

**Оценка туристского потенциала
в сфере халяльного туризма на российском рынке**

В статье рассматривается понятие «халяльного» туризма, примеры наилучших практик в мире, проблемы развития маркетинга «халяльного» туризма, перспективы развития данного сегмента на российском рынке.

Одна из проблем, с которой сталкиваются академики и практики, заключается в определении правильной терминологии, а также надлежащих разъяснений концепций. В настоящее время наиболее распространенными терминами являются «халяльный туризм» и «исламский туризм» [5: 77]. Однако, из-за многодисциплинарного характера рассматриваемого вопроса существуют путаница в отношении этих двух терминов. В результате, термины часто используются взаимозаменяемо исследователями как в концептуальных, так и в эмпирических работах, словно эти два понятия схожи [1: 37]. В нашей статье, мы будем использовать понятие «халяльный туризм». Согласно книге «Законное и запрещенное в Исламе», написанной шейхом Юсуфом аль-Карадави, всемирно признанным исламским ученым и председателем Международного союза мусульманских ученых, термин «халяль» определяется как «то, что разрешено, в отношении чего не существует никаких ограничений, и то, что разрешено законодательно Аллахом» [9: 96]. Поэтому, термин «халяль» означает «разрешенный» согласно учению Ислама. Халяль также является одним из пяти действий (аль-ахкам аль-хамса), которые классифицируют мораль человеческих действий в Исламе. С исламской точки зрения, «халяль», как определено выше, относится к любой практике или деятельности в туризме, которая «допустима» согласно исламскому учению. Таким образом, использование термина «халяль» дает тот же смысл [6: 156].

Согласно данным Глобального индекса мусульманских путешествий (GTMI) 2017 г., который был выпущен Mastercard и Crescent Rating, ожидается, что к 2020 г. расходы мусульманских путешественников вырастут до 220 млрд долл. США, а число мусульманских туристов вырастет со 121 млн в 2016 г. до 156 млн. «Халяльный» туризм является растущим сегментом рынка, с мусульманскими туристами, ищущими направления, отвечающие их потребностям с точки зрения питания, одежды или ритуалов. С растущим средним классом и увеличением располагаемого дохода многие страны – будь то мусульманские или нет – стремятся привлечь этих путешественников. Малайзия, Объединенные Арабские Эмираты, Индонезия и Турция являются одними из ведущих мусульманских направлений. Сингапур, Таиланд и Соединенное Королевство входят в число основных неисламских стран или стран ОИС (Организация Исламского сотрудничества) [8: 105].

Чтобы понять поведение мусульманских туристов, маркетологам нужно изучить сторону спроса: потребности мусульманских путешественников в контексте халяльного туризма. При этом нужно учитывать исламское право, целевых клиентов, место деятельности (мусульман-

ская или немусульманская страна), предлагаемые продукты и услуги и цель поездки [11: 85].

Некоторые немусульманские страны, такие как Япония, Филиппины и Бразилия предложили варианты туристского сценария для мусульманских путешественников. Например, торгово-промышленные палаты Японии и филиппинская Ассоциация туристических агентств организовали семинары для подготовки работников индустрии туризма и рестораторов для удовлетворения потребностей мусульманских туристов. Кроме того, в крупных аэропортах Японии появились молитвенные залы, а рестораны предлагают халяльные блюда [13: 28].

Департамент туризма в России запустил ряд программ и инициатив по развитию не только индустрии экологического туризма, но и индустрии «халяльного» туризма [2: 50].

Другой пример, Федерация мусульманских ассоциаций Бразилии (FAMBRAS) издала 65 000 экземпляров «руководства для мусульманских туристов» – 28-страничный путеводитель, в который включены молитвы, мечети, телефоны экстренных служб и прочая информация для мусульманских болельщиков во время ЧМ-2014 [15: 97].

В Японии стартовал проект, целью которого стало обучение сотрудников индустрии гостеприимства, с целью улучшения понимания потребностей и проблем мусульманских туристов, посещающих Японию [4: 335]. «Халяльное» питание также будет предоставлено для мусульман в Токио на Олимпийских играх 2020 г. Другой передовой практикой в халяль-туризме является город Киото, расположенный в центральной части острова Хонсю, Япония. Сайт города Киото предоставляет мусульманам путеводитель на четырех языках: арабском, английском, турецком и малайском. На сайте также представлен список отелей для данного потребительского сегмента [17: 74].

Несмотря на то, что Таиланд является преимущественно буддийской страной, лишь с большим мусульманским населением на юге, он становится популярным местом для мусульман, в основном из Индонезии, которые ищут доступный отдых и тайскую еду. В Великобритании ожидается рост мусульманских расходов до 4,1 млрд долл. США к 2020 г., даже несмотря на всплеск исламофобских нападений после недавних террористических атак в Лондоне и Манчестере [19: 157].

Учитывая потенциал сектора, важно, чтобы индустрия гостеприимства адаптировалась к меняющимся требованиям «халяль» для удовлетворения потребностей мусульманских туристов. Согласно Crescent Rating, отели и рестораны, предлагающие «халяль» питание, считаются все более привлекательными для мусульманских путешественников.

В рейтинге GTMI отели оцениваются на основании наличия молитвенных помещений, мусульманских туалетов и предложений, связанных с Рамаданом. Многие аэропорты в настоящее время уже предлагают «халяль» питание и молитвенные комнаты [10: 23].

В дополнение к более традиционным онлайн-турагентствам, таким как booking.com или TripAdvisor, стали появляться и мусульманские платформы. Возьмем для примера Halalbooking.com, лондонский рынок для размещения туристов «халяль», который получит доход не менее одного миллиарда фунтов стерлингов к концу 2021 г. [12: 58]. Платформа Bookhalalhomes.com стала ведущим мировым порталом для аренды жилья «халяль». Она отличает себя от Airbnb (онлайн-площадки для размещения, поиска и краткосрочной аренды частного жилья по всему миру), гарантируя «халяль-сертифицированные» услуги, такие как «халяль» питание и наличие молитвенной комнаты. Также разрабатываются приложения для смартфонов [7: 281].

Управление туризма Таиланда запустило приложение, которое помогает мусульманским путешественникам найти «халяльные» продукты и услуги. Оно предоставляет информацию о времени молитвы, вариантах питания и обзорных турах. Другое приложение, HalalTrip, предлагает информацию, связанную с более чем 65 направлениями по всему миру. Также, оно приносит доход, продавая подходящие турпакеты, будь-то сафари во многие страны Африки, поездки по России или шоппинг в Дубай [14: 47].

Проект Ziyarates Fès, начатый в 2008 г. марокканскими властями, направлен на создание сети отелей типа «bb» (кровать и завтрак) в Медине Феса в рамках «халяльного» туризма [16: 205]. Около 30 местных семей принимали туристов в своих традиционных домах в соответствии с исламскими предписаниями.

В последние годы стало расти число отелей в некоторых мусульманских и немусульманских странах, соответствующих шариату. Например, отель Al Mercoz – это полностью «халяльный» отель, расположенный в Таиланде. Данные отели предоставляют мусульманским гостям все услуги, которые соответствуют исламским учениям, халяль, безалкогольные напитки и молитвенный зал с призывом к молитве.

Гостиница Аэростар в Москве является мусульманской, так как одна из кухонь отеля сертифицирована халяль. Отель предоставляет копию Корана, молитвенный коврик и направление Киблы в 20 номерах. Шампунь и мыло в номерах сертифицированы Халяль. Имеются две модельные комнаты: одна для мужчин и одна для женщин [18: 42].

Гостинично-ресторанный комплекс «Ночной Квартал» город Пяти-

горск (СКФО) также предлагает своим постояльцам комнату для намаза с копией Корана, молитвенный коврик и направление Киблы. Ведь наличие мусульманского отеля считается одним из важнейших атрибутов, которые привлекают мусульманских путешественников и побуждают их посетить место назначения [20: 112].

Отели, нацеленные на привлечение данного клиентского сегмента, характеризуются следующими пунктами: сертифицированные халяльные продукты питания, хорошо обученный персонал, женский персонал для женщин, этаж только для женщин/семейный этаж, сеанс для дам в бассейне/тренажерном зале, молитвенный зал [1: 40].

После увеличения числа мусульманских туристов, посещающих Россию в 2017 г., специалисты по туризму страны все более нацелены на развитие халяльного туризма. По данным Федерального агентства по туризму (Ростуризм), Россию в 2017 г. посетило около 9,5 млн мусульман. Российская индустрия туризма открывает все новые направления для «халяльного туризма». Согласно заявлению управления Ростуризма России, Россия крайне заинтересована в улучшении качества данного туристического направления. Как сообщил руководитель Ростуризма Олег Сафонов, совместно с профессионалами туризма они работают над проектом «Русское гостеприимство». Гостиницы, рестораны и кафе получают сертификаты «халяль», большое внимание уделяется обучению гидов и переводчиков в данном проекте.

Согласно Глобальному индексу мусульманских путешествий (GMTI) 2017 года, совместно составленному MasterCard и CrescentRating, Россия заняла 44-е место в рейтинге самых популярных мусульманских туристических направлений. По сравнению с прошлым годом Россия улучшила свои позиции на пять пунктов. MasterCard и CrescentRating, мировой лидер в области «халяльных» путешествий, составили рейтинг 130 стран и сравнили их пригодность для семейного отдыха на основе уровня предоставляемых услуг и удобств, вариантов размещения, маркетинговых инициатив, подключения к рейсам и прибытия посетителей. Среди конкурентных преимуществ халяльного туризма в России, эксперты назвали безопасность, широкую сеть авиамаршрутов и возможность путешествовать всей семьей [3: 47].

По сравнению с более устоявшимися западными платформами, электронная коммерция халяльного туризма на российском рынке все еще находится в зачаточном состоянии. Однако, как мы уже отмечали ранее, это растущий рынок, который необходимо обслуживать. Технология будет продолжать формировать рост сектора, позволяя отельерам, рестораторам и другим представителям сферы туризма и гостеприим-

ства продемонстрировать, что они подстраиваются под «халяльные» потребности данного потребительского сегмента. Там, где соблюдаются требования безопасности и основные халяльные требования, мусульманский туризм будет продолжать расти. Индустрия халяльного туризма в ближайшие годы может стать конкурентоспособной в России.

Библиографический список

1. Гончарова О.В., Халеева С.А. Тенденции в изучении феминистского дискурса и роли гендера в священных текстах ислама // Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования. Материалы II международной научно-практической конференции. Пятигорск, 2018. С. 35-42.
2. Ефимов А.В. Необходимость образовательной деятельности в развитии экологического туризма// Университетские чтения – 2015. Пятигорск: ПГЛУ, 2015. С. 48-52.
3. Кольчугина Т.А. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа в Ставропольском крае: задачи и проблемы функционирования и развития // Современные проблемы сервиса и туризма. 2011. № 1. С. 45-51.
4. Кольчугина Т.А. Анализ проблемы подготовки кадров для гостиничной отрасли и поиск путей ее решения // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2015. № 2. С. 333-336.
5. Battour M, Ismail MN. The role of destination attributes in Islamic tourism. SHS Web of Conferences. Vol. 12. 2014. p.77.
6. Stephenson ML. Deciphering 'Islamic hospitality': Developments, challenges and opportunities. Tourism Management. 2014;40:155-164.
7. Battour M, Battor MM, Ismail M. The mediating role of tourist satisfaction: A study of Muslim tourists in Malaysia. Journal of Travel & Tourism Marketing. 2012;29:279-297.
8. Tourism MF. Understanding the demand and supply sides in the OIC member countries. Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC) Coordination Office. 2016;28:1-112.
9. Алексеева М.А., Белезная В.А. Развитие форм маркетинга и рекламы современного туристского предприятия // Материалы научно-методических чтений «Университетские чтения – 2017». Пятигорск: ПГУ, 2017. С. 96-101.
10. Арзамасцева Г.И., Гончарова Е.Н. Современные подходы в формировании туристского образа территории // Материалы научно-методических чтений ПГЛУ «Университетские чтения – 2015». Пятигорск, 2015. С. 21-25.
11. Барышников Н.В. Профессиональная межкультурная коммуникация: монография. Пятигорск, 2010. 264 с.
12. Газгиреева Л.Х., Бурняшева Л.А. Концептуализация духовно-нравственных проблем современного российского общества: экзистенциально-ценностный аспект: монография. Пятигорск, 2014. 241 с.
13. Газгиреева Л.Х. Теоретико-философское осмысление духовно-коммуникативного бытия современной молодежи // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009. № 6 (49). С. 27-31.

14. Гончарова Е.Н. Современное состояние археологического туризма на международном рынке туристских услуг // Университетские чтения – 2015. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск, 2015. С. 43-47.
15. Гончарова Е.Н., Кольчугина Т.А. Зарождение и развитие туристских образов городов в регионе Кавказских Минеральных Вод // Экономические и гуманитарные исследования регионов. 2016. № 2. С. 95-98.
16. Горбунов А.П. Основы социального менеджмента: учеб. пособие; под ред. д-ра экон. наук, проф. Б.Я. Гершковича. Пятигорск, 1999. 778 с.
17. Ефимов А.В. Возможности обеспечения сбалансированности региональных бюджетов (на примере Ставропольского края) // В сборнике: Университетские чтения – 2015. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск, 2015. С. 71-76.
18. Ефимов А.В. Резервы роста собственных доходов местного бюджета // Финансово-экономические императивы модернизации России. Пятигорск, 2012. С. 35-45.
19. Коргова М.А., Салогуб А.М. История менеджмента: учеб. пособие. Ростов-на-Дону, 2010. 236 с.
20. Срибная Т.А. Анализ потенциала региона Кавказских Минеральных Вод для организации и развития безбарьерного туризма // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. 2018. № 3-4. С. 104-113.