

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ХАЛЯЛЬ-УСЛУГ В ОТЕЛЕ: ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО РЫНКА

© 2019 А.С. Шныркова*

Практика предоставления халяль-услуг в мировой индустрии гостеприимства и в туризме стремительно развивается. CrescentRating, ведущая организация в сфере халяль-туризма, отмечает ежегодное увеличение числа халяль-путешественников в мире и рост бронирования халяль-туров онлайн. Одной из составляющих халяль-туризма является наличие халяль-услуг в гостиницах. Существуют отличия в предоставлении халяль-услуг отелями в зависимости от их территориальной принадлежности и местной культуры. В Российской Федерации халяль-услуги предлагает ограниченное количество гостиниц. Целью данного исследования является анализ оказания халяль-услуг в российских отелях. Методы исследования включают в себя обзор научной литературы, анализ веб-ресурсов российских отелей, предоставляющих халяль-услуги, и проведение полуструктурированных интервью с экспертами в области халяль-туризма и гостеприимства. Результаты исследования позволили сделать выводы об особенностях предоставления халяль-услуг в российских реалиях.

Ключевые слова: халяль, халяль-услуги, халяль-отель, халяль-туризм, индустрия гостеприимства.

Основные положения:

- ♦ рассмотрены существующие подходы к определению термина “халяль” в индустрии гостеприимства и туризме;
- ♦ систематизированы выделяемые в академической литературе халяль-услуги отелей;
- ♦ выявлены особенности использования российскими отелями собственных медиа для донесения информации о халяль-услугах;
- ♦ определен спектр предоставляемых отелями халяль-услуг.

Введение

Индустрия халяль представлена различными отраслями бизнеса: это производство продуктов питания, животноводство, банковское дело, гостиничный бизнес и туризм. Эксперты оценивают мировой рынок продукции халяль приблизительно в 3 трлн долл. и прогнозируют его ежегодный рост¹.

Развитие индустрии халяль в Российской Федерации было инициировано Советом муфтиев в 2002 г.² Российская Федерация включена в Глобальный индекс мусульманского туризма организацией Crescent Rating как одно из халяль-направлений для мусульманских туристов. CrescentRating - это организация, занимающаяся исследованиями в области халяль-туризма и оценивающая дестинации, основываясь на том, как они удовлетворяют потребности мусульманских туристов³.

Российская Федерация как халяль-дестинация находится на 45-м месте среди стран,

не входящих в Организацию исламского сотрудничества. Согласно рейтингу Crescent Rating, Российская Федерация имеет высокие показатели по следующим критериям: “безопасность и культура”, “благоприятный климат”, “транспортная доступность” и “цифровое присутствие”. Низкие показатели, в свою очередь, получили критерии “доступность мест для совершения молитвы”, “объекты размещения халяль”, “легкость установления контакта”.

Несмотря на то, что Россия не занимает лидирующую позицию в рейтинге, сегмент халяль-отелей, достаточно новый для страны, привлекает практиков гостиничного бизнеса. По данным Центра стандартизации и сертификации “Халяль” Совета муфтиев России, процесс сертификации халяль-отелей в Российской Федерации начался в 2014 г.⁴ Российские отели, ориентированные на предоставление услуг халяль, могут получить от

* Шныркова Анна Сергеевна, ассистент кафедры общего и стратегического менеджмента Национального исследовательского университета “Высшая школа экономики”, г. Москва. E-mail: ashnyrkova@hse.ru.

одной до пяти лун в зависимости от количества услуг халяль, предоставляемых гостям отелей⁵.

Анализ зарубежной и отечественной научной литературы показывает, что халяль-туризм и, в частности, халяль-услуги отелей являются достаточно распространенными объектами научных исследований, в то время как это не находит пока должного отражения в отечественных публикациях. Данное исследование призвано хотя бы частично восполнить этот пробел и ставит целью определение особенностей предоставления халяль-услуг в российских отелях.

Методы

Настоящее исследование было проведено в два этапа. В ходе первого этапа осуществлен обзор академической литературы, были выявлены теоретические подходы к определению термина “халяль”, в частности, в контексте исследовательской тематики в сфере туризма и гостеприимства, проанализирована специфика предоставления халяль-услуг в мировой гостиничной индустрии. Также выделенные в результате литературного обзора халяль-услуги и потребности халяль-туристов были соотнесены между собой и систематизированы. В ходе второго этапа исследования были изучены веб-ресурсы российских отелей, которые предоставляют услуги халяль, и проведены полуструктурированные интервью с экспертами. Экспертами являлись представители отелей, предоставляющих услуги халяль, и туристических агентств, которые предлагают халяль-туры.

Объектом исследования выступали отели, предоставляющие халяль-услуги. Для поиска данных отелей автор исследования использовал официальный сайт HalalGuide. Данный проект, запущенный в 2012 г., представляет собой поисковую систему, с помощью которой можно найти отель, кафе или супермаркет, предлагающие услуги или продукты халяль⁶. Веб-ресурсы отелей, найденных в результате поиска на HalalGuide, были проанализированы на предмет реальности предоставления халяль-услуг. В случае отсутствия данных услуг на сайте отеля и на сайте агрегаторов отелей, где размещена информация об услугах, автор данного исследования уточ-

нял наличие халяль-услуг с помощью звонка или письма в данный отель.

В данной статье используются термины “гостиница” и “номер в средстве размещения”. Согласно ГОСТ Р 51185-2008, гостиница - это “предприятие, предоставляющее услуги размещения и в большинстве случаев услуги питания, имеющее службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг”; номер в средстве размещения - “одна или несколько комнат с мебелью, оборудованием и инвентарем, необходимым для временного проживания”⁷. Также термин “гостиница” в тексте статьи в некоторых случаях заменен на “отель”.

Результаты

За последнее десятилетие категория “халяль” стала популярной темой для исследователей. Термин “халяль” означает “разрешенный”, “допустимый” и обозначает дозволенные, разрешенные для мусульман материальные и духовные предметы и действия⁸. Слово “халяль” также имеет значение “законный” в отношении действий, которые дозволены мусульманам с точки зрения Корана (Священной книги мусульман)⁹. Чаще всего понятие “халяль” ассоциируют с продуктами питания, разрешенными в соответствии с нормами ислама. Продукты питания халяль исключают содержание алкоголя, свинины, крови и мертвечины. Тем не менее, некоторые исследователи отмечают, что принципы халяль включают в себя не только нормы питания, халяль - это образ жизни, касающийся и пищевых привычек, гигиенических стандартов и норм поведения¹⁰. Принципы халяль применимы практически к каждой сфере деятельности мусульман: к питанию, гигиене, взаимоотношениям людей, к финансам, отдыху.

Р. Норафни (2017) отмечает, что индустрия халяль включает в себя три основных сектора: продовольственные товары, непродовольственные товары и услуги. Первый сектор состоит из всех видов продуктов питания и процесса их производства. Непродовольственный сектор халяль специализируется на косметике, фармакологии и одежде. Сектор услуг охватывает финансы, логистику, маркетинг, туризм и гостиничный бизнес¹¹.

Исследователи в области менеджмента и маркетинга в своих работах уделяют внимание изучению особенностей халяль-туризма и гостеприимства. Туризм означает “временные выезды с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания” (Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”)¹².

Райан (2016) определяет халяль-туризм как досуг мусульман, имеющий рекреационные, развлекательные и социальные цели¹³. Эль-Гохари (2016) рассматривает халяль-туризм как подкатегорию религиозного туризма¹⁴. Религиозный туризм - это любая поездка, полностью или частично мотивированная религиозными факторами¹⁵. В отличие от паломничества (хадж и умра), халяль-туризм включает в себя развлекательные, экскурсионные, рекреационные активности, которые не противоречат правилам поведения и нормам, принятым в исламе. Боган и Сарышик (2019) в своей работе рассмотрели подходы исследователей к определению халяль-туризма и также пришли к выводу, что связующим

звеном в дефинициях является соответствие любой деятельности или туристических продуктов исламским нормам¹⁶.

Одной из важных составляющих туризма служит средство размещения, удовлетворяющее потребностям халяль-туристов. Исследователи Октадиана с соавторами (2016) и Нор-Зафир (2015) выделяют следующие категории потребностей халяль-туристов:

- 1) физиологические потребности;
- 2) бытовые потребности;
- 3) религиозные потребности;
- 4) социальные потребности¹⁷.

Интерес представляет соотнесение в научной литературе этих потребностей и халяль-услуг отелей. С этой целью автор настоящего исследования произвел поиск публикаций в базе данных научного цитирования Scopus, используя ключевое слово “halal hotel”. Затем с помощью R-пакета Bibliometrix был произведен анализ полученной выборки публикаций и систематизированы халяль-атрибуты, которые соответствуют выявленным категориям потребностей (см. таблицу).

Рассмотрим подробнее каждую категорию потребностей.

Хендерсон (2010) в своем исследовании отмечает, что удовлетворение физиологических потребностей обеспечивает наличие в

Халяль-услуги отеля

Категория	Халяль-услуги
Физиологические потребности	Продукты питания халяль (завтрак, блюда в ресторане, отдельная кухня халяль) Биде, кумган (кувшин) в ванной комнате
Бытовые потребности	Отсутствие изображений живых существ Средства личной гигиены, не содержащие животного жира и спирта в ванной комнате Информация о близлежащих мечетях, магазинах и ресторанах, предоставляющих продукцию халяль Телеканалы, не содержащие нежелательного контента
Религиозные потребности	Коврик для намаза Коран Кибла Расписание времени молитв Место для совершения молитвы в номере Молельная комната Круглосуточная доставка питания во время Священного поста Рамадан Отсутствие алкоголя на территории отеля Отсутствие алкоголя в номере отеля Возможность выплаты закят
Социальные потребности	Отдельные зоны отдыха для мужчин и женщин (бассейн, спа, салон красоты, пляж) Отдельные женские и мужские этажи Женский персонал для женщин и мужской персонал для мужчин Персонал, знающий исламские нормы и правила поведения Персонал, преимущественно исповедующий ислам Консервативная форма персонала

гостинице продуктов питания халяль, а также биде, кумгана или кувшина в ванной комнате для совершения специального омовения¹⁸.

К бытовым потребностям Нор-Зафир относит средства личной гигиены, не содержащие животного жира и спирта в ванной комнате, и телеканалы, которые не передают запрещенного контента в номере средства размещения¹⁹. Стивенсон и его соавторы (2015) выделяют в данной категории необходимость отсутствия изображений живых существ в гостинице и доступность информации о близлежащих мечетях, магазинах и ресторанах, предоставляющих продукцию халяль²⁰.

Религиозные потребности халяль-туристов выделяет в своем исследовании Дин (1989). Данные потребности включают в себя коврик для намаза, Коран, указание на Киблу (стрелка-указатель в направлении Мекки), расписание времени молитв, четки, место для совершения молитвы (отдельная молельная комната или пространство для совершения молитвы в номере), круглосуточный рум-сервис во время поста Рамадан, отсутствие алкоголя на территории отеля и в номере, возможность выплаты закят в отеле²¹. Исследователи Сайфутдин и другие (2015) также отмечают, что необходимыми элементами категории халяль в номере являются указание направления на Мекку (Кибла) и коврик для намаза²².

Социальные потребности халяль-туристов можно удовлетворить при наличии в помещении отдельных рекреационных зон для мужчин и женщин (бассейн, спа, салон красоты, пляж)²³. Также исследователи отмечают важность наличия персонала, знающего исламские нормы и правила поведения, консервативный дресс-код персонала и преобладание сотрудников-мусульман²⁴. Кроме того, выделяется возможность заселять гостей по гендерному признаку, т.е. формировать номера таким образом, чтобы на этаже были только женщины или мужчины²⁵.

Таким образом, в ходе кабинетного этапа исследования было выделено и систематизировано 22 халяль-услуги. Выявленные услуги были соотнесены с потребностями мусульманских туристов.

На следующем этапе исследования разработанный и представленный выше список халяль-услуг был проанализирован экспертами в области халяль-туризма и гостепри-

имства. Всего было проведено 7 интервью с менеджерами отелей и туристических агентств.

Эксперты отмечают, что наиболее популярными атрибутами халяль у гостей являются: “питание халяль”, “коврик для намаза”, “указатель Кибла” и “биде, кумган (кувшин) в ванной комнате”. В ходе интервью с экспертами были отмечены как необязательные следующие халяль-услуги из числа 22 услуг, обозначенных выше: “возможность питания во время поста Рамадан”, “отсутствие изображений живых существ в номере отеля и на его территории”, “наличие телевизионных каналов, вещающих на восточных языках (арабский и персидский языки)”, “разделение зон отдыха для мужчин и женщин”. Услугу “возможность питания во время поста Рамадан” можно заменить круглосуточной доставкой еды в номер. Предоставление отдельных услуг для мужчин и женщин, по мнению экспертов, затруднительно, но можно организовывать женские и мужские дни в фитнес-клубе и бассейне отеля. У экспертов также вызывает сомнение возможность в российских условиях подбирать “персонал, преимущественно исповедующий ислам” для работы в отелях (такого рода практика вступает в противоречие с российским законодательством). Кроме того, эксперты высказались за невозможность обеспечить “раздельные этажи для мужчин и женщин”. В условиях бизнес-ориентации деятельности отелей “полное отсутствие алкоголя на территории отеля” также представляется нереальным.

Затем автор настоящего исследования обратился к веб-ресурсам российских отелей (сайты отелей, сайты агрегаторов, социальные сети), предоставляющих услуги халяль, с целью выявления соответствия между действительно предоставляемыми услугами и перечнем услуг, обозначенных экспертами отрасли как наиболее значимые халяль-услуги в условиях российского гостиничного бизнеса.

При поисковом запросе на сайте HalalGuide было обнаружено 2 московских отеля, предоставляющих услуги халяль для гостей (“Аэростар”, 4* и “AZIMUT Moscow Olympic Hotel”, 4*), один отель в Санкт-Петербурге (“Шелковый путь”, 3*), 5 отелей в Казани (“Relita-Kazan Hotel”, 4*, “Гольфст-

рим”, 4*, “Korston Club Hotel”, 4*, “Олимп”, 3*, “Bal”, 3*)²⁶.

В результате исследования было выявлено, что московские отели обладают наибольшим количеством халяль-услуг. В “Аэростар” часть номеров оснащена указателем Кибла, ковриком для намаза, Кораном и расписанием времени молитв. В санузлах установлены кумганы, а гигиенические принадлежности не содержат животных жиров и спирта. В отеле расположена отдельная кухня халяль со специальным оборудованием и поварами, прошедшими специальное обучение. В отеле расположены 2 молельные комнаты²⁷.

Отель “AZIMUT Moscow Olympic” предлагает для гостей-мусульман указатель Кибла, коврик для намаза, Коран, четки и расписание времени молитв. Номера отеля имеют достаточное пространство для совершения молитвы. На завтрак гостям предлагают блюда и продукты питания халяль, также существует возможность заказать блюда халяль по запросу. В отеле расположена молельная комната. Сотрудники “AZIMUT Moscow Olympic” проходят специальные тренинги и знакомы с нормами халяль²⁸.

Отель “Шелковый путь”, расположенный в Санкт-Петербурге, предоставляет следующие атрибуты халяль: блюда халяль в ресторане отеля, указатель Кибла, коврики для намаза и экземпляры Корана, биде в ванных комнатах²⁹.

Отели, расположенные в Казани, частично предоставляют услуги халяль. “Relita-Kazan Hotel” оказывает услуги халяль по запросу. Здесь отсутствуют изображения живых существ и алкогольные напитки в мини-баре номера, имеются коврик для намаза, Коран, указатель Кибла. Также есть возможность заказа питания халяль³⁰.

“Гольфстрим” единственный отель в Казани, который предлагает отдельные зоны отдыха для мужчин и женщин. Данная услуга представлена женскими и мужскими днями в фитнес-клубе и бассейне отеля. Помимо этого, в здании отеля расположены мечеть и отдельная молельная комната. Гости отеля могут получить по запросу коврик для намаза³¹.

Отель “Korston Club” предлагает гостям возможность заказа питания халяль, а также проведения банкета и свадьбы с блюдами

халяль³². На сайте отеля “Олимп” расположен сертификат “Халяль”, но в результате поиска конкретные услуги данной категории в отеле не были выявлены³³. Отель “Bal” предоставляет гостям блюда халяль на завтрак, коврик для намаза и Коран по запросу³⁴.

Обсуждение

В результате анализа веб-ресурсов отелей было выявлено, что не все отели предоставляют значимые для гостей халяль-услуги. Все анализируемые отели обещают наличие питания халяль. В большинстве отелей отсутствуют такие значимые для мусульман атрибуты, как биде, кумган (кувшин) в ванной комнате и указатель Кибла.

Также в ходе интервью с экспертами и анализа гостиничных веб-ресурсов было отмечено, что не все отели, предоставляющие услуги халяль, приводят информацию об этом, что может вызвать затруднения у потенциальных потребителей и потерю некоторых сегментов гостей.

С практической точки зрения данное исследование дает четкое понимание значимости халяль-услуг отелей для российских мусульман, составляющих растущий клиентский сегмент. Исследование показало, что наиболее востребованные халяль-услуги - это “наличие питания халяль”, “коврик для намаза”, “указатель Кибла” и “биде, кумган (кувшин) в ванной комнате”. Даже если халяль-услуги не предусмотрены при оснащении номера отеля, необходимо продумать возможность их предоставления по запросу гостя.

Предоставление халяль-услуг в отеле особенно важно в городах, которые традиционно привлекают мусульманских туристов. Например, мечеть “Кул Шариф”, расположенная в Казани, и Соборная мечеть в Москве входят в число ключевых достопримечательностей для туристов, особенно во время религиозных праздников.

Заключение

Таким образом, результаты полуструктурированных интервью с экспертами отрасли и изучение сайтов отелей позволяют сделать следующие выводы.

1. Отели не всегда размещают на сайте информацию о фактически предоставляемых халяль-услугах.

2. В значительном ряде случаев халяль-услуги, выделяемые экспертами отрасли как актуальные для российских потребителей, этими отелями не предоставляются.

3. Существенная часть халяль-услуг, традиционно оказываемых зарубежными отелями, в российских условиях не предоставляются, а также рассматриваются экспертами отрасли как нецелесообразные в российских реалиях.

4. Существует дифференциация в наборе халяль-услуг туристических организаций Москвы, Санкт-Петербурга и Казани. Отели Москвы и Санкт-Петербурга предоставляют расширенный спектр халяль-услуг для потребителей, отели Казани в основном предлагают ограниченный набор услуг.

5. Отели, входящие в выборку, имеют различное количество лун, эксперты отрасли отметили нецелесообразность стремления отельеров получить 4 луны, так как они могут не пользоваться спросом среди гостей.

6. Информирование потребительской аудитории в собственных медиасредствах отелей о представлении широкого спектра халяль-услуг рассматривается в некоторых случаях как фактор риска, поскольку излишняя "халялизация" может негативно сказаться на привлекательности гостиницы для немусульманских потребителей.

¹ К 2023 году рынок халяль-продуктов и мусульманских услуг достигнет \$ 3 трлн / EurAsia Daily. 2019. URL: <https://easaily.com/ru/news/2019/08/20/k-2023-godu-rynok-halal-produktov-i-musulmanskih-uslug-dostignet-3-trln> (дата обращения: 17.09.2019).

² Международный центр стандартизации и сертификации "Халяль" при Совете муфтиев России. URL: <http://halalcenter.ru/>

³ Global Muslim Travel Index-2018 (GMTI). CrescentRating. URL: <https://www.crescentrating.com/> (дата обращения: 28.04.2019).

⁴ Halal Guide. Moscow. URL: <https://halalguide.me/> (дата обращения: 20.04.2019).

⁵ Духовная Л.Л. Сертификация объектов туристской индустрии по программе "Halal Friendly": современный аспект // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 6, № 76.

⁶ Carboni M., Janati M.I. Halal tourism de facto: A case from Fez // Tourism Management Perspectives. 2016. № 19. P. 155-159.

⁷ ГОСТ Р 51185-2008. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200069399> (дата обращения: 01.10.2019).

⁸ Wingett F., Turnbull S. Halal holidays: exploring expectations of Muslim-friendly holidays // Journal of Islamic Marketing. 2017. Vol. 8, № 4. P. 642-655.

⁹ Lowry J.E. Lawful and Unlawful // Encyclopaedia of the Qursbn, Georgetown University, Washington DC. URL: http://dx.doi.org/10.1163/1875-3922_q3_EQCOM_00107 (дата обращения: 01.10.2019).

¹⁰ Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 01.10.2019).

¹¹ Norafni R. Consumer behavior, perception and planning towards halal marketing // Advances in Islamic finance, marketing, and management: an Asian perspective / S. Dilip, M.B. Mutum, R. Mamunur. Emerald, 2017. P. 271-307.

¹² Din K.H. Islam and tourism: patterns, issues and options // Annals of Tourism Research. 1989. Vol. 16, № 4. P. 542-563.

¹³ Ryan C. Halal tourism // Tourism Management Perspectives. 2016. № 19. P. 121-123.

¹⁴ El-Gohary H. Halal tourism, is it really halal? // Tourism Management Perspectives. 2016. № 19. P. 124-130.

¹⁵ Rinschede G. Forms of religious tourism // Annals of Tourism Research. 1992. Vol. 19, № 1. P. 51-67.

¹⁶ Bopan E., Sarээюэк M. Halal tourism: conceptual and practical challenges // Journal of Islamic Marketing. 2019. Vol. 10, № 1. P. 87-96.

¹⁷ См.: Oktadiana H., Pearce P.L., Chon K. Muslim travellers' needs: what don't we know? // Tourism management perspectives. 2016. № 20. P. 124-130; Nor-Zafir M.S. Establishing Shariah-compliance hotel characteristics from a Muslim needs perspective // Theory and Practice in Hospitality and Tourism Research: proceedings of the 2nd International Hospitality and Tourism Conference, 2015.

¹⁸ Henderson J.C. Sharia-compliant hotels // Tourism and Hospitality Research. 2010. Vol. 10, № 3. P. 246-254.

¹⁹ Nor-Zafir M.S. Op. cit.

²⁰ Stephenson M.L., Russel K.A., Edgar D. Islamic hospitality in the UAE: indigenization of products and human capital // Journal of Islamic Marketing. 2010. Vol. 1, № 1. P. 9-24.

²¹ Din K.H. Эслам and tourism: patterns, issues and options // Annals of Tourism Research. 1989. Vol. 16, № 4. P. 542-563.

²² Shariah compliance space planning for hotel room design / S. Saifuddin [et al.] // International Journal of Civil, Environmental, Structural, Construction

and Architectural Engineering. 2015. Vol. 9, № 10. P. 1304-1310.

²³ См.: *Henderson J.C.* Op. cit.; *Мальцева В.М., Тырина Т.Г.* Программы персонализации в индустрии гостеприимства: гостиницы по шариату // Актуальные проблемы науки: от теории к практике: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. РГСУ. Москва, 2016.

²⁴ См.: *Биктимиров Н.М., Рубцов В.А., Мухаметзянов И.М.* Современное состояние халяль-туризма в Республике Татарстан // Современный мусульманский мир. 2017. № 1. С. 1-3; *Birchall L.* Laying down Sharia Law. 2009. URL: <http://www.arabianbusiness.com> (дата обращения: 15.03.2017).

²⁵ *Henderson J.C.* Op. cit.

²⁶ Halal Guide. Moscow. URL: <https://halalguide.me/> (дата обращения: 20.04.2019).

²⁷ Аэростар. URL: <http://www.aerostar.ru/articles/view/31#navbar-меню> (дата обращения: 15.09.2019).

²⁸ Azimut Moscow Olympic Hotel. URL: <https://azimuthotels.com/Russia/azimut-hotel-olympic-moscow/> (дата обращения: 15.09.2019).

²⁹ Шелковый Путь. URL: <http://www.silkwayhotel.ru/> (дата обращения: 15.09.2019).

³⁰ Relita-Kazan. URL: <http://www.relita-kazan.ru/> (дата обращения: 15.09.2019).

³¹ Гольфстрим. URL: <http://www.g-hotel.ru/> (дата обращения: 15.09.2019).

³² Korston Club Hotel. URL: <https://www.korston.ru/kazan/> (дата обращения: 15.09.2019).

³³ Олимп. URL: <http://olymp-kzn.ru/> (дата обращения: 15.09.2019).

³⁴ Val. URL: <https://bal.ruhotel.su/> (дата обращения: 15.09.2019).

Поступила в редакцию 11.11.2019 г.

PROVISION OF HALAL SERVICES AT THE HOTEL: FEATURES OF THE RUSSIAN MARKET

© 2019 A.S. Shnyrkova*

The practice of providing halal services in the global hospitality industry and in tourism is developing rapidly. Crescent Rating, a leading organization in the field of halal tourism, notes an annual increase in the number of halal travelers in the world and an increase in the reservation of online halal tours. One of the components of halal tourism is the availability of halal services in hotels. There are differences in the provision of halal services by hotels depending on their territorial affiliation and local culture. In the Russian Federation, a limited number of hotels offer halal services. The purpose of this study is to analyze the provision of halal services in Russian hotels. Research methods include a review of the scientific literature, analysis of web resources of Russian hotels providing halal services, and conducting semi-structured interviews with experts in the field of halal tourism and hospitality. The results of the study led to conclusions about the features of the provision of halal services in Russian realities.

Keywords: halal, halal services, halal hotel, halal tourism, hospitality industry.

Highlights:

- ◆ existing approaches to the definition of halal in hospitality and tourism industry were considered;
- ◆ halal services of hotels allocated in the academic literature were systematized;
- ◆ the features of own media to convey information about halal services used by Russian hotels were identified;
- ◆ the range of halal services provided by hotels were determined.

Received for publication on 11.11.2019

* Anna S. Shnyrkova, an assistant of the Department of General and Strategic Management of Higher School of Economics, Moscow. E-mail: ashnyrkova@hse.ru.