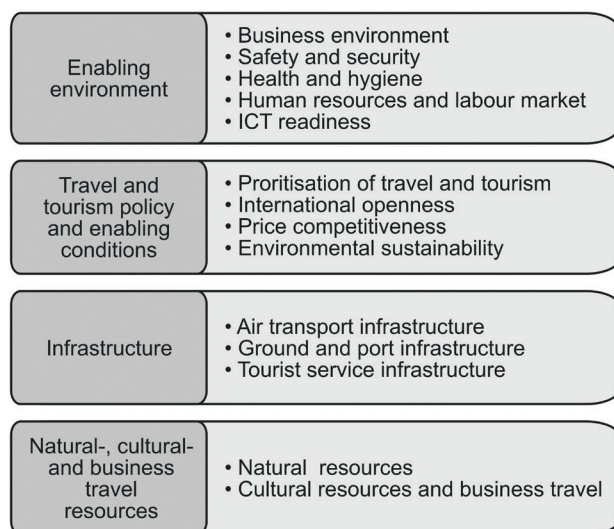


Figure 1. The Travel and Tourism Competitive Index pillars  
Source: World Economic Forum (2017)

This article will only focus on sub-index two which is Travel and tourism policy and Enabling conditions. A tourism policy is described as a set of discourses, decisions and practices impelled by a government (sometimes teaming up with private or social actors) all aimed at achieving tourism objectives (Velasco, 2016). As can be observed from Figure 1, the Travel and tourism policy and Enabling conditions sub-index consists of elements relating to the prioritisation of travel and tourism, international openness, price competitiveness and environmental sustainability. The intention of this sub-index is to reveal how tourism policy was developed and measure its effectiveness. This pillar also aims to provide information relating to solutions to challenges met and how this is fed into the policy process, and to further explore the interests and values involved in policy and planning processes (Scott, 2011).

The rationale behind the selection of this sub-index is based on the fact that for any country to have a successful tourism industry, governments ought to focus on the development of relevant policy rules and regulations. It is also regarded useful to lower barriers

to entry in order to drive public sector investment through liberalisation and establishing cross-border collaborations as tourism depends greatly on these factors. On the other hand, price competitiveness has remained key to tourism competitiveness to accommodate multiple-budget travellers. Further, in order for tourism to thrive, decision makers should prioritise long-term environmental sustainability to ensure higher tourism competitiveness (World Economic Forum, 2013).

### 3. METHODOLOGY

According to Walliman (2010), research methodology refers to the techniques used to conduct a study. These methods include data collection, sorting and analysis of information to produce convincing conclusions. This research mainly analyses secondary data and according to Greenhoot and Dowsett (2012), existing data sets are well-organised and a good resource for addressing issues in developmental sciences. Desktop research is another term used to define secondary research and it involves reviewing already existing research findings to influence a greater understanding of a particular area (Travis, 2016). Secondary data refers to what has been collected before by other individuals, either published or unpublished; it is not new information (Kapur, 2018).

The rationale behind using desktop research in this study has much to do with there being an already existing pool of data sets, specifically in some cases publicly available, comprising large samples to enable the researcher to provide reliable findings while minimising costs. In any event, research into tourism policy should focus above all on the mechanisms adopted by governments to influence tourism (Garcia, 2014). In this research, the data collected relates to the best practices applied in the prioritisation of the tourism sector, international openness, price competitiveness and environmental sustainability in the two selected countries.

The study utilised a systematic review approach as only information on travel and tourism policies and the enabling environment sub-index of the TTCI were sourced. It is a useful method to identify and critically appraise relevant research and analyse research results. The findings of the literature sourced can be synthesized to provide evidence of the effects that can inform policy and practice. The systematic review approach minimises bias and provides credible findings to make sound conclusions and recommendations (Moher et al., 2010).

The collected information was analysed to point out the differences and the steps followed to conduct this desk research were firstly to determine the exact research questions. Data was then sourced on the



TTCI pillars under the Travel and tourism policy and Enabling environment sub-index. Each country's strategies regarding these pillars were noted to allow a comparative analysis to gain a thorough knowledge of the relevant issues under investigation and to put items in a meaningful and real context. This resulted in information being presented and grouped according to the four pillars under the sub-index. The sourced data was then evaluated for relevance. Lastly it was analysed by tabulating the similarities and differences in the strategies of the two selected countries. To maintain the trustworthiness of the findings, guided by the purpose of this research, the data collection process was explored by gathering a wide range of the most recent literature available from international and national information sources inclusive of academic journals, reports, newspaper articles, magazines, books, theses, government reports and government websites; all relevant to the selected countries. The analysis took into account roles and engagement from government, non-governmental organisations, the international communities, local communities and the private sector.

#### 4. RESULTS OF THE STUDY

This section presents the results of the study under the sub-headings of the travel and tourism policy and enabling conditions sub-index.

##### 4.1. PRIORITISATION OF TRAVEL AND TOURISM

This pillar relates to the degree to which governments put emphasis and support tourism activities, as efforts towards prioritising this sector can have a positive or negative impact on tourism performance (Goral, 2016). The pillar takes into account issues such as the extent to which a country's administration supports the sector through policies, financing tourism programmes and marketing strategies. Taking appropriate decisions to address the multi-faceted challenges confronted by the tourism sector requires an integrated approach to policy development across various government divisions. Coherence and consistency are key when drawing and applying policies across all branches of a government to guarantee that tourism policies are effective (Organisation for Economic Co-operation Development, 2010).

##### **The case of Mauritius**

In the early 2000s, the country developed the Tourism Fund to finance infrastructure related to tourism development projects. A committee of 13 members from both public and private sectors were responsible for the implementation of these programmes (United Nations

Environment Programme, 2022). Mauritius continued to fund tourism programmes through the Ministry of Business, Enterprise and Cooperatives and the Mauritius Development Bank, by funding SMEs which include businesses falling under the tourism industry for the setting-up, expansion, refurbishment of hotels/restaurants and the purchase of rental cars (Ministry of Business, Enterprise and Cooperatives of Mauritius, 2018). Initiatives like these contributed to an increased number of tourists witnessed in 2016 when this number increased by 10.8% (PricewaterhouseCoopers, 2017). In 1996, the Mauritian government established the Mauritius Tourism Promotion Authority (MTPA) to promote tourism (Mauritius Ministry of Tourism, 2018).

The strategies engaged by the Mauritian government included the diversification of markets to reduce over-dependence on European tourists by targeting emerging markets such as China and India. This move resulted in an increase in Asian tourist arrivals from 7% in 2009 to 16% in 2017. The country also improved its policy on air connectivity to gradually increase bilateral air service agreements in 2015, and this strategy resulted in the number of seats increasing by 11% in 2016. It also made Mauritius more appealing during the low season with the 'Mauritius 365' campaign resulting in a 9.2% increase in the number of tourist arrivals in off-peak months in 2016 (Republic of Mauritius Ministry of Tourism, 2018). Furthermore, Mauritius achieved an improved tourism market because of the government interest in investing heavily in this sector (PricewaterhouseCoopers, 2017). Mauritius improved its tourism policies by developing a new policy framework for pleasure craft activities to improve safety and security of pleasure craft activities in accordance with the ISO 12 217 standards (Government of Mauritius, 2021). Further, the Mauritian government continuously invest in its commitment to rethink the country's tourism and its future in collaboration with the hotel industry and other stakeholders of the tourism industry to plan the steps ahead (Government of Mauritius, 2020).

##### **The case of Egypt**

Egypt's good performance in tourism has been linked to its government's efforts to engage in a large-scale public relations campaign in late 2015, investment in the 'This is Egypt' initiative, and establishing a promotional campaign on Cable News Network which included multiple adverts running in the African continent, European countries and the Middle East all year round. This included a sponsored special report broadcast on the same network which was scheduled to take place by the end of 2017 (Oxford Business Group, 2018b). In Egypt, the hospitality sector has for a number of years managed to be an appealing area for foreign investors which in turn made this sector to contribute much to the country's gross domestic product (Reda, 2018).

Egypt has also been eager to invest in tourism organisations and programmes, and some of the early strategies that the Egyptian government engaged in to develop the tourism sector were through promoting investment in accommodation and other tourism related facilities though granting tax exemptions and by investing more in manpower development (Richter, Steiner, 2008). Further, the Egyptian government planned to explore new advertising strategies to promote domestic tourism, provide incentives for accommodation organisations, infrastructure and retail investment, diversifying tourism products to include major sectors such as business travel and conventions, and putting in place broad sustainability policies to ascertain that envisioned growth is feasible

for future generations (Embassy of Egypt Washington DC, 2018). The government also engaged more with international partners, establishing new options for EgyptAir and charter airlines, supporting local and international investors on new innovations, improving products and service value across the tourism industry, and promoting sustainability in the accommodation sector (Oxford Business Group, 2018b).

The Tourism Development Authority of Egypt focused on attracting more Spanish tourists through joint efforts with the Egyptian travel agencies and tour companies. Various visitor sites were planned and the authority's role was to facilitate the hosting of pilgrims through the Egyptian Orthodox Church and to heavily advertise

Table 3. Strategies utilised for the prioritisation of travel and tourism in the two countries

Strategies used to prioritise travel and tourism	Mauritius	Egypt
Development of a tourism fund to finance tourism infrastructure which is administered by both the private and public sector	X	
Government funding tourism programmes such as accommodation sector expansion	X	X
Provision of tourism finance through the Ministry of Business, Enterprise and Cooperatives	X	
Drawing up a 10-year master plan by the Ministry of Business, Enterprise and Cooperatives targeted towards the development of businesses inclusive of the tourism businesses	X	
Establishment of the tourism promotion authority	X	X
Diversification of tourism targeting lucrative markets	X	X
Expansion of air connectivity	X	X
Engagement in campaign strategies to promote tourism in foreign countries	X	X
Attracting foreign investors by tourism		X
Establishment of new accommodation and conference facilities		X
Promotion of tourism through embassies across the world	X	X
The development of a market focused Tourism Policy	X	
Developing tourism infrastructure through partnerships with foreign governments		X
Marketing tourism through international broadcasters		X
Securing international funding for tourism development		X
Investing in tourism promotion through local travel agencies and tour operators		X
Promotion of tourism through world sports events		X
Engagement in international tourism fairs		X
Focusing on marketing tourism mainly in developed economies		X
Granting tax exemptions to tourism-to-tourism investors		X
Development of new tourism marketing strategies to promote domestic tourism		X
Diversification of tourism products		X
Engaging international governments in tourism development plans		X
Appointment of knowledgeable officers to fill tourism strategic positions		X

Source: researchers' own compilation.

the destination at the FIFA World Cup. Additionally, Egypt appointed an experienced minister of tourism with International Monetary Fund and experience at the country's Central Bank with the intention of sending a positive signal to investors (Oxford Business Group, 2018b). The country participated in the Latin America International Tourism Fair at Buenos Aires to promote Egyptian tourism there. Further, a three-week campaign was launched in Italy to attract more tourists from that country. The government promoted tourism internationally by advertising in European countries through the world's most viewed TV channels (Egypt Independent, 2018). Table 3 presents a comparison of the strategies utilised by the two best practice African countries selected and how they went about prioritising tourism.

From Table 3, it can be established that the two countries have long formed tourism policies with the aim of facilitating a smooth flow of operations in the sector to promote and market their countries' tourism to both domestic and international tourists. Egypt has actively strategized to prioritise travel and tourism. Among the strategies that both countries set up include heavily investing in the airline industry to smooth the arrival process and in recent years, Mauritius and Egypt have contracted with a high number of international airlines. Both countries established a tourism promotion authority, have diversified, their tourism products, and promote tourism in foreign countries. It was also drawn from the literature that Egypt's tourism marketing strategy has been aggressive and has mainly targeted developed economies on diverse platforms while Mauritius highly targeted emerging economies. The governments of the two countries played a leading role to facilitate tourism development programmes.

#### 4.2. INTERNATIONAL OPENNESS

Strengthening a country's tourism competitive stance requires establishing a certain degree of international openness and better travel facilitation (Goral, 2016). This pillar assesses factors such as visa requirements, bilateral air trade agreements such as airline agreements which show the extent to which world class tourism services are provided (Crotti, Mishari 2015). Figure 2 presents the level of international openness of Mauritius and Egypt. The data obtained was where the two selected countries' openness was compared to those of two other African countries, namely Tanzania and Botswana.

The selection of the Tanzania and Botswana was based on the fact that they are not part of the first eighty best tourism performing countries, however, they managed to rank in the first 100 in the period between

2015 and 2019. Their selection in this regard was to establish a clear picture of the extent of international openness between best and moderate performers.

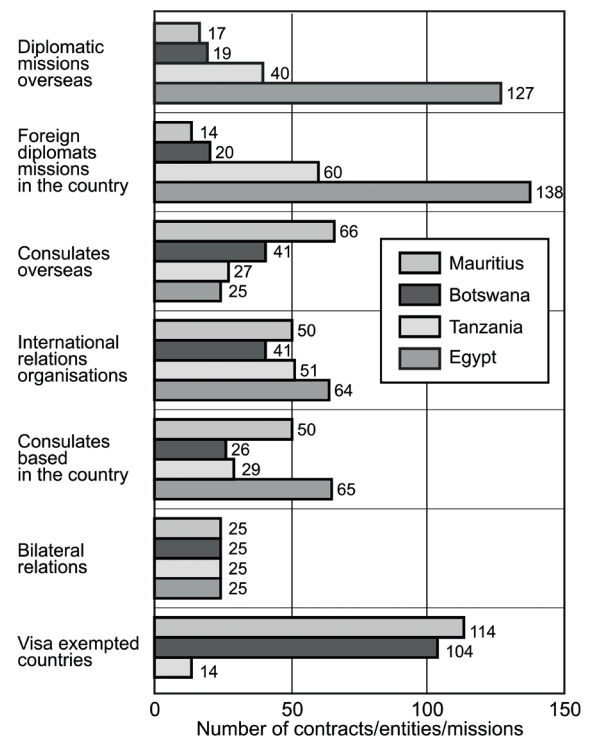


Figure 2. Number of bilateral agreements and diplomatic missions

Source: Consulate of the Republic of Tanzania (2018), Embassy Pages (2018a, 2018b, 2018c, 2018d), Embassy of Republic of Botswana Washington DC (2018), International Model United Nations Organisation (2018a, 2018b, 2018c, 2018d), Passport and Immigration Office (2018)

In a nutshell, Figure 2 highlights that both Mauritius and Egypt have a higher international openness than the other two benchmarking countries; citing a good tourism competitive stance as this could open doors for more visitors. With the exception of consulates based in their countries and international relations organisations, Egypt and Mauritius are far ahead in international openness. Egypt leads in the number of diplomatic missions overseas and foreign diplomat missions based there. Mauritius is again favoured as they are a visa-exempted country.

#### 4.3. PRICE COMPETITIVENESS IN THE TRAVEL AND TOURISM INDUSTRY

Visitors prefer inexpensive destinations coupled with better services (Assaf, Josiassen, 2012). This pillar measures the degree to which matters such as ticket taxes and airport charges, accommodation pricing, purchasing power parity and fuel prices elevate the

flow of travellers to a country (World Economic Forum, 2017). A detailed discussion on price competitiveness strategies used in the two countries follows.

**The case of Mauritius**

Mauritius charges no airport taxes for passengers using the airport (International Air Transport Association, 2018). Again, some Mauritian tour operators provide discounts for both land and sea daytrips and these packages are sometimes provided in collaboration with airlines. Additionally, between 2010 and 2020, the Mauritian government invested in infrastructural development targeted to transform Mauritius into a world-class, tax-free shopping, business and leisure destination (Dieudonné, 2012). This led to visitors’ being able to save up to 15% when they shop in 1000 registered stores across the country (Shopping Mauritius, 2019). Furthermore, according to the Global Petrol Prices (2022) gasoline prices in Mauritius were lower than the average global prices in April 2022.

**The case of Egypt**

Tourism in Egypt has finally recovered from the 2011 events that led to the drop in tourism performance through setting lower prices and an improved security state of affairs. The number of tourists visiting Egypt in the first quarter of 2018 rose to 30% over the previous year where industry data indicates hotel occupancy rates are at their highest since 2010 (Saleh, 2018). This country has managed to position itself as an affordable beach destination particularly to European customers (Vignal, 2010). Further, the Egyptian hospitality industry supports tourism by providing an uncommon luxury experience at affordable prices (Oxford Business Group, 2018a). Further, social and technological shifts have influenced the Egyptian food industry to be quickly accessible as online foodservices have been expanding rapidly (Alaa El-Din, 2020).

Moreover, in a quest to maintain reasonable prices, the larger food providers opt to purchase their food commodities outside the country to maintain quality and to ensure an undisturbed flow. Egyptian agents

and distributors also sell smaller quantities to local food sellers which in turn lowers costs (El-Habbal, Tate, 2017). Table 4 presents a comparison of the two countries in pursuance of tourism price competitiveness.

From what can be gathered from Table 4, it can be seen that Egypt has not extended much effort into developing price competitive strategies as compared to Mauritius. However, it can be depicted that the strategies modelled by Mauritius included relaxed tax policies, provision of discounts and moderate fuel prices.

**4.4. ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY**

This pillar relates to the role played by the natural environment in providing an appealing tourism destination; the principle holds that any harm directed to natural resources destroys tourism (Tang, 2015). This pillar evaluates the extent to which matters such as environmental regulations and policies, sustainability of travel and tourism development, the number of treaty ratifications, and the management of biodiversity develops the destination and the performance of the tourism sector (Crotti, Mishari, 2015).

**The case of Mauritius**

Mauritius has long supported the enforcement of environmental regulations, and according to the Ministry of Environment, Solid Waste Management and Climate Change of Mauritius (2007), to implement the 2007 environmental policy effectively, the following instruments were utilised:

- Voluntary agreements, codes of conduct and practices by active industries committing themselves to improve environmental practices beyond current legal requirements.
- Commanding relevant organisations in a movement towards decentralising environmental protection activities and providing a good enabling environment for implementation.
- Developing a proper system for inspecting compliance with environmental laws and the

Table 4. Price competitiveness strategies of the two countries

Strategies implemented to attain price competitiveness	Mauritius	Egypt
Absence of airport tax	X	
Tour operators providing discounts in their packages	X	
Heavy investment in the establishment of tax-free shopping	X	
Creation of below average prices for gasoline	X	
Providing affordable accommodation and eateries		X

Source: researchers’ own compilation.



development of a monitoring system to audit the effectiveness of policies.

- Develop financing mechanisms aimed at innovation in clean technology projects and environmental audits in small businesses.
- Kick-start research relating to safe environmental practices and build a supportive structure for projects meant for sustainable development as well as programmes intended to improve the capacity of key stakeholders to implement the policies.
- Offering benefits to attract a change of behaviour in producers and consumers.
- Educating Mauritian citizens about good environmental practices and the importance of environmental protection.

In addition, the Environmental Protection Act of 2002 offers protection and guidelines for the proper use of Mauritian natural resources so that they continue to sustain the activities of its citizens (Ministry of Environment of Mauritius, 2002). The government of Mauritius continues to develop environmental protection regulations which include minimising mercury pollution in the dentistry sector, and environmental protection (banning plastic bags) regulation (Ministry of Environment, Solid Waste Management and Climate Change of Mauritius, 2020).

### The case of Egypt

The government of Egypt has begun to take actions to improve sustainability in tourism (Ramzy, 2013). This vision influenced the government of Egypt to take initiatives such as the Green Tourism Unit which was intended to provide guidance and management tools towards greening tourism. Through this initiative, in 2015, 53 hotels in 11 destinations throughout Egypt

acquired the Green Star Hotel certification where 13 other hotels were currently in the final audit cycle to be certified (Global Sustainable Tourism Council, 2015). Furthermore, many resorts in the country adhere to sustainable development principles and have designed methods to lessen the negative impact of tourism on the environment while offering their clients the best services (Ragheb, 2015).

To drive efficiency in environmental sustainability, the Ministry of State for Environmental Affairs is the overseer of the implementation of environmental policies. The Egyptian Environmental Affairs Agency is an executive arm of the ministry through setting national policies, coordinating environmental management activities, and being responsible for aspects of the implementation and monitoring of environmental laws. Regional Branch Offices were established as part of the decentralisation strategy. In each of the governorates, environmental management is mandated to Environmental Management Units situated in the governor's office and funded by the governorate/administrative division of the country (Monitoring and Evaluation of International Development, 2010). Table 5 provides a comparison of the strategies used by the two countries to attain environmental sustainability.

According to the comparison provided in Table 5, the two countries have developed environmental protection laws, policies and regulations governing not only the tourism sector but other related sectors too. The literature indicates that these countries have taken diverse ways of ensuring environmental sustainability. On the other hand, Egypt went to the extent of establishing green tourism units and establishing green-star hotel certification.

Table 5. Environmental sustainability strategies

Strategies implemented to attain environmental sustainability	Mauritius	Egypt
Movement towards enforcement of environmental protection laws	X	X
Carrying out environmental audits	X	
Developing financial mechanisms to fund environmental initiatives	X	
Movement towards environmental research	X	
Rewarding adherence to compliance towards safe environmental practices	X	
Engaging in information dissemination on safe environmental practises	X	
The development of environmental policies	X	X
Development of voluntary agreements from organisations to conform to legal requirements	X	X
Establishment of a green tourism unit		X
Development of green-star hotel certification		X
Development of proper tourism governance structure – decentralisation system		X

Source: researchers' own compilation.

## 5. CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS FOR TOURISM DEVELOPMENT

This study has identified the measures that some African countries have taken to ensure efficiency in tourism operations through putting in place proper tourism policies and an enabling environment. The study revealed that the approaches that these countries took to prioritise their tourism sectors are diverse; yet similarities can be spotted in some areas. International openness on the other hand is key in ascertaining a higher flow of incoming tourists to a destination and the two benchmarking countries have reaped positive economic impact by being responsive to openness. Because countries are competing for international tourists, it is crucial for destinations to maintain affordable prices so that they can attract more visitors. This is not solely the responsibility of the government; the private sector also has a role to play to ensure destination's price competitiveness. It has also been noted that governments have an essential role to play to attract travellers by establishing appropriate structures to draw the interest of private investors (Crotti, Misrahi, 2015). This article has identified the strategies these African countries have implemented and are still on the pipeline to ensure a good tourism outcome. The World Economic Forum (2019) has shown that many African countries are under-performing and the majority are rated below average. It is therefore crucial that attention should be given to help Africa to draw up up-to-date strategies to take advantage of this giant industry. This study could benefit some developing countries especially those that fall under similar economic clusters to learn the activities that their counterparts have put in place to gain an upper hand. Again, not much has been studied about tourism in Africa, raising a note that future researchers should explore the dynamics of this discipline further.

### 5.1. PRIORITISATION OF TRAVEL AND TOURISM

Considering the ranking of Mauritius and Egypt in relation to prioritisation of travel and tourism, it could be learned that proper development of tourism policies, followed by strategic plans, can facilitate an easy flow in implementing tourism activities. It is important for governments to secure funding for tourism operations either from in-country or projects internationally targeted to speed up effectiveness. Developing tourism parastatals with a clear mandate has also seemed to be a useful weapon in promoting tourism, and these establishments can facilitate diversification of markets locally and internationally.

Governments invest highly in promoting their countries in order to attain high exports, more foreign investors and more tourists (Song, Gartner, Tasci, 2012). As can be observed from the results, marketing and promotion has been a tool for the two countries. This activity has been facilitated by foreign embassies (abroad) and through collaboration with other international organisations such as foreign tour operators and travel agencies. Marketing tourism in foreign countries has also been implemented successfully by advertising in foreign media such as television stations, at sports events where a high number of people can see them (such as the World Cup), and engaging in international exhibitions and tourism fairs. Attracting foreign investment in the hospitality and air transport sector has resulted in positive results for countries who have engaged in this strategy which can also be coupled with tax exemptions for tourism investors. Other countries have also been successful in targeting specific countries in various years and focusing more on countries with a good culture of travelling such as China. As Goral (2016) has indicated, the degree to which decision makers prioritise tourism can have a major influence on destination competitiveness.

### 5.2. INTERNATIONAL OPENNESS

Because of the high level of movement of people and goods and services, capital has expanded immensely in recent times (Czaika, Neumayer, 2017), and to be on top of the game, the tourism industry has to have a high degree of openness (Goral, 2016). As can be learnt from the research findings, the strategies that have kept the two countries to stay competitive include being party to bilateral relations and international relations organisations based in their countries. Widening this area can boost business travel which can be defined as all trips that are taken by employees on behalf of their respective organisations, inclusive of meetings, sales missions, conferences and other events (World Travel and Tourism Council, 2017). Some mechanisms leading to Mauritian and Egyptian performance can again be linked to having foreign missions and consulates based at home and having their own embassies overseas. Opening up through this strategy can lead to a higher number of people travelling to the host locations, and ambassadors can easily facilitate tourism marketing being based abroad. Another strategy that has been utilised by the two countries to attain acceptable international openness is through widening their visa exemptions. Tourism academia has expressed that strict visa regulations have a negative impact on tourism demand which also affects the economy (Song, Gartner, Tasci, 2012).

### 5.3. PRICE COMPETITIVENESS

It has been identified that travellers are heavily affected by the price charges of destinations (Assaf, Josiassen, 2012), hence, governments in the two countries took measures to keep prices down through charging low or no airport taxes and keeping low gasoline prices to facilitate movements in the country. The results of the study point out that maintaining affordable prices has been through the actions of the private sector; for example, tour operators offering discounts which can boost demand, keeping accommodation costs down, and taking advantage of low seasons by providing low priced tourism packages.

### 5.4. ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

Because environmental sustainability plays an essential role in tourism performance, and judging by the global scores of the two countries in this pillar, it is concluded that Mauritius and Egypt are on the right track to putting in place proper measures to attain environmental sustainability. The major reasons why this should be prioritised in tourism include the realisation that tourism demand is highly affected by natural beauty; natural resources and greenhouse gas emissions affect environmental sustainability and a country's tourism

competitiveness (United Nations World Tourism Organisation, 2013). Strategies that have enabled efficiency in this pillar, which can be implemented by low performing African countries, include a strong movement towards enforcement of environmental protection laws, conducting environmental audits to ensure compliance, funding environmental initiatives, engaging in environmental research to learn contemporary issues that may require actions, and rewarding adherence to compliance towards environmental regulations.

It is important to note that sustainability in tourism cannot be attained without taking into consideration the environmental challenges and their global dimension (Zamfir, Corbos, 2015). Looking at the two countries, the development of environmental policies, extending activities to the development of voluntary agreements between organisations to conform to legal requirements, establishing green tourism units, and developing green-star hotel certification, had been strong foundations for success in this area. Additionally, establishing a proper governance structure to enable tourism activities to have a smooth flow from decision makers to implementers, and widening international alliances to promote environmental sustainability have also been strategies leading to the attainment of environmental sustainability in tourism.

## POLITYKA ZWIĄZANA Z PODRÓŻOWANIEM I TURYSTYKĄ ORAZ SPRZYJAJĄCE IM WARUNKI – ANALIZA STRATEGII WDRAŻANYCH W MAURITIUSIE I EGIPCIE

Boitumelo Caroline Rasethuntsa<sup>a</sup> , Sandra Perks<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Politechnika Lerotholi w Maseru (Lesotho), Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania, <https://orcid.org/0000-0002-3951-2631>, e-mail: itumelengcb@yahoo.com

<sup>b</sup> Uniwersytet im. Nelsona Mandeli w Gqeberha (Republika Południowej Afryki), Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem, <https://orcid.org/0000-0002-1002-7173>, e-mail: sandra.perks@mandela.ac.za

**ABSTRAKT**

Właściwa polityka związana z podróżowaniem i turystyką oraz sprzyjające im warunki odgrywają istotną rolę w zwiększaniu konkurencyjności turystycznej. Słaba pozycja konkurencyjna Afryki w światowej turystyce wynika m.in. z nieumiejętności wypracowania odpowiedniej polityki turystycznej oraz niezdolności do stworzenia struktur, które wspierałyby tę konkurencyjność. Cel niniejszego artykułu to zbadanie najskuteczniejszych elementów polityki turystycznej stosowanych w krajach afrykańskich, które utrzymują się na wysokiej pozycji w rankingu konkurencyjności na rynku turystycznym (Travel and Tourism Competitiveness Index – TTCI), tj. w Mauritiusie i w Egipcie, aby zarekomendować odpowiednie postępowanie oraz stworzyć warunki sprzyjające turystyce w innych państwach Afryki. W opracowaniu analizowane są dane wtórne dotyczące najlepszych działań praktycznych wdrażanych w celu priorytetowego podejścia do sektora turystycznego, a także osiągnięcia międzynarodowej otwartości, konkurencyjności cenowej oraz zrównoważonego rozwoju środowiska. Autorki ustaliły, że wybrane przez nie kraje stosują takie strategie, jak: ustanawianie organów odpowiedzialnych za promocję, dywersyfikacja rynków, poszukiwanie inwestorów, rozwój transportu lotniczego, zwiększanie międzynarodowej otwartości dzięki ambasadom i umowom dwustronnym, a także rozwój i egzekwowanie przepisów związanych z ochroną środowiska. W badaniu udało się ustalić, iż współpraca pomiędzy wszystkimi interesariuszami branży turystycznej stanowi kluczowy element w tworzeniu prawidłowo działającego sektora turystycznego. Niniejszy artykuł stanowi wkład w wiedzę na temat omawianej branży poprzez przedstawienie, w jaki sposób kraje afrykańskie mogą modelować politykę turystyczną oraz tworzyć struktury wspierające, by zwiększyć swą konkurencyjność.

**SŁOWA KLUCZOWE**

turystyka, polityka turystyczna, warunki sprzyjające rozwojowi turystyki, konkurencyjność, Afryka

**INFORMACJE O ARTYKULE**

Przyjęto:  
3 grudnia 2021 r.  
Zaakceptowano:  
24 maja 2022 r.  
Opublikowano:  
28 września 2022 r.

## 1. WSTĘP

Turystykę uważa się za jedną z dróg prowadzących do osiągnięcia niezależności gospodarczej (Harilal, Tichaawa, Saarinen, 2019). Branża ta generuje nowe miejsca pracy, zwiększa eksport, a także tworzy dobrą koniunkturę na całym świecie przez angażowanie tak dużych, jak i małych firm (World Travel and Tourism Council, 2019). We wcześniejszych latach turystyki nie traktowano jako działu gospodarki równorzędnej z tradycyjnymi sektorami, jak choćby przemysł (Tourism Victoria, 2013), jednak obecnie turystyka jest postrzegana na całym świecie jako jedna z jej wiodących gałęzi (Hashemkhani Zolfani i in., 2015). Dziś przemysł turystyczny stanowi grupę działań, usług oraz sektorów, które oferują doświadczenia związane z podróżowaniem, w tym transport, zakwaterowanie, usługi gastronomiczne, rozrywkę, biznes oraz powiązane pakiety usług hotelarskich dla osób podróżujących indywidualnie (Dayananda, 2014). W XXI w. turystyka razem z sektorem telekomunikacyjnym oraz informatycznym są najszybciej rozwijającymi się gałęziami gospodarki na świecie (Aynalem, Birhanu, Tesefay, 2016; Kozak, Baloglu, 2012).

Obecnie kraje rozwijające się postrzegają ów sektor jako przyciągający także potrzebne waluty obce (Mowforth, Munt, 2016). Jednak pomimo faktu,

iż turystyka odgrywa kluczową rolę w rozwoju ekonomicznym, niektóre gospodarki afrykańskie nie czerpią z tego sektora spodziewanych korzyści, ponieważ cechują się niską konkurencyjnością w porównaniu do krajów leżących na innych kontynentach. Z rankingu konkurencyjności na rynku turystycznym (Travel and Tourism Competitiveness Index – TTCI) wynika, że wszystkie państwa afrykańskie uplasowały się poniżej pięćdziesiątego miejsca, wiele z nich zaś poniżej setnego, na około 140 krajów z całego świata (World Economic Forum, 2015, 2017, 2019). Aby zapewnić efektywny rozwój branży turystycznej, należy zająć się kilkoma podstawowymi kwestiami. Są to m.in. właściwe ustalenia instytucjonalne dla sektora, koordynacja międzyresortowa, a także odpowiednie systemy planowania i działalność rządów (World Tourism Organization, 2019; Harilal, Tichaawa, Saarinen, 2019).

Choć działanie władz państwowych jest niezwykle istotne dla rozwoju turystyki, kraje rozwijające się wciąż mają problemy z powodu nieudolności rządów w zakresie opracowywania i wdrażania polityki dotyczącej sektora turystycznego, co z kolei wpływa negatywnie na wyniki tegoż (Okhare-dia, 2017). Zauważono, że państwa afrykańskie pozostają w tyle we wszystkich obszarach objętych rankingiem TTCI (World Economic Forum, 2019). Przykładowo Wspólnota Rozwoju Afryki Południowej



(SADC) ustaliła, iż do czynników hamujących konkurencyjność regionu zaliczają się: nietraktowanie priorytetowo kwestii turystycznych, mało aktywne działania dotyczące ochrony przyrody, trudności w przekraczaniu granic poszczególnych krajów, a także słabe zarządzanie sektorem turystycznym (Southern African Development Community, 2020). Region południowoafrykański nie tylko odznacza się słabością w zakresie ustanawiania właściwej polityki turystycznej, ale także boryka się z problemami związanymi z tworzeniem sprzyjających dla turystyki warunków. Z podobnymi trudnościami zmagają się także Afryka Środkowa. Na przykład wyniki badań przeprowadzonych przez Harilal, Tichaawę i Saarina (2019) sugerują, że Kamerun pilnie potrzebuje rozwoju polityki w zakresie planowania i rozwoju turystyki. Na podstawie powyższych obserwacji można stwierdzić, iż kontynent afrykański potrzebuje usprawnień w zakresie polityki turystycznej oraz poprawy warunków rozwoju branży, aby wzmocnić swoją pozycję konkurencyjną na świecie.

Celem niniejszego opracowania jest analiza najlepszych działań praktycznych wykorzystywanych przez wiodące turystycznie kraje afrykańskie, tj. Mauritius i Egipt, aby wdrożyć właściwą politykę turystyczną oraz stworzyć warunki sprzyjające rozwojowi branży. Wymienione państwa mogą stanowić wzór dla opracowania rozsądnych strategii turystycznych. Wyboru Mauritiusu i Egiptu dokonano ze względu na ich stale polepszającą się pozycję w rankingu TTCI – w latach 2015–2019 znalazły się wśród pierwszych dziesięciu krajów i cały czas pną się do góry. Tabela 1 pokazuje pozycje państw afrykańskich w rankingu w 2015, 2017 oraz 2019 r. Należy zaznaczyć, że w chwili opracowywania badania raport TTCI z 2019 r. był ostatnim dostępnym.

Tabela 1. Zmiany w rankingu TTCI w latach 2015–2019

Kraj afrykański	Ranking 2015	Ranking 2017	Ranking 2019
Mauritius	56	55	54
Egipt	83	74	65
RPA	48	52	61
Maroko	62	65	66
Namibia	70	82	81
Kenia	78	80	82
Tunezja	79	87	85
Republika Zielonego Przylądka	86	83	88
Liczba ocenianych krajów	141	136	140

Źródło: World Economic Forum (2015, 2017, 2019).

Tabela 1 pokazuje, że zarówno Mauritius, jak i Egipt utrzymały w rankingu stały wzrost od 2015 r. Można także zauważyć, iż inne kraje znajdujące się w pierwszej dziesiątce, pomiędzy 2015 a 2019 r. odnotowały spadek, stąd też decyzja o ich wykluczeniu z badania. Według raportu TTCI z 2019 r. wyniki branży w Egipcie wzrosły od 2017 r. o 7%, a co za tym idzie – poprawa ta była większa niż w całej Afryce Północnej (World Economic Forum, 2019). W 2017 r. Mauritius wyprzedził wszystkie pozostałe państwa Afryki Subsaharyjskiej ze wzrostem w wysokości 2,3%, który uplasował ten kraj powyżej średniej w regionie. Dodatkowo Mauritius uzyskał najwyższy wynik w zakresie priorytetowego traktowania podróży i turystyki w regionie subsaharyjskim (World Economic Forum, 2019). Otrzymane liczby potwierdzają, że wybranym państwom udało się wypracować dobre mechanizmy, dzięki którym wyróżniają się w czterech obszarach. Tabela 2 przedstawia wkład turystyki w ekonomię Mauritiusu i Egiptu.

Tabela 2. Udział branży turystycznej w gospodarce Mauritiusu i Egiptu

Rok	Egipt	Mauritius
Udział branży turystycznej w PKB (w %)		
2016	4,4	19,2
2017	3,8	19,4
2018	9,8	19,6
2019	12,6	19,5
2020	3,8	8,7
Udział branży turystycznej w wydatkach ogółem (w mln USD)		
2016	3 306	1 824
2017	8 636	2 005
2018	12 704	2 161
2019	14 256	2 024
Udział branży turystycznej w eksporcie (w %)		
2016	9,83	35,07
2017	20,14	37,19
2018	24,61	38,69
2019	26,64	39,13
Udział branży turystycznej w zatrudnieniu (w %)		
2016	1,6	19,3
2017	2,4	19,5
2018	2,5	19,8
2019	2,5	19,2
2020	1,1	14,0

Źródło: Faria (2021a, 2021b), Macrotrends (2022a, 2022b), The Global Economy (2022), Tourism Economics (2021).

Wydaje się, że turystyka odgrywa ważną rolę w gospodarce Egiptu i Mauritiusu. Jak można zauważyć w tabeli 2, turystyka wnosi większy wkład w PKB w przypadku Mauritiusu niż Egiptu, a z kolei – większy wkład w wydatki ogółem w przypadku Egiptu niż Mauritiusu. Ponadto ta gałąź gospodarki zdaje się być dobrym źródłem dochodów z eksportu w obydwu krajach, szczególnie w Mauritiusie. Można także wysnuć wniosek, iż w przypadku zatrudnienia sektor turystyczny odgrywa ważniejszą rolę w Mauritiusie niż w Egipcie.

Opierając się na wynikach branży turystycznej w latach 2015–2019, niniejsze badanie ma na celu próbę odpowiedzi na poniższe pytania badawcze:

- Z jakich mechanizmów korzystają Egipt i Mauritius, by zapewnić priorytetowe traktowanie branży turystycznej?
- Jakie strategie wdrażają Egipt i Mauritius, by zapewnić otwartość międzynarodową wspierającą napływ turystów?
- Jakie są strategie konkurencyjności cenowej w branży turystycznej stosowane w Egipcie i Mauritiusie?
- Jakie strategie opracowały Egipt i Mauritius w celu zarządzania zrównoważonym rozwojem środowiska, by zapewnić też zrównoważony rozwój turystyki?

Wyniki prezentowanego badania uwydatniają niektóre ze strategii wykorzystywanych przez dwa kraje afrykańskie, najlepiej funkcjonujące w branży turystycznej. Powinno to dać państwom radzącym sobie w sektorze gorzej możliwość nauki i przyjęcia omawianych współczesnych praktyk w tym zakresie w celu poprawy wyników branży. Wnioski płynące z rozpoznanych strategii mogą zostać wykorzystane jako narzędzie przewodnie dla publicznych decydentów w trakcie okresowych przeglądów polityki oraz podczas poszczególnych etapów opracowywania krajowych planów strategicznych. Odkrycia poczynione przez autorki mogą być także wskazówką dla prywatnych podmiotów sektora turystycznego w zakresie strategii, które mogą przyjąć w celu osiągnięcia konkurencyjności cenowej. W czasie gdy zostało przeprowadzone niniejsze badanie, autorkom nie udało się znaleźć żadnego wyczerpującego opracowania porównującego strategię w ramach polityki turystycznej oraz sprzyjających warunków w omawianych krajach afrykańskich, cechujących się najlepszymi wynikami w branży. Fakt ten sugeruje, iż istnieje w tym zakresie luka badawcza, która pozwala na wygenerowanie nowej wiedzy.

## 2. SIATKA POJĘCIOWA

Istnieje kilka powszechnie znanych i przyjętych modeli konkurencyjnej, zrównoważonej turystyki, w tym zintegrowany model konkurencyjności Dwiera i Kima

(2003) oraz model konkurencyjnej i zrównoważonej destynacji Croucha i Ritchiego (2000). Jednakże najbardziej wszechstronny model używany do mierzenia konkurencyjności w turystyce to ranking TTCI. Wykorzystuje się go jako wskaźnik zrównoważonego rozwoju turystyki i jako kompleksowe narzędzie strategiczne do mierzenia współczynników i metod, które ułatwiają zrównoważony rozwój sektora turystycznego (Crotti, Mishari, 2015). Pełną strukturę czternastu filarów TTCI przedstawiono na rysunku 1.



Rysunek 1. Filary TTCI

Źródło: World Economic Forum (2017)

Jak widać na rysunku 1, TTCI posiada łącznie cztery podwskaźniki (*sub-indexes*) i czternaście filarów. Opracowany pierwotnie w 2007 r., przy współpracy takich organizacji jak Zrzeszenie Międzynarodowego Transportu Lotniczego, Światowa Organizacja Turystyki ONZ oraz Światowa Rada Podróży i Turystyki, model TTCI jest od tamtej pory stosowany przez Światowe Forum Ekonomiczne w celu rozpoznania czynników wpływających na konkurencyjność branży turystycznej w danym państwie. Stworzenie tego narzędzia było umotywowane chęcią zrozumienia czynników odgrywających rolę we wzroście i utrzymaniu dobrej kondycji przez przemysł turystyczny. Chodziło o niesienie krajom pomocy w poznaniu najlepszych działań praktycznych konkurentów, umożliwienie im określenia głównych przeszkód stojących na drodze do konkurencyjności oraz o zapewnienie platformy dialogu między władzami państwowymi, przedstawicielami biznesu a społeczeństwem (World Economic Forum, 2007). Co najważniejsze, model ten pozwala na zestawienia na szczeblu międzynarodowym w celu porównania kluczowych obszarów, takich jak polityka, strategię inwestycyjne oraz podejmowanie decyzji związanych z branżą (World Economic Forum, 2015).

Niniejszy artykuł skupia się wyłącznie na podwskazaniu drugim, czyli polityce turystycznej oraz warunkach sprzyjających. Politykę turystyczną definiuje się jako zbiór dyskursów, decyzji oraz działań praktycznych pobudzanych przez rząd (czasem we współpracy z wykonawcami prywatnymi i społecznymi), nakierowanych na osiągnięcie celów turystycznych (Velasco, 2016). Jak widać na rysunku 1, wskaźnik dotyczący polityki turystycznej oraz warunków sprzyjających składa się z elementów związanych z priorytetowym podejściem do turystyki, międzynarodową otwartością, konkurencyjnością cenową oraz zrównoważonym rozwojem środowiska. Celem tego podwskaznika jest pokazanie sposobu opracowania polityki turystycznej oraz zmierzenie jej skuteczności. Filar ten ma również za zadanie zapewnić informacje na temat rozwiązań napotykanym problemom oraz sposobu, w jaki włącza się je w proces tworzenia polityki, a także zgłębić interesy i wartości wpływające na mechanizm kreowania strategii oraz planowania (Scott, 2011).

Powody wyboru tego właśnie podwskaznika zostały podyktowane faktem, iż w przypadku każdego kraju aby zbudować efektywnie działającą branżę turystyczną, władze powinny skupić się na opracowaniu odpowiednich przepisów. Kolejną kwestią uznawaną za przydatną jest ograniczenie barier wejścia w celu stymulowania inwestycji w sektorze publicznym przez liberalizację oraz ustanawianie współpracy transgranicznej, ponieważ turystyka jest w dużej mierze zależna od tych czynników. Z innej strony konkurencyjność cenowa pozostała sprawą kluczową dla konkurencyjności turystyki, aby móc przyjmować podróżnych dysponujących różnymi budżetami. Ponadto, żeby turystyka prosperowała, decydenci powinni traktować priorytetowo długoterminowy zrównoważony rozwój środowiska, który zapewni branży większą konkurencyjność (World Economic Forum, 2013).

### 3. METODYKA BADAŃ

Według Wallimana (2010) metodyka to zbiór technik stosowanych w trakcie prowadzenia badań. Metody te obejmują zbieranie danych, ich grupowanie oraz analizę informacji, stosowane, aby otrzymać przekonujące wnioski. W niniejszym artykule analizowane są głównie dane wtórne, natomiast według Greenhoot i Dowsett (2012) w naukach o rozwoju istniejące wcześniej zbiory danych są już poukładane i stanowią dobre źródło informacji, które pomagają odnieść się do danego problemu. „Badania z za biurka” to kolejne sformułowanie stosowane na określenie badań wtórnych, które obejmują przegląd wyników przeprowadzonych wcześniej badań w celu lepszego zrozumienia konkretnego obszaru (Travis, 2016). Dane wtórne to

takie, które zostały uprzednio zebrane przez innych badaczy i opublikowane bądź nie; nie są to informacje nowe (Kapur, 2018).

Powody wykorzystania „badań z za biurka” w prezentowanym opracowaniu są w niemałej mierze związane z faktem, iż istnieje spora pula zbiorów danych na zgłębiany temat, w szczególności zaś takich, które są powszechnie dostępne i zostały otrzymane na podstawie badań na dużych próbach, co umożliwia uzyskanie wiarygodnych wyników przy jednoczesnej minimalizacji kosztów. W każdym razie studia w dziedzinie polityki turystycznej powinny przede wszystkim skupiać się na mechanizmach wykorzystywanych przez rządy do wspierania branży (Garcia, 2014). W niniejszym opracowaniu zebrane dane odnoszą się do najlepszych działań praktycznych, stosowanych w celu priorytetowego podejścia do sektora turystycznego, międzynarodowej otwartości, konkurencyjności cenowej oraz zrównoważonego rozwoju środowiska w dwóch wybranych krajach.

Badaczki wykorzystały przegląd systematyczny, ponieważ pozyskiwały wyłącznie informacje na temat polityki turystycznej oraz podwskaznika środowiska sprzyjającego z rankingu TPCI. Jest to metoda, która pozwala na skuteczną identyfikację oraz krytyczne oszacowanie istotnych studiów, jak również na analizę rezultatów tychże. Wnioski zawarte w pozyskanej literaturze można zsyntetyzować aby przedstawić działania, które mogą zostać wykorzystane do zmiany polityki i stosowanych działań praktycznych. Przegląd systematyczny minimalizuje stronniczość i gwarantuje wiarygodne wyniki umożliwiające wysnucie logicznych wniosków i zaleceń (Moher i in., 2010).

Zebrane informacje zostały zanalizowane w taki sposób, by wskazać różnice między omawianymi krajami, pierwszym zaś krokiem podjętym w celu przeprowadzenia niniejszego badania było ustalenie dokładnego brzmienia pytań badawczych. Następnie pozyskano dane na temat filarów TPCI w zakresie polityki turystycznej oraz środowiska sprzyjającego. Strategie obydwu państw dotyczące tych filarów zostały odnotowane, żeby przeprowadzić analizę porównawczą, która umożliwiła zdobycie gruntownej wiedzy na temat istotnych dla badania kwestii oraz znalezienie dla poszczególnych z nich odpowiedniego i rzeczywistego kontekstu. Następnie informacje przedstawiono i pogrupowano według wspomnianych czterech filarów w ramach badanego podwskaznika. Potem zebrane dane poddano ocenie ze względu na ich istotność. Na końcu zostały one przeanalizowane poprzez ujęcie w tabeli podobieństw i różnic w zakresie strategii dwóch wybranych państw. Aby zachować wiarygodność wyników, której wymagał cel prezentowanego opracowania, proces gromadzenia danych przebiegał na podstawie zebranej w pokaznym pakiecie najnowszej literatury, dostępnej w międzynarodowych i krajowych źródłach



informacji, w tym w czasopismach akademickich, sprawozdaniach, artykułach prasowych, magazynach, monografiach, pracach dyplomowych, raportach rządowych oraz na stronach rządowych, spośród których wszystkie dotyczyły analizowanych krajów. W trakcie badania wzięto także pod uwagę rolę i zaangażowanie władz państwowych, organizacji pozarządowych, społeczności międzynarodowych, społeczności lokalnych oraz sektora prywatnego.

#### 4. WYNIKI BADANIA

Dalszy ustęp pracy przedstawia rezultaty badania w zakresie polityki turystycznej oraz warunków sprzyjających.

##### 4.1. PRIORYTETOWE TRAKTOWANIE PODRÓŻOWANIA I TURYSTYKI

Ten filar dotyczy stopnia, w jakim rządy kładą nacisk na rozwój turystyki i wspierają działania z nią związane ze względu na fakt, że wysiłki dążące do priorytetowego traktowania branży mogą mieć pozytywny bądź negatywny wpływ na jej wyniki (Goral, 2016). Filar bierze pod uwagę takie kwestie, jak: zakres, w jakim krajowa administracja wspiera sektor przez prowadzoną politykę, finansowanie programów turystycznych oraz strategie marketingowe. Podejmowanie właściwych decyzji w celu rozwiązania złożonych problemów, z którymi boryka się przemysł turystyczny, wymaga zintegrowanego podejścia do kwestii opracowywania polityki w różnych jednostkach rządowych. Spójność i konsekwencja są kluczowe w momencie planowania i wdrażania polityki we wszystkich jednostkach (resortach) rządu, jeśli celem jest zagwarantowanie jej skuteczności (Organisation for Economic Co-operation Development, 2010).

##### Przypadek Mauritiusu

W 1996 r. władze Mauritiusu powołały Urząd ds. Promocji Turystyki (Mauritius Tourism Promotion Authority – MTPA), którego zadaniem jest promowanie lokalnej branży turystycznej (Ministry of Tourism of Mauritius, 2018a). We wczesnych latach XXI w. kraj ten ustanowił Fundusz Turystyczny, którego zadaniem było finansowanie infrastruktury powiązanej z projektami rozwoju turystyki. Komitet złożony z trzynastu członków pochodzących zarówno z sektora publicznego, jak i prywatnego został obarczony odpowiedzialnością za wdrażanie tych programów (United Nations Environment Programme, 2022). Mauritius kontynuował finansowanie programów turystycznych za pośrednictwem Ministerstwa Biznesu, Przedsiębiorstw

i Spółdzielczości, a także Banku Rozwoju Mauritiusu, przez finansowanie małych i średnich przedsiębiorstw, wśród których znaleźć można firmy z branży turystycznej, w zakresie tworzenia, rozwoju, renowacji hoteli/restauracji oraz zakupu samochodów na wynajem (Ministry of Business, Enterprise and Cooperatives of Mauritius, 2018). Podobne inicjatywy przyczyniły się do wzrostu liczby odwiedzających ten kraj w 2016 r. o 10,8% (PricewaterhouseCoopers, 2017).

Strategia wdrożona przez lokalny rząd obejmowała dywersyfikację rynków w celu redukcji nadmiernej zależności od turystów z Europy poprzez ukierunkowanie się na rynki wschodzące, takie jak Chiny czy Indie. Posunięcie to spowodowało wzrost odwiedzin turystów z Azji z 7% w 2009 r. do 16% w 2017 r. Władze usprawniły także politykę odnośnie do połączeń lotniczych, aby stopniowo zwiększyć liczbę dwustronnych umów dotyczących komunikacji lotniczej w 2015 r. Strategia ta spowodowała wzrost liczby miejsc w samolotach o 11% w roku 2016. Rząd postanowił także sprawić, by na skutek kampanii „Mauritius 365”, w wyniku której odnotowano wzrost liczby odwiedzających kraj poza sezonem o 9,2% w 2016 r., Mauritius wydał się turystom bardziej atrakcyjną destynacją w niskim sezonie (Ministry of Tourism of Mauritius, 2018b). Ponadto udało się usprawnić rynek turystyczny dzięki chęci maurytyjskiego rządu, by dużo inwestować w branżę (PricewaterhouseCoopers, 2017). Mauritius ulepszył swoją politykę turystyczną przez opracowanie nowych ram działalności statków wycieczkowych w celu poprawy bezpieczeństwa ich funkcjonowania, zgodnie z normami ISO 12217 (Government of Mauritius, 2021). Co więcej, rząd Mauritiusu stale angażuje się w analizowanie koncepcji dotyczących turystyki krajowej i jej przyszłości, by we współpracy z branżą hotelarską i innymi interesariuszami tej gałęzi gospodarki planować dalsze kroki (Government of Mauritius, 2020).

##### Przypadek Egiptu

Dobre wyniki Egiptu w zakresie turystyki przypisuje się wysiłkom władz tego kraju związanym z zaangażowaniem się w zakrojoną na szeroką skalę kampanię PR-ową pod koniec 2015 r., inwestycjami w inicjatywę „Oto Egipt” („This is Egypt”), a także w kampanię promocyjną stacji telewizyjnej Cable News Network, na którą składały się liczne reklamy wyświetlane przez cały rok na kontynencie afrykańskim, w państwach europejskich oraz na Bliskim Wschodzie. Kampania obejmowała także transmisję sponsorowanego raportu specjalnego na tym samym kanale, którą zaplanowano na koniec 2017 r. (Oxford Business Group, 2018b). Egipska branża hotelarska przez wiele lat stanowiła atrakcyjny obszar inwestycji zagranicznych, co z kolei przekładało się na duży wkład tego sektora w PKB kraju (Reda, 2018).



Egipt jest znany z tego, że chętnie inwestuje w organizacje i programy turystyczne, a także z faktu, iż niektóre z wcześniejszych strategii, w które zaangażowały się władze w celu rozwoju sektora turystycznego, polegały na inwestowaniu w obiekty noclegowe oraz inne instytucje związane z turystyką poprzez przyznawanie ulg podatkowych oraz na zwiększaniu nakładów na rozwój siły roboczej (Richter, Steiner, 2008). Ponadto Egipt planował wypróbować nowe strategie reklamowe promujące turystykę krajową, zapewnić zachęty dla organizacji oferujących zakwaterowanie, właścicieli infrastruktury oraz inwestorów detalicznych, zróżnicować produkty turystyczne, by objęły

takie główne sektory, jak podróże służbowe i kongresy, oraz wprowadzić w życie szeroko pojętą politykę zrównoważonego rozwoju, aby zagwarantować, że przewidziany wzrost będzie osiągalny również dla przyszłych pokoleń (Embassy of Egypt Washington DC, 2018). Rząd wykazał się także większym zaangażowaniem we współpracę z partnerami międzynarodowymi, w generowanie nowych opcji dla przewoźnika EgyptAir oraz czarterowych linii lotniczych, wspieranie inwestorów lokalnych i międzynarodowych oraz innowacji, zwiększanie wartości produktów i usług w branży turystycznej, a także promocję zrównoważonego rozwoju w branży noclegowej (Oxford Business Group, 2018b).

Tabela 3. Strategie wykorzystywane w celu priorytetowego traktowania podróżowania i turystyki w obydwu krajach

Strategie wykorzystywane w celu priorytetowego traktowania podróżowania i turystyki	Mauritius	Egipt
Rozwój funduszu turystycznego, zarządzanego zarówno przez sektor prywatny, jak i publiczny, w celu finansowania infrastruktury turystycznej	X	
Programy rządowego dofinansowania turystyki, w tym rozwoju sektora noclegowego	X	X
Zagwarantowanie finansowania turystyki przez Ministerstwo Biznesu, Przedsiębiorstw i Spółdzielczości	X	
Opracowanie przez Ministerstwo Biznesu, Przedsiębiorstw i Spółdzielczości dziesięcioletniego planu generalnego, ukierunkowanego na rozwój biznesu, w tym firm turystycznych	X	
Ustanowienie urzędu zajmującego się promocją turystyki	X	X
Dywersyfikacja branży mająca na celu dotarcie do lukratywnych rynków	X	X
Rozwój połączeń lotniczych	X	X
Zaangażowanie w kampanie promujące turystykę za granicą	X	X
Przyciąganie inwestorów zagranicznych		X
Budowa nowych obiektów noclegowych oraz konferencyjnych		X
Promocja turystyki przez ambasady na całym świecie	X	X
Opracowanie polityki turystycznej zorientowanej na rynek	X	
Rozwój infrastruktury turystycznej dzięki partnerstwu z obcymi rządami		X
Propagowanie turystyki za pośrednictwem audycji transmitowanych przez nadawców międzynarodowych		X
Pozyskiwanie funduszy międzynarodowych na rozwój turystyki		X
Inwestowanie w promocję turystyki przez lokalne biura podróży i touroperatorów		X
Promocja turystyki podczas globalnych wydarzeń sportowych		X
Udział w międzynarodowych targach turystyki		X
Skupienie się na promocji turystyki głównie w krajach rozwiniętych gospodarczo		X
Przyznawanie ulg podatkowych inwestorom z branży turystycznej, inwestującym w turystykę		X
Opracowanie nowych strategii promocji turystyki w celu propagowania turystyki krajowej		X
Dywersyfikacja produktów turystycznych		X
Angażowanie rządów innych państw w plany rozwoju turystyki		X
Mianowanie kompetentnych urzędników na strategiczne pozycje w branży		X

Źródło: opracowanie własne autorki.

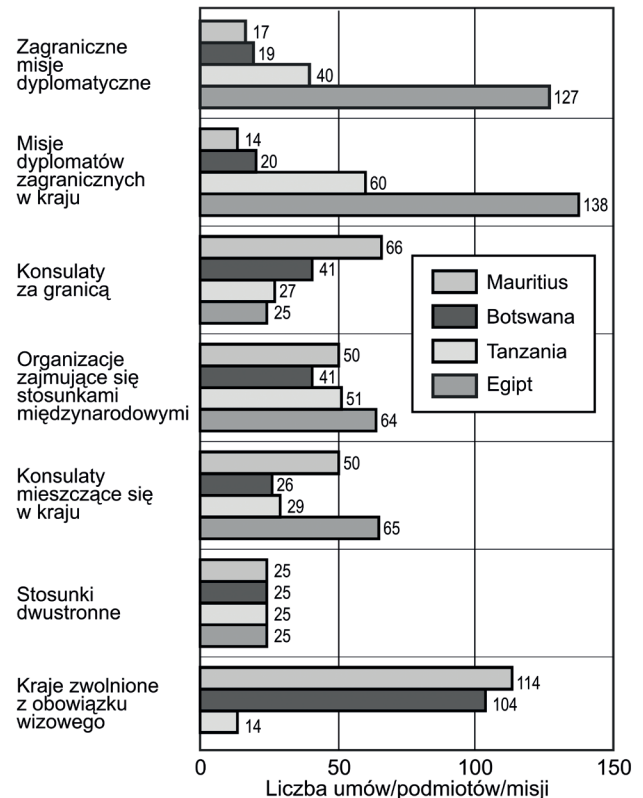
Egipski Urząd ds. Rozwoju Turystyki (Tourism Development Authority of Egypt) skupił się na przyciąganiu większej liczby turystów z Hiszpanii poprzez wysiłki podejmowane wspólnie z krajowymi biurami podróży oraz touroperatorami. Zaplanowano również promocję różnych miejsc dla odwiedzających, a rolą instytucji było ułatwienie przyjmowania pielgrzymów przy współpracy Koptyjskiego Kościoła Ortodoksyjnego oraz zakrojona na szeroką skalę promocja kraju podczas Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej (FIFA World Cup). Ponadto Egipt wyznaczył doświadczonego ministra turystyki współpracującego z Międzynarodowym Funduszem Walutowym, posiadającego doświadczenie w pracy w krajowym banku centralnym, co miało stanowić pozytywny sygnał dla inwestorów (Oxford Business Group, 2018b). Kraj wziął udział w Międzynarodowych Targach Turystycznych w Buenos Aires, aby promować w Ameryce Łacińskiej Egipt jako destynację turystyczną. Co więcej, we Włoszech zorganizowano trzytygodniową kampanię promocyjną, by przyciągnąć do Egiptu więcej turystów z tego państwa. Rząd propagował turystykę na arenie międzynarodowej na najchętniej oglądanych kanałach telewizyjnych na świecie (Egypt Independent, 2018). W tabeli 3 przedstawiono porównanie strategii stosowanych przez dwa wybrane kraje afrykańskie oraz ich sposobów na priorytetowe traktowanie turystyki.

Na podstawie tabeli 3 widać, że obydwa państwa od dawna zajmują się ustalaniem polityki turystycznej mającej na celu usprawnienie operacji w branży, by promować ją w kraju i za granicą. Egipt aktywnie planuje priorytetowe podejście do podróżowania i turystyki. Wśród strategii wprowadzanych w życie przez obydwa państwa znajdują się ogromne nakłady inwestycyjne na branżę lotniczą, by usprawnić proces przylotów – w ciągu ostatnich kilku lat Mauritius i Egipt podpisały kontrakty z dużą liczbą międzynarodowych linii lotniczych. Obydwa kraje ustanowiły urząd zajmujący się promocją turystyki za granicą. Z literatury przedmiotu wynika także, iż strategia marketingowa Egiptu w obszarze turystyki jest agresywna i nakierowana głównie na gospodarki rozwinięte, a promocja odbywa się na różnych platformach. Z kolei Mauritius najbardziej skupił się na gospodarkach rozwijających się. Władze obu państw odgrywają wiodącą rolę w umożliwianiu wdrażania programów rozwoju turystyki.

#### 4.2. MIĘDZYNARODOWA OTWARTOŚĆ

Wzmacnianie pozycji konkurencyjnej turystyki danego kraju wymaga pewnej dozy międzynarodowej otwartości oraz wprowadzania ułatwień w podróżowaniu (Goral, 2016). Ten filar ocenia takie czynniki, jak wymagania wizowe i dwustronne umowy o handlu lotniczym, w tym umowy z liniami

lotniczymi, które pokazują zakres świadczenia usług turystycznych światowej klasy (Crotti, Mishari, 2015). Rysunek 2 przedstawia poziom otwartości międzynarodowej Mauritiusu i Egiptu. Dane otrzymano przez porównanie otwartości omawianych państw z dwoma innymi krajami afrykańskimi – Tanzanią i Botswaną.



Rysunek 2. Liczba umów dwustronnych i misji dyplomatycznych

Źródło: Consulate of the Republic of Tanzania (2018), Embassy Pages (2018a, 2018b, 2018c, 2018d), Embassy of Republic of Botswana Washington DC (2018), International Model United Nations Organisation (2018a, 2018b, 2018c, 2018d), Passport and Immigration Office (2018)

W zestawieniu uwzględniono Tanzanię i Botswanę, pomimo że nie plasują się one wśród osiemdziesięciu krajów z najlepszymi wynikami w turystyce, jednak udało im się trafić do pierwszej setki w latach 2015–2019. Zostały one wybrane, aby pokazać jasny obraz różnic w zakresie otwartości międzynarodowej pomiędzy państwami osiągającymi najlepsze rezultaty i tymi, których wyniki są bardziej umiarkowane.

W skrócie – rysunek 2 pokazuje, że zarówno Mauritius, jak i Egipt charakteryzują się większą otwartością międzynarodową niż pozostałe dwa kraje w zestawieniu – wniosek: należy dążyć do osiągnięcia dobrej pozycji konkurencyjnej w turystyce, ponieważ może to przyciągnąć więcej odwiedzających. Z wyjątkiem konsulatów mieszczących się w danym państwie oraz organizacji zajmujących się stosunkami

Tabela 4. Strategie konkurencyjności cenowej Mauritiusu i Egiptu

Strategie wdrażane w celu osiągnięcia konkurencyjności cenowej	Mauritius	Egipt
Brak podatku lotniskowego	X	
Touropreatorzy oferujący zniżki na sprzedawane pakiety	X	
Liczne inwestycje w ustanowienie wolnocłowego handlu	X	
Obniżenie cen benzyny poniżej średniej	X	
Zapewnienie usług noclegowych i gastronomicznych w przystępnej cenie		X

Źródło: opracowanie własne autorek.

międzynarodowymi, Egipt i Mauritius znacznie wyprzedzają Tanzanię i Botswanę pod względem międzynarodowej otwartości. Egipt jest liderem, jeśli chodzi o liczbę zagranicznych misji dyplomatycznych oraz misji zagranicznych dyplomatów w kraju. Mauritius z kolei stoi na uprzywilejowanej pozycji z tego względu, że jest państwem wolnym od obowiązku wizowego.

#### 4.3. KONKURENCYJNOŚĆ CENOWA W BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Odwiedzający chętniej wybierają niedrogie destynacje oferujące lepsze usługi (Assaf, Josiassen, 2012). Ten filar mierzy stopień, w jakim takie kwestie, jak: opodatkowanie biletów, opłaty lotniskowe, ceny noclegów, parytet siły nabywczej oraz ceny paliw determinują napływ turystów do danego kraju (Światowe Forum Ekonomiczne, 2017). Poniżej przedstawiono dyskusję na temat strategii konkurencyjności cenowej zastosowanej w obydwu omawianych państwach.

##### Przypadek Mauritiusu

Mauritius nie pobiera podatków lotniskowych od pasażerów korzystających z lotnisk (International Air Transport Association, 2018). Dodatkowo niektórzy touropreatorzy oferują zniżki na lądowe i morskie wycieczki jednodniowe – pakiety te są czasem oferowane we współpracy z liniami lotniczymi. Ponadto w latach 2010–2020 rząd Republiki Mauritiusu zainwestował w rozwój infrastruktury, którego celem było przekształcenie państwa w światowej klasy destynację biznesową oraz dla osób poszukujących wypoczynku i możliwości zakupów wolnocłowych (Dieudonné, 2012). Z tego powodu turyści mogą zaoszczędzić do 15%, robiąc zakupy w około tysiącu zarejestrowanych sklepów położonych na terenie całego kraju (Shopping Mauritius, 2019). Co więcej, według Global Petrol Prices (2022) w kwietniu 2022 r. ceny benzyny w Mauritiusie były niższe niż średnie ceny benzyny na świecie.

##### Przypadek Egiptu

Egipska turystyka, dzięki wprowadzeniu niższych cen, a także poprawie bezpieczeństwa, wyszła w końcu z kryzysu spowodowanego wydarzeniami z 2011 r., kiedy odnotowała spadek liczby przyjezdnych. Liczba turystów, którzy odwiedzili Egipt w pierwszym kwartale 2018 r., wzrosła o 30% w porównaniu z rokiem poprzednim, natomiast dane branżowe wskazują, iż wskaźnik obłożenia hoteli osiągnął najwyższy poziom od 2010 r. (Saleh, 2018). Krajowi udało się wypromować jako destynacja plażowa na każdą kieszeń, szczególnie wśród klientów z Europy (Vignal, 2010). Ponadto egipska branża hotelarska wspiera turystykę, zapewniając gościom niecodzienne doświadczenie luksusu w przystępnej cenie (Oxford Business Group, 2018a). Na przykład zmiany społeczne i technologiczne wywarły wpływ na egipski przemysł spożywczy w ten sposób, że wy mogły szybką dostępność usług gastronomicznych online, które cały czas gwałtownie się rozwijają (Alaa El-Din, 2020).

Co więcej, w swoim dążeniu do utrzymania rozsądnych cen więksi dostawcy jedzenia optują za zakupem dóbr spożywczych poza krajem, aby utrzymać wysoką jakość oraz zagwarantować niezakłócony przepływ towarów. Egipscy pośrednicy i dystrybutorzy sprzedają mniejsze ilości produktów lokalnym sprzedawcom, co z kolei obniża koszty (El-Habbal, Tate, 2017). Tabela 4 przedstawia porównanie obydwu państw w zakresie dążenia do osiągnięcia konkurencyjności cenowej w turystyce.

Jak wynika z tabeli 4, Egipt w porównaniu z Mauritusem nie włożył wiele wysiłku w opracowanie strategii konkurencyjności cenowej. Mauritius z kolei wprowadził w życie takie rozwiązania, jak: ulgi podatkowe, zniżki dla klientów oraz umiarkowane ceny paliwa.

#### 4.4. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ ŚRODOWISKA

Ten filar odnosi się do roli, jaką odgrywa środowisko naturalne w tworzeniu atrakcyjnej destynacji turystycznej; co do zasady – jakakolwiek szkoda poczyniona

na zasobach naturalnych niszczy branżę turystyczną (Tang, 2015). Filar służy do oceny zakresu, w jakim takie kwestie, jak: przepisy i polityka dotyczące ochrony środowiska naturalnego, zrównoważony rozwój turystyki, liczba ratyfikowanych traktatów oraz zarządzanie bioróżnorodnością, przyczyniają się do rozwoju destynacji oraz osiągania lepszych wyników przez sektor turystyczny (Crotti, Mishari, 2015).

### Przypadek Mauritiusu

Mauritius od dawna wspiera wprowadzanie w życie przepisów związanych z ochroną środowiska. Według Ministerstwa Środowiska, Gospodarki Odpadami Stałymi i Zmian Klimatu (Ministry of Environment, Solid Waste Management and Climate Change of Mauritius, 2007) w celu skutecznego wdrożenia polityki środowiskowej w 2007 r. zastosowano następujące instrumenty:

- Dobrowolne umowy, zasady postępowania oraz działania praktyczne aktywnych sektorów, które zobowiązują się poprawić swoje praktyki środowiskowe ponad obecne wymagania prawne.
- Zalecanie organizacjom właściwym do spraw ochrony środowiska decentralizacji działań oraz tworzenie środowiska sprzyjającego ich wdrażaniu.
- Opracowanie odpowiedniej struktury nadzoru zgodności z przepisami dotyczącymi ochrony środowiska oraz systemu monitorującego w celu kontroli skuteczności wprowadzonej w życie polityki.
- Opracowanie mechanizmów finansowych nakierowanych na innowacje w obszarze czystych technologii oraz kontroli finansowej małych przedsiębiorstw.
- Rozpoczęcie badań dotyczących bezpiecznych praktyk środowiskowych oraz budowa struktur

pomocniczych dla projektów związanych ze zrównoważonym rozwojem, jak również programów nakierowanych na zwiększenie możliwości kluczowych interesariuszy w zakresie wdrażania przepisów.

- Oferowanie świadczeń dodatkowych mających na celu zmianę zachowań producentów i konsumentów.
- Edukowanie obywateli Mauritiusu na temat środowiskowych działań praktycznych oraz znaczenia ochrony środowiska naturalnego.

Ponadto Ustawa o ochronie środowiska z 2002 r. zapewnia ochronę zasobów naturalnych kraju oraz określa wytyczne dotyczące ich prawidłowego wykorzystywania, dzięki którym będą one mogły jak najdłużej służyć obywatelom i ich działaniom (Ministry of Environment of Mauritius, 2002). Władze Mauritiusu kontynuują opracowywanie przepisów ochrony środowiska, które obejmują minimalizację zanieczyszczenia rtęcią w stomatologii oraz zakaz używania jednorazowych toreb z plastiku (Ministry of Environment, Solid Waste Management and Climate Change of Mauritius, 2020).

### Przypadek Egiptu

Rząd Egiptu rozpoczął działania mające na celu zwiększenie zrównoważonego rozwoju w turystyce (Ramzy, 2013). Wizja ta sprawiła, że władze podjęły takie inicjatywy, jak Sekcja ds. Zielonej Turystyki (Green Tourism Unit), która została pomyślana jako organ zapewniający doradztwo, oraz narzędzia zarządzania, które pomogą w dążeniu do bardziej zielonej turystyki. Dzięki temu w 2015 r. 53 hotele w 11 destynacjach w całym Egipcie otrzymały certyfikat „Green Star Hotel”, podczas gdy 13 innych hoteli było wówczas w końcowej

Tabela 5. Strategie zrównoważonego rozwoju środowiska

Strategie wdrażane w celu osiągnięcia zrównoważonego rozwoju środowiska	Mauritius	Egipt
Zmiany w kierunku lepszego egzekwowania praw związanych z ochroną środowiska	X	X
Przeprowadzanie kontroli środowiskowych	X	
Opracowanie mechanizmów finansowych w celu finansowania inicjatyw środowiskowych	X	
Zmiany w kierunku rozwoju badań nad ochroną środowiska	X	
Nagradzanie stosowania praktyk chroniących środowisko	X	
Angażowanie się w rozpowszechnianie informacji na temat działań praktycznych chroniących środowisko	X	
Opracowanie polityki środowiskowej	X	X
Opracowanie dobrowolnych umów dla organizacji, na mocy których zobowiązywałyby się do przestrzegania wymogów prawnych	X	X
Ustanowienie jednostki zajmującej się zieloną turystyką		X
Opracowanie certyfikacji przyznającej obiektom hotelowym zielone gwiazdki		X
Opracowanie właściwych struktur zarządzania – system zdecentralizowany		X

Źródło: opracowanie własne autorek.



fazie audytu, by uzyskać taką certyfikację (Global Sustainable Tourism Council, 2015). Ponadto wiele ośrodków wypoczynkowych w kraju przestrzega zasad zrównoważonego rozwoju i opracowuje metody, które pozwalają zmniejszyć negatywny wpływ turystyki na środowisko naturalne, a jednocześnie zaoferować klientom usługi najwyższej jakości (Ragheb, 2015).

Aby osiągnąć skuteczność w zakresie zrównoważonego rozwoju, Ministerstwo Środowiska przyjęło na siebie rolę nadzorca wprowadzania w życie środowiskowych działań praktycznych. Egipska Agencja ds. Środowiska Naturalnego (Egyptian Environmental Affairs Agency) stanowi organ wykonawczy ministerstwa, zajmujący się ustalaniem polityki krajowej i koordynacją działań związanych z zarządzaniem środowiskiem oraz ponoszący odpowiedzialność za wdrażanie i monitorowanie legislacji dotyczącej ochrony środowiska. W ramach strategii decentralizacji ustanowiono także biura regionalne. W każdym gubernatorstwie zarządzanie środowiskiem zostało zlecone Jednostkom Zarządzania Środowiskiem mieszczącym się w biurze gubernatora i finansowanym ze środków gubernatorstwa /jednostki administracyjnej państwa (Monitoring and Evaluation of International Development, 2010). Tabela 5 przedstawia porównanie strategii wykorzystywanych przez obydwa kraje w celu osiągnięcia zrównoważonego rozwoju środowiska.

Zgodnie z porównaniem zawartym w tabeli 5 obydwa kraje opracowały ustawy, politykę oraz regulacje mające na celu ochronę środowiska, obowiązujące nie tylko w sektorze turystycznym, ale także w innych powiązanych branżach. Literatura przedmiotu wskazuje, że Mauritius i Egipt poszły nieco inną drogą, by zapewnić zrównoważony rozwój środowiska. Egipskie władze poszły dalej – ustanowiły jednostki zielonej turystyki oraz certyfikację przyznającą obiektom hotelarskim zielone gwiazdki.

## 5. WNIOSKI I ZALECENIA DOTYCZĄCE ROZWOJU TURYSTYKI

Niniejsze opracowanie omawia środki, jakie wybrane państwa afrykańskie stosują, by zapewnić efektywność operacji turystycznych poprzez wdrażanie właściwej polityki turystycznej oraz stwarzanie warunków sprzyjających rozwojowi branży. Badanie ujawniło, iż podejścia przyjęte przez Egipt i Mauritius w celu priorytetowego traktowania sektora turystycznego są odmienne, jednak w niektórych obszarach można zauważyć pewne podobieństwa. Międzynarodowa otwartość jest kluczowa dla zapewnienia większego napływu turystów do danej destynacji, obydwa zaś porównywanym państwom udało się osiągnąć dzięki niej

pozytywny wpływ na gospodarkę. Ze względu na fakt, że kraje konkurują ze sobą o międzynarodowych turystów, jest sprawą niezwykle ważną, by zachować ceny na przystępnym poziomie, w wyniku czego uda się przyciągnąć większą liczbę turystów. Odpowiedzialność za tę kwestię nie należy wyłącznie do rządu, sektor prywatny także ma do odegrania ważną rolę w zagwarantowaniu konkurencyjności cenowej danej destynacji. Zauważono również, że władze państwowe pełnią znaczącą funkcję w przyciąganiu podróżnych poprzez ustanawianie odpowiednich struktur, które mogłyby zainteresować prywatnych inwestorów (Crotti, Misrahi, 2015). W niniejszym artykule zidentyfikowano strategię wdrożoną przez Egipt i Mauritius oraz takie, które są wciąż w przygotowaniu, by zapewnić dobre wyniki sektora. Światowe Forum Ekonomiczne (World Economic Forum, 2019) pokazało, że wiele państw afrykańskich nie osiąga spodziewanego efektu i większość z nich plasuje się na pozycji poniżej średniej. Jest więc niezwykle istotne, by wspomóc Afrykę w opracowaniu nowoczesnych strategii, które umożliwią pełne wykorzystanie ogromnego potencjału sektora turystycznego kontynentu. Niniejsze opracowanie może pomóc krajom rozwijającym się, szczególnie tym, które należą do podobnych klastrów gospodarczych, zapoznać się z działaniami, które zostały wprowadzone w życie przez ich odpowiedniki, by zyskać przewagę konkurencyjną. Niewiele uwagi poświęcono samemu problemowi turystyki na kontynencie afrykańskim i osoby, które będą w przyszłości zajmować się podobną tematyką, powinny szerzej zgłębić dynamikę tej dyscypliny.

### 5.1. PRIORYTETOWE TRAKTOWANIE TURYSTYKI

Biorąc pod uwagę pozycję Mauritiusu i Egiptu w rankingu priorytetowego podejścia do podróży i turystyki, można wysnuć wniosek, że opracowanie właściwej polityki turystycznej, za którą idą plany strategiczne, może usprawnić wdrażanie działań w tej gałęzi gospodarki. Ważne jest, by władze pozyskiwały fundusze na operacje turystyczne albo wewnątrz kraju, albo z projektów międzynarodowych, aby zwiększyć ich skuteczność. Zakładanie w branży turystycznej organizacji bądź firm przynajmniej częściowo zarządzanych przez państwo i otrzymujących jasne nakazy również wydaje się przydatne w promocji turystyki, placówki takie mogą pomóc zróżnicować rynek na skalę lokalną oraz międzynarodową. Rządy inwestują znaczne kwoty w promocję swoich państw, by osiągnąć większe zyski z eksportu i przyciągnąć więcej zagranicznych inwestorów oraz turystów (Song, Gartner, Tasci, 2012). Jak wskazują wyniki, marketing i promocja są narzędziami szeroko wykorzystywanymi przez omawiane kraje.

Są to działania, które wspomagają zagraniczne ambasady (za granicą), oraz współpraca z innymi organizacjami, takimi jak zagraniczni touroperatorzy oraz biura podróży. Skuteczna promocja turystyki za granicą ma również miejsce dzięki reklamom w zagranicznych mediach, w tym dzięki stacjom telewizyjnym, podczas wydarzeń sportowych, gdzie może je obejrzeć wiele osób naraz (na przykład podczas mistrzostw świata w piłce nożnej), oraz w wyniku udziału w międzynarodowych wystawach i targach branżowych. Przyciąganie inwestorów zagranicznych do sektora hotelarskiego oraz lotniczego pozwoliło państwom, które zastosowały tę strategię, czasem w połączeniu z ulgami podatkowymi dla inwestorów, uzyskać pozytywne rezultaty. Inne kraje także osiągnęły sukces dzięki ukierunkowaniu się na konkretne państwa docelowe i skupianiu się na takich, które posiadają wysoką kulturę turystyczną (np. Chiny). Jak wskazuje Goral (2016), stopień, w jakim decydenci traktują priorytetowo turystykę, ma duży wpływ na konkurencyjność destynacji.

#### 5.2. OTWARTOŚĆ MIĘDZYNARODOWA

Znaczny przepływ ludzi, dóbr i usług między krajami umożliwił ostatnio zwiększenie kapitału na ogromną skalę (Czaika, Neumayer, 2017), dlatego też sektor turystyczny musi cechować się wysoką otwartością, by odnieść sukces (Goral, 2016). Jak można wywnioskować z wyników badania, strategię, dzięki którym Egipt i Mauritius stały się konkurencyjne, obejmują zawieranie umów dwustronnych oraz członkostwo w organizacjach zajmujących się stosunkami międzynarodowymi, mających siedziby w tychże krajach. Rozszerzanie tego obszaru może pobudzać podróże służbowe, które definiuje się jako wszelkie wyjazdy pracowników w imieniu zatrudniających ich organizacji, w tym spotkania, wyjazdy akwizycyjne, konferencje oraz inne wydarzenia (World Travel and Tourism Council, 2017). Pewne mechanizmy, dzięki którym Mauritius i Egipt osiągnęły sukces turystyczny, można łączyć z działalnością zagranicznych misji i konsulatów w kraju oraz posiadaniem własnych ambasad za granicą. Otwarcie, które umożliwi przyjęcie tej strategii, może zapoczątkować zwiększeniem liczby osób podróżujących do destynacji gospodarzy, natomiast ambasadorzy mogą z łatwością wspomóc marketing turystyczny, przebywając za granicą. Kolejną strategią stosowaną przez obywateli państwa jest uzyskiwanie akceptowalnej otwartości międzynarodowej poprzez rozszerzenie zwolnień z obowiązku wizowego. Badacze związani z turystyką niejednokrotnie wyrażali opinię, że surowe przepisy wizowe mają negatywny wpływ na popyt w branży, co w dalszej perspektywie oddziałuje na całą gospodarkę (Song, Gartner, Tasci, 2012).

#### 5.3. KONKURENCYJNOŚĆ CENOWA

Ustalono, iż wysokość kosztów ponoszonych w danej destynacji ma ogromny wpływ na turystów (Assaf, Josiassen, 2012), dlatego też władze obydwu państw podjęły kroki mające na celu utrzymanie cen na niskim poziomie dzięki wprowadzeniu niewielkich opłat lotniskowych lub ich całkowitemu zniesieniu, a także niskim cenom benzyny ułatwiającym przemieszczanie się po kraju. Wyniki badania pokazują, że utrzymanie przystępnych cen umożliwiły działania sektora prywatnego, na przykład oferowanie przez touroperatorów zniżek, które zwiększają popyt, niewielkich kosztów zakwaterowania oraz wykorzystywanie niskiego sezonu poprzez sprzedaż tanich pakietów turystycznych.

#### 5.4. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ ŚRODOWISKA

Biorąc pod uwagę, że zrównoważony rozwój środowiska odgrywa niezwykle ważną rolę w osiągnięciu przez branżę turystyczną dobrych rezultatów, oraz wyniki omawianych krajów w tym obszarze na tle innych państw, można stwierdzić, iż Mauritius i Egipt są na dobrej drodze do wdrożenia właściwych kroków prowadzących do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju środowiska. Głównymi powodami, dla których należy traktować tę kwestię priorytetowo w branży turystycznej, są: ogromny wpływ, jaki natura wywiera na popyt w sektorze, oraz fakt, iż zasoby naturalne i emisja gazów cieplarnianych oddziałują zarówno na zrównoważony rozwój środowiska, jak i na konkurencyjność turystyczną państwa (United Nations World Tourism Organisation, 2013). Strategie, które umożliwiają sukces w tym zakresie, a które mogą zostać zaadaptowane przez kraje afrykańskie osiągające słabe wyniki, obejmują silne dążenie do egzekwowania przepisów ochrony środowiska, przeprowadzanie kontroli środowiskowych sprawdzających stosowanie się do wymienionych przepisów, finansowanie inicjatyw środowiskowych, zaangażowanie w badania nad ochroną środowiska, by poznać najbardziej palące problemy, które wymagają podjęcia pilnych działań, a także nagradzanie przestrzegania przepisów ochrony środowiska.

Ważne jest, by zauważyć, iż zrównoważonego rozwoju turystyki nie uda się osiągnąć bez wzięcia pod uwagę wyzwań, które stawia przed nami środowisko naturalne, oraz ich globalnego charakteru (Zamfir, Corbos, 2015). Jeśli chodzi o obydwa omawiane kraje, należy stwierdzić, że opracowanie polityki środowiskowej, włączanie działań, mających na celu zawieranie dobrowolnych umów pomiędzy organizacjami, służących przestrzeganiu wymogów prawnych, tworzenie jednostek zajmujących się zieloną turystyką oraz

opracowywanie systemów przyznawania obiektom hotelowym zielonych gwiazdek mocno przyczyniły się do osiągnięcia sukcesu w tym zakresie. Ponadto stworzenie właściwej struktury zarządzania, która umożliwia podejmowanie płynnych działań w branży przez wszystkich zaangażowanych w proces, od decydentów po wdrożeniowców, oraz poszerzenie sojuszy międzynarodowych, aby promować zrównoważony rozwój środowiska, również są strategiami prowadzącymi do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju branży turystycznej.

## REFERENCES/BIBLIOGRAFIA

- Alaa El-Din, M. (2020). *Egypt's online food delivery market to reach \$131m by 2024: Talabat*. Retrieved from: <https://dailynewsegypt.com/2020/11/16/egypts-online-food-delivery-market-to-reach-131m-by-2024-talabat/> (17.05.2022).
- Assaf, A.G., Josiassen, A. (2012). Identifying and ranking the determinants of tourism performance: A global investigation. *Journal of Travel Research*, 51 (4), 388–399. <https://doi.org/10.1177/0047287511426337>
- Aynalem, S., Birhanu, K., Tesefay, S. (2016). Employment opportunities and challenges in tourism and hospitality sectors. *Journal of Tourism and Hospitality*, 5 (6), 1–5.
- Consulate of the Republic of Tanzania (2018). *Visa entry requirements*. Retrieved from: <https://www.za.tzembassy.go.tz/services/category/visa-information> (16.05.2022).
- Crotti, R., Misrahi, T. (2015). *The travel and tourism competitiveness index: Travel and tourism as a resilient contribution to national development*. Cologne: World Economic Forum.
- Crouch, G.I., Ritchie, J.R.B. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, 21 (1), 1–7.
- Czaika, M., Neumayer, E. (2017). Visa restrictions and economic globalisation. *Applied Geography*, 84, 75–82. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2017.04.011>
- Dayananda, K.C. (2014). Tourism employment: Opportunities and challenges in Karnataka – special reference to Kodagu district. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 9 (11), 1–11.
- Dieudonné, A.J.K.M. (2012). *How tour operators promote Mauritius as a tourist destination*. Unpublished bachelors thesis. Turku, Finland: Turku University of Applied Sciences.
- Dwyer, L., Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6 (5), 369–414. London: Routledge. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Egypt Independent (2018). *Egypt to launch new tourism promotion campaign on National Geographic in April*. Retrieved from: <https://egyptindependent.com/egypt-launch-new-tourism-promotion-campaign-national-geographic-april/> (16.05.2022).
- El-Habbal, I., Tate, B. (2017). *Egypt food service-hotel restaurant institution: Recovering tourism industry bodes well for HRI suppliers*. Retrieved from: [https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Food%20Service%20-%20Hotel%20Restaurant%20Institutional\\_Cairo\\_Egypt\\_1-21-2018.pdf](https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Food%20Service%20-%20Hotel%20Restaurant%20Institutional_Cairo_Egypt_1-21-2018.pdf) (16.05.2022).
- Embassy of Egypt Washington DC (2018). *The tourism rebound in Egypt*. Retrieved from: [http://www.egyptembassy.net/media/Egypt\\_TourismFactSheet\\_051815c11.pdf](http://www.egyptembassy.net/media/Egypt_TourismFactSheet_051815c11.pdf) (16.05.2022).
- Embassy of Republic of Botswana Washington DC (2018). *Guidelines for completing visa applications*. Retrieved from: <http://www.botswanaembassy.org/page/guidelines-for-completing-a-visa-application> (16.05.2022).
- Embassy Pages (2018a). *Botswana embassies and consulates*. Retrieved from: <https://www.embassypages.com/botswana> (16.05.2022).
- Embassy Pages (2018b). *Egypt embassies and consulates*. Retrieved from: <https://www.embassypages.com/egypt> (16.05.2022).
- Embassy Pages (2018c). *Tanzania embassies and consulates*. Retrieved from: <https://www.embassypages.com/tanzania> (16.05.2022).
- Embassy Pages (2018d). *Mauritius embassies and consulates*. Retrieved from: <https://www.embassypages.com/mauritius> (16.05.2022).
- Faria, J. (2021a). *Contribution of travel and tourism to Gross Domestic Product (GDP) in Mauritius from 2005 to 2020*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1262269/contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-in-mauritius/#:~:text=In%202020%2C%20travel%20and%20tourism,19%20pandemic%20in%20the%20sector> (16.05.2022).
- Faria, J. (2021b). *Employment in travel and tourism as a share of total employment in Mauritius from 2005 to 2020*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/1262276/share-of-employment-in-travel-and-tourism-in-mauritius/> (16.05.2022).
- Garcia, F.A. (2014). A comparative study of the evolution of tourism policy in Spain and Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 11, 34–50. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.03.001>
- Global Petrol Prices (2022). *Mauritius gasoline prices*. Retrieved from: [https://www.globalpetrolprices.com/Mauritius/gasoline\\_prices/](https://www.globalpetrolprices.com/Mauritius/gasoline_prices/) (16.05.2022).
- Global Sustainable Tourism Council (2015). *Green Star Hotel achieves GSTC recognition*. Retrieved from: <https://www.gstcouncil.org/green-star-hotel-achieves-gstc-recognition/> (17.05.2022).
- Goral, R. (2016). Tourism policy and enabling conditions; A comparative analysis related to Mediterranean destinations. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 1 (1), 157–174. <https://doi.org/10.26417/ejms.v1i1.p157-174>
- Government of Mauritius (2020). *Government commitment to rethink Mauritian tourism and its future, states DPM Obeegadoo*. Retrieved from: <http://www.govmu.org/English/News/Pages/Government-committed-to-rethink-Mauritian-tourism-and-its-future,-states-DPM-Obeegadoo.aspx> (17.05.2022).
- Government of Mauritius (2021). *Introduction to the tourism sector in Mauritius*. Retrieved from: <https://tourism.govmu.org/Pages/Tourist%20Sector/Tourism-Sector.aspx#:~:text=The%20growth%20of%20the%20tourism,GDP%20will%20be%20around%203.9%25> (17.05.2022).
- Greenhoot, A.F., Dowsett, C.J. (2012). Secondary data analysis: An important tool for addressing developmental questions. *Journal of Cognition and Development*, 13 (1), 2–18. <https://doi.org/10.1080/15248372.2012.646613>
- Harilal, V., Tichaawa, T.M., Saarinen, J. (2019). “Development without policy”: Tourism planning and research needs in Cameroon, Central Africa. *Tourism Planning & Development*, 16 (6), 696–705. <https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1501732>
- Hashemkhani Zolfani, S., Sedaghat, M., Maknoon, R., Zavadskas, E.K. (2015). Sustainable tourism: A comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 28 (1), 1–30. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2014.995895>
- International Air Transport Association (2018). *Mauritius customs, currency and airport tax regulations*. Montreal: International Air Transport Association.
- International Model United Nations Organisations (2018a). *Botswana*. Retrieved from: <http://www.imuna.org/resources/country-profiles/botswana> (16.05.2022).
- International Model United Nations Organisations (2018b). *Egypt*. Retrieved from: <http://www.imuna.org/resources/country-profiles/egypt> (16.05.2022).
- International Model United Nations Organisations (2018c). *Mauritius*. Retrieved from: <http://www.imuna.org/resources/country-profiles/mauritius> (16.05.2022).



- International Model United Nations Organisations (2018d). *United Republic of Tanzania*. Retrieved from: <http://www.imuna.org/resources/country-profiles/united-republic-tanzania> (16.05.2022).
- Kapur, R. (2018). *Research methodology: Methods and strategies*. Delhi, India: University of Delhi.
- Kozak, M., Baloglu, S. (2012). *Managing and marketing tourist destinations: Strategies to gain a competitive edge*. New York: Routledge.
- Macrotrends (2022a). *Egypt tourism statistics 1995–2022*. Retrieved from: <https://www.macrotrends.net/countries/EGY/egypt/tourism-statistics#:~:text=Egypt%20tourism%20statistics%20for%202019,a%2016.22%25%20increase%20from%202016> (16.05.2022).
- Macrotrends (2022b). *Mauritius tourism statistics 1995–2022*. Retrieved from: <https://www.macrotrends.net/countries/MUS/mauritius/tourism-statistics> (16.05.2022).
- Ministry of Business, Enterprise and Cooperatives of Mauritius (2018). *10 Year Master Plan for SMEs in Mauritius*. Retrieved from: [http://enterbusiness.govmu.org/English/Documents/SME%20Master%20Plan\\_Abridged%20Version\\_FINAL.pdf](http://enterbusiness.govmu.org/English/Documents/SME%20Master%20Plan_Abridged%20Version_FINAL.pdf) (16.05.2022).
- Ministry of Environment of Mauritius (2002). *Environmental policy, institutional and legal framework in Mauritius*. Retrieved from: [https://environment.govmu.org/Documents/eia/eiareports/mct\\_ext/chapt3.pdf](https://environment.govmu.org/Documents/eia/eiareports/mct_ext/chapt3.pdf) (16.05.2022).
- Ministry of Environment, Solid Waste Management and Climate Change of Mauritius (2007). *National Environment Policy*. Retrieved from: <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/mat159334.pdf> (16.05.2022).
- Ministry of Environment, Solid Waste Management and Climate Change of Mauritius (2020). *Work Process – Banning Plastic Bags Regulations*. Retrieved from: <https://environment.govmu.org/Pages/Legislations.aspx> (16.05.2022).
- Ministry of Tourism of Mauritius (2018a). *Customer Charter*. Port Louis: Ministry of Tourism of Mauritius.
- Ministry of Tourism of Mauritius (2018b). *Strategic plan 2018–2021*. Retrieved from: [https://tourism.govmu.org/Documents/publication/STRATEGIC\\_Plan\\_2018-2021.pdf](https://tourism.govmu.org/Documents/publication/STRATEGIC_Plan_2018-2021.pdf) (16.05.2022).
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D.G. (2010). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *International Journal of Surgery*, 8 (5), 336–341. <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2010.02.007>
- Monitoring and Evaluation of International Development (2010). *Evaluation programme approaches to support for the environment in Africa: Egypt case study*. East Sussex: Monitoring and Evaluation of International Development.
- Mowforth, M., Munt, I. (2016). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World*. 4<sup>th</sup> edition. New York: Rutledge.
- Okharedia, A.A. (2017). Promoting tourism in developing economies: Challenges and prospects. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6 (1), 1–11.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2010). *Tourism 2020: Policies to promote competitive and sustainable tourism*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development Publishing.
- Oxford Business Group (2018a). *More hotels being built in Egypt than elsewhere in Africa*. Oxford: Oxford Business Group.
- Oxford Business Group (2018b). *Egypt sees growth in visitor numbers and tourism revenue*. Oxford: Oxford Business Group.
- Passport and Immigration Office (2018). *Visa requirements Mauritius*. Retrieved from: [https://passport.govmu.org/passport/?page\\_id=605](https://passport.govmu.org/passport/?page_id=605) (16.05.2022).
- PricewaterhouseCoopers (2017). *African insights: Hotels outlook: 2017–2021*. Retrieved from: <https://www.pwc.co.za/en/assets/pdf/hotel-outlook2017.pdf> (16.05.2022).
- Ragheb, R.A. (2015). Sustainable tourism development: Assessment of Egyptian sustainable resorts. *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioural, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 9 (12), 4327–4337.
- Ramzy, Y.H. (2013). Sustainable tourism development in AlFayoum Oasis, Egypt. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 175, 161–173. <https://doi.org/10.2495/ECO130141>
- Reda, L. (2018). *Bringing tourists back: A look at initiatives and policies launched*. Retrieved from: <https://www.egypttoday.com/Article/3/44535/Bringing-Tourists-Back-A-look-at-initiatives-and-policies-launched> (16.05.2022).
- Richter, T., Steiner, C. (2008). Politics, economics and tourism development in Egypt: Insights into the sectoral transformations of a neo-patrimonial rentier state. *Third World Quarterly*, 29 (5), 939–959. <https://doi.org/10.1080/01436590802106080>
- Saleh, H. (2018). *Tourists return to Egypt as prices fall and security improves*. Retrieved from: <https://www.ft.com/content/7553fce6-5451-11e8-b3ee-41e0209208ec> (16.05.2022).
- Scott, N. (2011). *Tourism policy: A strategic review*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Shopping Mauritius (2019). *Tax free shopping*. Retrieved from: <https://www.taxfreeshopping.mu/en/tax-free-shopping> (16.05.2022).
- Song, H., Gartner, W.C., Tasci, A.D.A. (2012). Visa restrictions and their adverse economic and marketing implications: Evidence from China. *Tourism Management*, 33 (2), 397–412. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.05.001>
- Southern African Development Community (2020). *SADC Tourism Programme 2020/2030*. Gaborone: SADC.
- Tang, Z. (2015). An integrated approach to evaluating the coupling coordination between tourism and the environment. *Tourism Management*, 46, 11–19. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.001>
- The Global Economy (2022). *Tourist arrivals: Country rankings*. Retrieved from: [https://www.theglobaleconomy.com/rankings/tourist\\_arrivals/](https://www.theglobaleconomy.com/rankings/tourist_arrivals/) (16.05.2022).
- Tourism Economics (2021). *Driving the tourism recovery in Egypt*. Retrieved from: [https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google\\_Egypt\\_Final.pdf](https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Egypt_Final.pdf) (16.05.2022).
- Tourism Victoria (2013). *Victoria's 2020 Tourism Strategy*. Retrieved from: [https://melbourne.org.au/cms\\_uploads/docs/072413\\_briefing\\_note\\_victorias\\_2020\\_tourism\\_strategy.pdf](https://melbourne.org.au/cms_uploads/docs/072413_briefing_note_victorias_2020_tourism_strategy.pdf) (16.05.2022).
- Travis, D. (2016). *Desk research: The what, why and how*. Retrieved from: <https://www.userfocus.co.uk/articles/desk-research-the-what-why-and-how.html> (16.05.2022).
- United Nations Environment Programme (2022). *Finance and Audit (Tourism Fund) Regulations 2003 (G.N. No. 195 of 2003)*. Retrieved from: <https://leap.unep.org/countries/mu/national-legislation/finance-and-audit-tourism-fund-regulations-2003-gn-no-195-2003> (16.05.2022).
- United Nations World Tourism Organisation (2013). *Sustainable tourism for development*. Geneva: World Tourism Organisation.
- Velasco, M. (2016). Tourism policy. In: Farazmand, A. (ed.), *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*. Cham: Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5\\_2674-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5_2674-1)
- Vignal, L. (2010). The new territories of tourism in Egypt: A local-global frontier? *Cybergeo: European Journal of Geography*, 1–23. <https://doi.org/10.4000/cybergeo.23324>
- Walliman, N. (2010). *Research methods: The basics*. London: Routledge Taylor and Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203836071>
- World Economic Forum (2007). *Travel and Tourism Competitive Index Report 2007*. Cologny: World Economic Forum.
- World Economic Forum (2013). *Travel and Tourism Competitive Index Report 2013*. Cologny: World Economic Forum.



- 
- World Economic Forum (2015). *Travel and Tourism Competitive Index Report 2015*. Cologny: World Economic Forum.
- World Economic Forum (2017). *Travel and Tourism Competitive Index Report 2017*. Cologny: World Economic Forum.
- World Economic Forum (2019). *Travel and Tourism Competitive Index Report 2019*. Cologny: World Economic Forum.
- World Tourism Organisation (2019). *Tourism in Africa: A tool for development*. Geneva: United Nations World Tourism Organisation.
- World Travel and Tourism Council (2017). *Travel and Tourism Economic Impact 2019 World*. London: World Travel and Tourism Council.
- World Travel and Tourism Council (2019). *Travel and Tourism Economic Impact 2019 World*. London: World Travel and Tourism Council.
- Zamfir, A., Corbos, R.-A. (2015). Towards sustainable tourism development in urban areas: Case study on Bucharest as tourist destination. *Sustainability*, 7 (9), 12709–12722. <https://doi.org/10.3390/su70912709>
-