

ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ХАЛЯЛЬ-ТУРИЗМА В КЫРГЫЗСТАНЕ¹

Турдумамбетов Бакыт Усонакунович,

кандидат экономических наук, и.о.доцента, заведующий отделением
«Туристический бизнес и служба гидов» Кыргызско-Турецкого университета «Манас»
<tbakyt@yahoo.com>

THE POTENTIAL OF HALAL TOURISM DEVELOPMENT IN KYRGYZSTAN

Bakyt Turdumambetov, Asst. Prof., PhD in Economics, Head of Department of Travel Business and Tourism Guidance, Kyrgyz Turkish Manas University <tbakyt@yahoo.com>

Abstract

This paper attempts to reveal the essence and content of halal tourism. It analyzes the international experience of halal tourism development; it considers the specific features of infrastructure in halal tourism; also the work consider the basics of planning of a halal tourism with respect to socio-cultural aspects of a destination.

Regarding Kyrgyzstan, the historical premises of modern halal tourism development and socio-cultural and business potential are analyzed.

The primary method of data collection was review of existing literature, and some interviews were conducted too.

According to preliminary data it is possible to conclude that halal tourism in Kyrgyzstan is an infant industry. With appropriate planning this market niche may become a pattern of sustainable tourism, especially with regard to positive influence on local social and cultural traditions and peculiarities.

Keywords: halal tourism, development potential, socio-cultural influence, Kyrgyzstan.

Аннотация

В статье сделана попытка раскрыть сущность и содержание халяль-туризма. Анализируется международный опыт развития, особенности создания инфраструктуры, а также рассматриваются основы планирования халяль-туризма с учетом социокультурных аспектов дестинации. Проанализированы исторические предпосылки развития халяль-туризма в Кыргызстане, социокультурный и бизнес-потенциал.

Основным методом сбора данных является литературный обзор и интервью.

По предварительным данным сегмент халяль-туризма в Кыргызстане находится в стадии зарождения, и при соответствующем планировании данная ниша может стать образцом устойчивого туризма, особенно в отношении положительного влияния на местные социокультурные традиции и особенности.

Ключевые слова: халяль-туризм, потенциал развития, социокультурное влияние, Кыргызстан.

Введение

Термин «халяль-туризм», хотя практически не встречается в русскоязычной научной литературе, давно стал научной категорией в работах западных исследователей. Однако в англоязычной литературе, наряду с понятием «халяль-туризм» (*Halal Tourism*) [1], используются такие термины, как «мусульманский туризм» (*Muslim Tourism*) [2, 3, 4], «исламский туризм» (*Islamic Tourism*) [5, 6, 7], «исламское гостеприимство» (*Islamic hospitality*) [8]. Более того, в сфере международного туристического бизнеса можно наблюдать все более растущее

¹ Основные положения данной работы были обсуждены на I Международном симпозиуме туризма тюркского мира (Турция, Кастамону, 19-21 ноября, 2015).

использование таких терминов, как «отели, соответствующие Шариату» (*Sharia Compliant Hotels*) [9] и «халяльное путешествие» (*Halal Friendly Travel*) [10].

Анализ вышеназванных работ показывает, что термины «мусульманский туризм», «исламский туризм» и «исламское гостеприимство» по сути являются синонимами понятия «халяль-туризм», а «отели, соответствующие Шариату» и «халяльное путешествие» – его производными, то есть практическим воплощением идей халяль-туризма.

Так что же такое халяль-туризм? На основе анализа научной литературы приходим к выводу, что халяль-туризм – это комплекс туристических услуг, предоставляемых верующим-мусульманам в соответствии с Шариатом. При этом термин «халяль» подразумевает дозволенное Шариатом, а последний означает свод правил, норм и поведения человека в соответствии с принципами Ислама, то есть в соответствии с Кораном и Сунной Пророка Мухаммада (с.а.в.).

Спрос на услуги халяль-туризма

По всему миру число отелей, соответствующих Шариату, растет быстрыми темпами. Впервые такие отели появились в арабских и других мусульманских странах, как, например, Малайзия и Турция. Однако эту тенденцию подхватили и такие страны, как Австралия, Великобритания, Сингапур, Таиланд и даже Япония. В этих странах уже вводятся соответствующие поправки в показатели качества сервиса и инфраструктуры [9].

Значит, в мире существует огромный спрос на услуги халяль-туризма, иначе инвесторы не вкладывали бы свои деньги в строительство подобных отелей. Так, согласно данным маркетинговой компании DinarStandard, головной офис которой расположен в США, и компании Crescentrating, головной офис которой находится в Сингапуре, в 2011 г. мусульмане всего мира, не считая затрат на хадж и умру, в туристических целях израсходовали 126,1 млрд. долл. США [10]. Эта цифра составляет 12,3% от всех международных туристических расходов, оценённых Всемирной организацией туризма при ООН в 1 трлн. 34 млрд. долл. США за 2011 г. [11]. Рост расходов мусульман всего мира в туристических целях в 2013 г. составил 7,7% и достиг 140 млрд. долл. США (исключая хадж и умру). Эта цифра составляет 11,6% от всех международных туристических расходов, и, как ожидается, к 2019 г. расходы мусульман на путешествия достигнут 238 млрд. долл. США [12].

Мусульманский рынок путешествий является одним из наиболее быстро растущих сегментов мировой индустрии туризма. Так, например, в 2015 г. было подсчитано 117 млн. мусульманских международных путешественников. По прогнозам к 2020 г. эта цифра вырастет до 168 млн. человек, а расходы на поездки мусульманских туристов превысят 200 млрд. долл. США [13].

Целью большинства мусульманских туристов выступает отдых (в том числе посещение друзей и родственников), на долю которого приходится около 75% от всех мусульманских путешествий. Религиозные путешествия составляют около 10%, что связано в первую очередь с выполнением хаджа и умры. Деловые поездки составляют также около 10% (см. рисунок). Путешествия по медицинским целям или по оздоровительным причинам составляют менее 1% от мусульманского туристического рынка [14].

Основными странами-генераторами туристов-мусульман по данным расходов за 2015 г. были: Саудовская Аравия, Иран, ОАЭ, Катар, Кувейт, Индонезия и Малайзия [11].

Некоторые особенности халяль-туризма

Можно предполагать, что в ближайшие несколько лет туристы-мусульмане совершат настоящий переворот на мировом туристическом рынке. Можно сказать, что будущее мирового туризма во многом будут определять мусульмане, и выиграют те страны и дестинации, которые смогут приспособиться к многочисленным требованиям и запретам Ислама.



Основные цели путешествия мусульманских туристов

Эти требования и запреты определяют особенность мусульманских туристов. Согласно Шариату существует ряд ограничений, касающихся всех верующих. Так, например, мусульманам запрещается употреблять алкогольные и наркотические вещества. Делать все то, что может нанести вред его физическому, духовному здоровью и благосостоянию. В связи с этим существуют также запреты в отношении пищи. Нельзя употреблять свинину, кровь и падаль. Мясо может считаться халяльным лишь в том случае, если животное было убито согласно канонам Шариата. Запрещается также играть в азартные игры. Женщинам нельзя оголяться в присутствии чужих мужчин, и мужчинам запрещено смотреть на чужих женщин. Одним словом, в халяль-туризме нет места гедонизму, характерному обычному массовому пляжному туризму [4].

Наоборот, на наш взгляд, в халяль-туризме присутствуют такие положительные моменты, как употребление здоровой пищи и ведение здорового образа жизни, укрепление семейных уз, бережное, нерасточительное отношение к природе и ее ресурсам в отдельности, уважение прав и обычаев местного населения и т.п., которые вполне соответствуют принципам устойчивого развития.

Отсюда следует, что в халяльных отелях обычно останавливаются и отдыхают только мусульмане, поскольку другие не выдерживают отсутствия гедонизма. Ведь в мусульманских отелях не подают и не продают спиртные напитки. Питание только халяльное. В каждом из этих отелей есть женская территория с бассейнами и ресторанами со своими анимационными программами. Менеджеры и аниматоры должны напрячься в поисках соответствующих Шариату развлечений, поскольку ночные клубы и телевизионные каналы для взрослых однозначно не пригодятся. Даже к музыке есть строгие требования: она не должна быть соблазнительной и/или вызывающей [8]. Для мужчин также есть отдельные территории с бассейнами, где проводятся игры в водное поло, волейбол, футбол и т.п. В каждом из этих отелей есть своя мечеть или же небольшое специальное место, где можно молиться. В каждом номере должны быть экземпляр Корана, коврики для намаза, четки, указания направления Каабы [9]. В номерах, а в лучшем случае вообще в целом в отеле не должно быть предметов искусства, изображающих людей и животных [8]. Номера и санузлы в них должны быть запланированы таким образом, чтобы человек смог справиться свои естественные физиологические потребности лицом не в сторону Каабы. Также приветствуется наличие биде [9].

Как показывает мировая практика, персонал таких отелей также должен состоять преимущественно из верующих-мусульман. Следовательно, одежда персонала должна быть хотя бы консервативной, если не мусульманской. Другими словами, приветствуется исламский дресс-код. Более того, даже источники финансирования мусульманских отелей должны соответствовать принципам исламского финансирования [9, с. 8; 248].

Халяль-туризм в Кыргызстане: возможности, ресурсы, проблемы и перспективы

В Центральной Азии, как и в Кыргызстане, пока нет ни одного отеля, соответствующего вышеперечисленным требованиям, хотя большинство, почти 90% населения в этих странах, считается мусульманами. Это связано как с недавним коммунистическим прошлым, так и с острым дефицитом инвестиций в диверсификацию экономик, включая туристическую отрасль. Тем не менее растущий международный спрос диктует необходимость развития в Кыргызстане халяльного туризма как сегмента духовно-религиозного туризма, выделенного одним из трех приоритетных видов, наряду с экотуризмом и туризмом на Великом Шелковом пути [15, с.125].

Примечательно, что Кыргызстан занял 25 место в рейтинге 130 стран-дестинаций для халяль-туризма, хотя соседний Казахстан занял 16 место [13, с.29]. Кстати, первые три места в этом рейтинге занимают Малайзия, ОАЭ и Турция [13, с.13].

Однако ниша в Кыргызстане абсолютна пуста. Есть 2-3 пансионата на Иссык-Куле, которые в своих рекламных материалах пишут, что они халяльные, однако нам удалось побывать во всех из них: ни один из них не отвечает хотя бы двум из вышеперечисленных требований. Другими словами, они рекламируют себя как халяльные для того, чтобы привлечь, кроме прочих, ещё и верующих мусульман.

Ведь Кыргызстан, кроме природной привлекательности, что является наиболее важным мотивом для туриста-мусульманина при выборе дестинации [2], обладает еще особой исторической мотивацией, поскольку первое исламское государство в Центральной Азии – государство Караханидов – было создано на его территории. Об этом свидетельствуют такие историко-архитектурные памятники, как Буранинский архитектурный комплекс X-XI вв. и Узгенский архитектурный комплекс X-XII вв., мавзолей Шах-Фазиль XI в., Сафед-Булоне, караван-сарай Таш-Рабат XV в. и многие другие культовые мусульманские сооружения тех времен [16].

Еще одним конкурентным преимуществом Кыргызстана в плане развития халяль-туризма может считаться то, что на его территории не запрещена исламская проповедь, то есть даават. Последний, как форма деятельности туриста во время путешествия, также является одним из важных мотивов для туриста-мусульманина при выборе дестинации [2]. К сожалению, в других странах Центральной Азии исламская проповедь запрещена на официальном уровне либо очень ограничена, например, только мечетями.

Между тем в обозримом будущем наиболее ограничивающим фактором развития халяль-туризма в Кыргызстане может стать отсутствие кадров. Хотя с каждым годом в Кыргызстане увеличивается численность молодых мусульман, их уровень образованности в целом и в отношении туризма, в частности, остается, мягко говоря, примитивным. Поэтому необходимо разработать и ввести предмет «Халяль-туризм» в программы факультетов по туризму, для начала хотя бы на уровне курсов по выбору.

Следует обратить особое внимание на подготовку маркетологов для халяль-туризма, поскольку, кроме растущей конкуренции, специфика данного сегмента заключается в необходимости получения знаний по основам исламской религии, а также изучени, наряду с английским, и арабского языка.

Развитие халяльного туризма жизненно важно для Кыргызстана также в плане социально-культурной идентификации. Ведь массовый пляжный туризм, занимающий в настоящее время как в мире, так и в Кыргызстане более половины рынка, обязательно сопровождается отрицательными социальными эффектами – ростом преступности, наркомании и проституции. Чтобы проследить связь пляжного туризма и криминала в Кыргызстане, достаточно изучить, откуда родом и где выросли так называемые «воры в законе» [17].

Даже в плане сохранения местных традиций и обычаев можно привести такой пример: всего лишь полвека назад невозможно было представить картину, где все члены кыргызской семьи, начиная от бабушки и заканчивая снохой, купаются полуголыми в озере. А сейчас, вследствие развития массового пляжного туризма, такая картина стала нормой.

Развитие же халяль-туризма, на наш взгляд, должно привести к сохранению таких исчезающих традиций и обычаев, как уважительное и почтительное отношение к старшему поколению, гостеприимство, посвященность семье и т.п. Эти традиции в свою очередь и определяют национально-культурную самобытность кыргызского народа, отличающую его от массовой западной культуры.

Выводы

Немаловажно, что развитие халяль-туризма также высокодоходное дело, поскольку, например, среди ведущих 20 стран, которые имели наибольший рост расходов на международный туризм в 2005-2015 гг., 25% от этого роста приходится на мусульманские страны-члены Организации Исламского Сотрудничества [10]. Последние являются основными странами-поставщиками мусульманских туристов [13, 14]. Немаловажное значение имеет также внутренний рынок Кыргызстана, где, на наш взгляд, существует латентный спрос на услуги халяль-туризма.

Таким образом, сегмент халяль-туризма в Кыргызстане находится в стадии зарождения, и при соответствующем планировании и инвестировании, особенно в человеческий капитал, данная ниша может стать образцом устойчивого туризма, особенно в отношении положительного влияния на местные социокультурные традиции и особенности.

Использованные источники

1. Battour, M. M., Ismail, M. N., & Battor, M. Toward a Halal tourism market // *Tourism Analysis*. – 2010. – №15. – P.461-470.
2. Battour, M.M., Battor, M.M. & Ismail, M. The Mediating Role of Tourist Satisfaction: A Study of Muslim Tourists in Malaysia // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. – 2012. – №29. – P.3, 279-297 // DOI: 10.1080/10548408.2012.666174.
3. Battour, M. M., Ismail, M. N. & Battor, M. The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice // *International Journal of Tourism Research*. – 2011. – №13. – P. 527-540 // DOI: 10.1002/jtr.824.
4. Jafari, J. & Scott, N. Muslim world and its tourisms // *Annals of Tourism Research*. – 2014. – №44. – P.1-19.
5. Battour, M., Ismail, M. N., Battor, M. & Awais, M. Islamic tourism: an empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia // *Current Issues in Tourism*. – 2014 // DOI: 10.1080/13683500.2014.965665.
6. Henderson, J.C. Islamic Tourism Reviewed // *Tourism Recreation Research*. – 2009. – №34. – P.2, 207-211 // DOI: 10.1080/02508281.2009.11081594.
7. Zamani-Farahani, H. & Henderson, J.C. Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases of Iran and Saudi Arabia // *International Journal of Tourism Research*. – 2010. – №12. – P.79-89 // DOI: 10.1002/jtr.741.
8. Stephenson, M.L. Deciphering 'Islamic hospitality': Developments, challenges and opportunities // *Tourism Management*. – 2014. – №40. – P.155-164 // DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.002> .
9. Henderson, J.C. Sharia-compliant hotels // *Tourism and Hospitality Research*. – 2010. – №10 (3). – P.246-254.
10. Dinar Standard and Crescentrating LLC. Global Muslim lifestyle travel market: landscape and consumer needs study-executive summary, July. Retrieved August 13, 2014 // <http://www.crescentrating.com>.
11. Официальный веб-сайт Всемирной организации туризма при ООН // <http://www.unwto.org>.
12. State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report, Thomson Reuters & DinarStandard, 2015.
13. Global Muslim Travel Index, March 2016, Report, MasterCard & CrescentRating.

14. Muslim Business Traveler Insights, October 2016, Report, MasterCard & CrescentRating.
15. Турдумамбетов, Б.У. Проблемы и перспективы развития туризма в горных условиях Кыргызской Республики. – Бишкек: Алтын-Тамга, 2005.
16. Караев, О. История караханидского каганата (X-начало XIII вв.). – Фрунзе: Издательство «Илим», 1983. – 300 с.
17. Turdumambetov, B. Tourism Development in the Post-Soviet and Post-Revolutionary Country: A Case Study of Kyrgyzstan // International Journal of Liberal Arts and Social Science. – 2014. – №2 (6). – P.73-87.