

• соблюдение «закона необходимого разнообразия» (англ. the Law of Requisite Variety)¹¹;

• дифференцированность, понимаемая как разделение предлагаемых маршрутов по тематике, осуществляемое с учётом представлений о всей совокупности статусно-ролевых характеристик человека в туризме;

• клиентоориентированность, учитывающая в числе прочих различное место клиентов в социальном пространстве, различный уровень престижности, служащий основанием для *статусной культурной самоидентификации* туриста.

Выводы. К работе по освоению и развитию предметно-тематического метода в туристике должен быть привлечен широкий круг ученых, представителей разных наук, «питающих» науку о туризме.

Это экономисты, владеющие основами экономики впечатлений и видящие в туристе Homo eponomicus¹², чей тематический выбор обусловлен экономически [7]. Экономисты должны помочь представить тематические ресурсы и тематическую инфраструктуру каждого региона в свете их рыночных возможностей; произвести экспертную оценку ресурсов, группируемых по тематическому принципу; выявить связи с имиджем проектируемого маршрута (памятники истории и культуры, культура повседневности, обусловленность экономических возмож-

ностей региона его физико-географическими и экономико-географическими условиями), с операционно-функциональным обеспечением региона (транспорт, инфраструктура турбизнеса, социальные аспекты – наличие креативного класса и др., трудовые ресурсы, капитал, поддержка властей региона, их собственный интеллектуальный уровень).

В работе должны участвовать психологи и социологи, дающие рекомендации, сделанные ими на основе анализа социологической структуры личности туриста как Homo sociologicus – нормативных (мировоззрение, мораль, духовное богатство) и функциональных (которыми человек наделен как реальный субъект жизнедеятельности) элементов структуры его личности.

Необходимость объединения усилий представителей различных областей научного знания, теоретическая гетерогенность и методологический плюрализм в подходах к туризму обусловлены междисциплинарной сущностью туристского научного дискурса, что, на взгляд авторов, и продемонстрировала проблема предметно-тематического освоения ресурсов туризма. Совместная аналитическая деятельность не должна привести к механическому суммированию результатов по каждой из областей – лингвистике, социологии, психологии, экономики и

др., она должна осуществляться по схеме перехода от множественности ниш изучения к единой синкретической предметной области. В науке о туризме должно быть сформировано новое в научном отношении междисциплинарное поле.

Такой подход диктуется необходимостью сегодняшнего туристского рынка, вытекающей из жесткой (не только предпринимательской, но и региональной) конкуренции за своего клиента.

Осуществить эту задачу можно посредством создания научного консалтингового центра, который принял бы на себя функции по изучению ситуации в туристской отрасли, по её аналитике.

Результаты работы такого центра должны обеспечить:

- сокращение трудоемкости и общего объема задач управления туристской отраслью, развитием региональных маршрутов (поиск информации, её анализ, интерпретация);

- повышение качества принимаемых решений и оперативности этих решений в области планирования и проектирования;

- разработку рекомендаций по созданию новых объектов – ресурсных и инфраструктурных, заполняющих пустующие тематические ниши;

- повышение контролируемости задач, решаемых при проектировании туристско-экскурсионных программ, актуальных для предложения на существующем рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Предмет // Философская энциклопедия. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/973/ТИРЕДМЕТ (дата обращения: 12.09.2016).
2. Пайн Джозеф Б., Дж. Гилмор. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. М: Вильямс, 2005. URL: http://modernlib.ru/books/gilmor_dzheyms_h/ekonomika_vpечatleniy_rabota_eto_teatr_a_kazhdiy_biznes_sena/read_1/ (дата обращения: 12.09.2016).
3. Шкуропат С.Г. «Литературно-тематические заведения как тренд в индустрии гостеприимства Санкт-Петербурга» // Культурные и духовные доминанты Санкт-Петербурга – важнейшие составляющие развития внутреннего и въездного туризма: сборник трудов [Электронное издание]. СПб.: Д.А.Р.К., 2015. С. 138–149. CD-disk.
4. Гольдман И.Л. Петербургские арт-отели: искусство в гостиничном пространстве // Культура и сервис: технологические перспективы и гуманитарные риски : сб. материалов II Межрегиональной научно-практической конференции 24 сентября 2010 г. СПб. 2010. С. 151–156.
5. Дусенко С.В. Социология туризма: социально-культурный аспект. Автореферат дис. ... на соискание уч. степени док. социолог. н. : 22.00.04. Хабаровск, 2014. 43 с.
6. Луков В.А. Социальное проектирование : учебное пособие. 8-е изд. М.: Изд-во Московского гуманитарного университета : Флинта, 2009. 240 с.
7. Сорочайкин А.Н. Homo eponomicus периода постиндустриального капитализма // Основы экономики, управления и права. 2012. Выпуск № 3 (3). С. 104–107.

УДК 379.85

ЧЕЛОВЕК И ЕГО ПОТРЕБНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ СЕРВИСЕ: ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ И РЕЛИГИОЗНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

MAN AND HIS NEEDS AT THE HOTEL SERVICE: ETHNOCULTURAL AND RELIGIOUS FEATURES

А.В. ГАЙДУКОВ,

доцент кафедры социологии и религиоведения Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, президент Центра религиоведческих исследований «ЭТНА», кандидат философских наук, доцент, г. Санкт-Петербург, a_gaidukov@mail.ru

А.С. СКОБЕЛЬЦЫНА,

доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета, кандидат культурологии, доцент, г. Санкт-Петербург, ska2005@yandex.ru

A.V. GAIDUKOV,

Herzen State Pedagogical University of Russia, Department of Sociology and Religious Studies, the President of the Religious Studies Research Center «ETHNA», Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Saint Petersburg, a_gaidukov@mail.ru

A.S. SKOBELTSYNA,

Saint Petersburg State Economic University, Department of Hotel and Restaurant Business, Candidate of Culturology, Associate Professor, Saint Petersburg, ska2005@yandex.ru

¹¹ Закон касается знания менеджерами как всего спроса, фигурирующего в занимаемой фирмой рыночной нише, так и рынка ресурсов города – тематического разнообразия предложений, необходимых и достаточных для раскрытия образа города, для постижения особенностей его культурного пространства. Результаты, полученные исследователями США при изучении разных туристских территорий, говорят, что наибольшей популярностью у туристов пользуются территории с большим разнообразием ландшафтных зон.

¹² Homo eponomicus (лат.): 1) человек с высокой экономической интуицией и познаниями, принимающий оптимальные варианты экономических решений; 2) «экономический» человек, действия, поведение которого определяются в основном факторами экономической природы.

АННОТАЦИЯ.

В статье рассматриваются проблемы адаптации предприятий индустрии туризма и гостеприимства под разнообразные потребности гостей, в частности, те, которые обусловлены этнокультурными особенностями и религиозными предписаниями. Необходимость реструктурировать предприятия сервиса под эти требования связана с ростом въездного турпотока в Россию и заинтересованностью российского бизнеса в расширении географии въездного туризма.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА.

Въездной туризм в России, потребности человека, гостиничный бизнес, индустрия туризма и гостеприимства, China Friendly, India Friendly, Halal Friendly, Kosher Friendly.

ABSTRACT.

The article considers the problems of adaptation of tourism and hospitality industry enterprises for a variety of guests' needs, in particular those that are due to the ethnocultural peculiarities and religious regulations. The need to restructure the service enterprises under these regulations is related to the growth of tourist arrivals in Russia and the interest of the Russian business in the expansion of the inbound tourism geography.

KEYWORDS.

Inbound tourism in Russia, human needs, hotel business, tourism and hospitality industry, China Friendly, India Friendly, Halal Friendly, Kosher Friendly.

В современном многополярном мире представители разных стран и народов путешествуют за многие километры от места своего проживания. Некоторые из них легко адаптируются в любом месте, другие же испытывают неудобства, связанные с удовлетворением элементарных базовых потребностей в еде, сне, гигиене, безопасности, специфика которых обусловлена этнокультурными традициями, религиозными предписаниями, сословной, профессиональной и др. принадлежностью человека.

Подчас отсутствие привычного комфорта становится непреодолимым препятствием для путешествий. Некоторые религии, например, ислам или иудаизм, строго регламентируют ежедневную повседневную жизнь верующих. Многие культуры воспитывают особенные традиции питания. Соответственно, предприятия сервиса, в т.ч. гостиницы, желая расширить свои целевые аудитории, могут предложить представителям разных культур и религий некоторые специфические виды сервиса.

Гостиничная индустрия Санкт-Петербурга летом 2016 г. переживала подъем. По оценке

JLL, загрузка отелей Петербурга всех сегментов в июне 2016 года была самой высокой за 5 лет [1]. Ожидается продолжение роста турпотока, загрузки отелей и тарифов. По данным Комитета по туризму к концу 2016 г. Петербург посетят до 6,7–6,8 млн туристов, это на 300 тыс. человек больше, чем в прошлом году.

По данным Федерального агентства по туризму в 2015 году в Россию въехало 26 852 000 иностранных граждан. Ниже показано число прибывший граждан некоторых стран (таблица 1).

Ниже в таблицах представлены цифры 2015 года, показывающие количество въездов в Россию из регионов Китая, Индии и некоторых исламских государств.

Кроме этнических особенностей важную роль играют и религиозные потребности. Однако важно разделять повседневные и рекреационные потребности человека, обусловленные его религиозной принадлежностью и религиозные устремления, осуществляемые в процессе паломничества, «предполагающие преодоление определенных трудностей, во имя духовных ценностей», когда «паломники выдвигают

гораздо меньше требований к уровню и качеству обслуживания» [4], могут проводить ночь в автобусе, в молитвах, игнорируя возможности гостиничного бизнеса и, как правило, не обеспечивая его прибыльности. Паломническим туризмом занимаются специализированные паломнические службы, ориентирующиеся на другой уровень требований и прибыли, поэтому этот сегмент будет обойден в данной статье, где авторы будут говорить о странах и регионах, этнокультурные и религиозные традиции которых уже сейчас оказывают влияние на сервис предприятий индустрии гостеприимства.

China Friendly

Во-первых, это Китай. В Санкт-Петербург в 2016 г. уже пришло китайцев больше, чем в прошлом году. К концу года турпоток из Китая в Северной столице может достигнуть порядка 3 млн чел. [5]. По данным Туристической ассоциации «Мир без границ», въездной турпоток из Китая в Россию с 2010 по 2015 г. увеличился более чем в 4 раза: с 158 тысяч в 2010 г. до 677 тысяч в 2015 году.

Именно ассоциация «Мир без границ» инициировала в 2014 г. и чуть позже зарегистрировала программу «China Friendly» [6], суть которой заключается в адаптации предприятий сервиса к потребностям туристов из Китая. Участники программы – гостиницы, рестораны, музеи, экскурсионные бюро, предприятия торговли и др.

Как отмечает ассоциация «Мир без границ», более 100 млн китайских туристов ежегодно отправляются путешествовать в различные страны мира, но на Россию приходится лишь 1%, и, тем не менее, это третья по посещаемости китайцами страна в Европе. Конечно, Китай – это огромный рынок, и российский бизнес заинтересован в том, чтобы с ним взаимодействовать.

Основные требования к участникам программы «China Friendly» - это возможность оплаты услуг картами национальной платежной системы Китая Union Pay, бесперебойный бесплатный Wi-Fi, обеспечение в гостиницах горячей питьевой водой, переходники для розеток китайского образца, предложение на завтрак в отеле блюд традиционной китайской кухни и палочек для еды. И, конечно, обязательно наличие информации на китайском языке и (или) персонала со знанием китайского языка. Также отели могут предлагать китайскую прессу, привычные для китайцев принадлежности гигиены. В целом – это не сложный и не особо затратный для отеля набор услуг.

Уже сейчас сервис China Friendly представляется в 13 регионах России. В Иркутске первым отелем China Friendly стал «Лазурный берег – Иркутск». Озеро Байкал и окрестности традиционно пользуются популярностью среди

Таблица 1 – Число въездных туристских поездок (тыс.) [2]

2015 г.	
Всего	26 852
из них по странам:	
Польша	1 725
Финляндия	1 416
Китай	1 122
Азербайджан	856
Германия	553
Армения	552
Монголия	378
Киргизия	374
Эстония	357
Латвия	278
Турция	239
Литва	237
США	233
Италия	191
Великобритания	180
Франция	171
Израиль	162
Корея	136
Другие страны	1 655

Таблица 2 – Въезд в Российскую Федерацию за 9 мес. 2015 г. (всего, чел.)

КИТАЙ	1 117 017
ТУРЦИЯ	261 983
ИРАН	74 876
ИНДИЯ	42 542

Таблица 3 – Въезд в Российскую Федерацию за 9 мес. 2015 г. (с целью «туризм», чел.) [3]

КИТАЙ	583 617
ТУРЦИЯ	115 776
ИРАН	33 638
ИНДИЯ	23 304



туристов из Китая. В Уфе отели China Friendly – это Hilton Garden Inn Ufa Riverside и «Президент Отель». Совсем недавно к программе присоединился Мурманск – сертификацию China Friendly прошел отель «Огни Мурманска» [7]. Как отметила руководитель программы «China Friendly» А. Сибиркина: «Адаптация сервиса для китайских туристов важна не только в таких популярных у гостей из КНР городах как Москва и Санкт-Петербург, ведь 45% от 230-тысячного «безвизового» турпотока из КНР в первом полугодии 2016 года пришлось на региональные маршруты» [8].

В Санкт-Петербурге на данный момент в программе China Friendly участвуют четыре отеля (Park Inn by Radisson Пулковская, Park Inn by Radisson Прибалтийская, AZIMUT Отель Санкт-Петербург, «Невский Гранд отель»), семь ресторанов (Jaimie's Italian, ресторан-теплоход Volga-Volga, «Гастрономика», «Ginza», «Capuletti», «Катюша» и «Корюшка»), музей «Гранд Макет Россия», торговый дом ДИТ, салон «Янтарь России».

Halal Friendly

Въездной туризм из мусульманских стран имеет огромный потенциал, мусульмане – это около четверти населения планеты. К 2020 г. по прогнозу экспертов, рынок халяль-туризма составит 150 млн человек с возможностью роста в последующие 5 лет до 200 млн туристов [9]. Согласно последним данным, объем рынка халяль-туризма в 2014 году составил \$145 млрд и его рост составил 4,8%, что выше среднего показателя в 3,8%, который отмечается на мировом туристическом рынке в целом. На сегодняшний день Россия занимает лишь 49-е место в рейтинге стран, удобных для халяль-туризма [10].

Халяль – это то, что разрешено в исламе: повседневные привычки, поведение, питание, религиозные обряды. Мусульманам проблематично отказываться от всего этого в поездках [11]. Примечательно, что сайт Halalbooking предлагает по миру 90 халяль-отелей в 18 странах мира, из них 31 в ОАЭ, 27 – в Турции, 5 – в Испании, 4 – в Индонезии, 3 – в Швейцарии, по 2 – в Азербайджане, Великобритании, Иерусалиме, Малайзии, на Мальдивских островах, в Танзании и в России. Их отличительной чертой стали услуги, связанные с отсутствием алкоголя во всём отеле (78 вариантов), в отдельных ресторанах (2) или в номере (10), а также наличие халяльной пищи: вся еда халяль предлагается в 78 отелях, опции в меню – в 5, по запросу заранее – в 5 и неподалёку – в 78 отелях [12]. Из указанных на сайте отелей российских два – в Москве и Казани.

DP Park Izmailovo Moscow – 4-звездочный отель в Москве официально сертифицирован международным центром стандартизации и сертификации «Халяль» с присвоением категории 4 луны [13]. По запросу в отеле предоставляются молельные комнаты, в номерах имеется направление на Киблу, по запросу предоставляется Коран и молитвенный коврик. В меню отеля имеются халяльные блюда и обеспечивается отсутствие алкоголя в номере (в случае бронирования отеля через HalalBooking.com спиртные напитки из номеров будут убраны). В качестве бонуса предлагается экскурсия в Московскую Соборную мечеть со скидкой 50% [14].

Четырёхзвездочный Gulf Stream Hotel в Ка-



Муфтий Духовного управления мусульман Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона России Р. Панчев, владелец ресторана и отеля М. Аюпов, директор фонда «Петербургский Сабантуй» И. Галиев на открытии отеля «Шёлковый путь», 14.09.2016

зани был полностью адаптирован под формат халяль: в нём не продается алкоголь, подаётся халяльная еда в ресторанах и кафе, имеются халяльные магазины в отеле и в полукилометре от отеля. Купание в бассейне по времени разделено по дням на женское и мужское. Однако в отличие от других отелей, на сайте Gulf Stream Hotel достаточно не просто обнаружить его халяльный статус, что порою вызывает недоумение у гостей, рассчитывавших на отдых с алкоголем. Данное обстоятельство вызвало недовольство некоторых посетителей и уменьшило их количество.

Сейчас в России сертификацию халяльной продукции и услуг осуществляют специализированные центры в Москве, Казани и Петербурге, выпускается журнал «Халяль Глобус» (Halal Globe), семь лет проводится Московская международная Выставка «Халяль» Moscow Halal Expo, а в Татарстане даже разработано приложение халяль-справочника по 23 городам России для Android и iOS. Начало было положено в 2003 г. разработкой первого в истории России и СНГ стандарта «Халяль», на основании которого в 2007 г. был создан Международный Центр стандартизации и сертификации «Халяль» Совета Муфтиев России, а с августа 2016 года под его эгидой стартовал проект «Халяль в гостиничном бизнесе».

Для того, чтобы отели могли предлагать услуги «халяль», Международным центром стандартизации и сертификации «Халяль» разработан стандарт «Услуги халяль в гостиницах и других средствах размещения». Стандарт утвержден Духовным управлением мусульман РФ [15]. Получить текст стандарта могут предприятия размещения, которые подали соответствующую заявку в Центр стандартизации. Составная часть проекта – портал бронирования халяльных гостиниц, запускаемый группой компаний «Вектор».

По аналогии с классической систем «звезд», халяльная система классификации основывается на пяти лунах. Например, для серти-

фиката «одна луна» необходимо оборудовать комнаты без изображений людей и животных, обеспечить гостей расписанием намазов и информацией о близлежащих предприятиях общественного питания «халяль». Отель, сертифицированный под категорию «пять луны» должен оказывать исключительно халяльные услуги и полностью соответствовать нормам ислама. Сертификат соответствия выдается сроком на 1 год. Кроме того, к каждому отелю прикрепляется куратор, который следит за соблюдением гостиничной норм ислама. Возможны периодические внеплановые проверки отеля [16].

В Санкт-Петербурге существует центр сертификации халяльной продукции и услуг, который также может сертифицировать и гостиницы на региональном уровне [17]. В середине сентября 2016 в Санкт-Петербурге открылся первый отель, ориентированный на мусульман – мини-отель «Шёлковый путь» при ресторане «Навруз» на Ленинском проспекте. Отель рассчитан на 17 номеров, включая полулюкс, люкс и двухкомнатный номер-люкс. В отеле «созданы все условия для комфортного проживания туристов-мусульман. В каждом номере предусмотрен указатель направления на Мекку, наличие молельного коврика, а так же правильное расположение кроватей» [18], чтобы не спать ногами в сторону Мекки. По просьбе гостя, ему могут быть предоставлены экземпляры Корана на разных языках (арабский, русский, английский и т.д.), а также Мусульманский календарь. В каждом номере в душевой кабине сделан специальный держатель для душевого шланга на уровне колен (низкий душ), чтобы гостям было удобно производить омовение.

Сертификацию по программе «Халяль-Френдли Стандарт» прошло уже несколько отелей в Москве, Казани, Санкт-Петербурге и других городах, например, Korston Hotel&Mall Kazan, Relita-Kazan Hotel и AZIMUT Moscow Olympic Hotel. Программу поддерживает и Федеральное агентство по туризму.

India Friendly

В сентябре 2016 г. планируется старт в России программы «*India Friendly*» [19]. Инициаторы – Русский Информационный центр в Индии (Мумбаи), Северо-Западное региональное отделение Российского союза туристической индустрии и кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ). Поводом к инициативе стал повышенный интерес к России со стороны туристов из Индии, выразившийся в росте числа заявок в Русский Информационный центр (РИЦ) в Мумбаи на организацию туров в Россию. За текущий год руководителями РИЦ уже было организовано несколько промо-туров для представителей индийских туроператоров и в январе 2016 г. иницирована «Программа по развитию взаимного турпотока между Россией, странами Евразийского Экономического Союза и Индией» [20].

По данным Российского союза туристической индустрии, в 2016 г. некоторые рынки отмечены особо выдающимися результатами по росту въездного туризма в Россию. Это Индия (рост за первый квартал 2016 г. на 56%) и Иран (рост на 100%). В 2015 г. Индия и Иран уже показали прирост на 70% и 106% соответственно [21]. Около 15 млн индийцев ежегодно путешествуют по миру, при этом абсолютные цифры въездов в Россию пока совершенно не впечатляют (таблицы 2, 3).

«Сегодня население Индии достигло 1,25 млрд, и оно стремительно растет. В Индии самая крупная по численности прослойка среднего класса, и эти люди обожают путешествия. По темпу прироста выездного туризма Индия сегодня обгоняет даже Китай. Учитывая, что индийские туристы любят тратить деньги, особенно когда им идут на уступки, дают скидки и бонусы – перед российской экономикой в целом, и туроператорами в частности, открываются огромные возможности», – считает Пареш Навани, управляющий партнер Русского Информационного центра [22].

Российские и индийские туроператоры готовы сотрудничать. Одно из условий – создание комфортных условий пребывания для туристов из Индии. Большинство индийцев исповедуют индуизм. Эта религия также накладывает ряд

предписаний в быту и повседневной жизни, например, запрет на употребление говядины, или полное вегетарианство. А также формирует менталитет индийцев, который необходимо учитывать в общении с ними.

Вот некоторые рекомендации для участников программы «*India friendly*», отелей и ресторанов:

- улыбайтесь, общаясь с индийскими гостями;
- говорите по-английски и предлагайте меню и другие материалы на английском языке;
- предоставьте в номерах электрические чайники, чай, кофе, сахар, сливки и, возможно, печенье;
- обеспечьте индийских гостей бесплатной питьевой водой;
- введите основные блюда индийской кухни в ваше меню, или же предоставьте возможность кейтеринга из индийских ресторанов;
- разнообразьте меню на завтраках блюдами вегетарианской кухни и отметьте эти блюда специальным знаком (как правило, кружок зеленого цвета);
- приветственный напиток при заселении в отель расположит ваших гостей к вам [23].

После официального старта программы «*India friendly*» предприятия индустрии туризма и гостеприимства получат пакет документов, в котором будут перечислены все требования для получения Сертификата соответствия «*India friendly*» уровней А и В.

В Санкт-Петербурге уже достаточно много ресторанов индийской кухни: «Тандури Найтс», «*Namaste*», «*Oh! Mumbai – bar, grill & curry*», «*Go Goa*» и др. или смешанной азиатской кухни. Возможно, скоро появятся и гостиницы со специализированным сервисом для индийцев.

Kosher Friendly

И еще один народ, чрезвычайно строго регламентирующий повседневную жизнь – это иудеи с традициями *кашрута* (или *кошерного питания*).

Список потребностей иудея имеет значительное своеобразие. Например, особенности питания. Еврей не может пренебрегать приемом пищи, т.к. обязан помолиться перед трапезой. В Торе содержатся 4 правила кошерного

питания: не есть плоть живого существа, не употреблять в пищу кровь, не смешивать мясные и молочные продукты («не вари козленка в молоке матери его»), мясо должно быть полностью отделено от жира. Еврей может питаться любой растительной пищей, ограничения касаются только животной пищи. В Торе перечислены все физические признаки животных, мясо которых еврею разрешено есть. Например, из обитающих на суше животных иудеи едят только тех, кто питается растительной пищей или имеет раздвоенные копыта. Из морских тварей еврей может есть только тех, кто обладает плавниками и чешуей, из птиц – всех, за исключением хищников и питающихся падалью.

Правила, касающиеся одежды, весьма строгие и относятся в основном к мужчинам. Одно из важнейших требований – головной убор у мужчины, без которого нельзя сделать более 4 шагов. Женщины должны надевать головной убор лишь в синагоге.

Иудеи бесконечно ценят чистоту. Мужчины и женщины периодически должны посещать микву (бассейн или ёмкость с водой) для ритуального очищения. Постельное белье и полотенца желательно должны меняться каждый день. Также должны быть чистыми и отглаженными шторы. В целом же иудеи любят уют и спокойствие в домашней обстановке.

В гостиничной индустрии в последнее время наблюдается небольшой, но стабильный рост количества отелей для ортодоксальных иудеев. Исходя из еврейских обычаев, в номере гостиницы должно быть тихо, а интерьер должен быть выдержан в спокойных тонах. В *шаббат*, то есть в период соблюдения религиозных запретов в субботу, отель отказывается от использования электронных карт для открытия дверей и переходит на классические ключи, отключаются электрические фотоэлементы, происходит переход на автоматическое освещение, в отелях действуют специальные шаббатные лифты, автоматические останавливающиеся на каждом этаже. Персонал должен быть одет по специальным стандартам. Желательно, чтобы сам персонал или хотя бы управляющий гостиницей были евреями.

В основном, кошерные отели открываются или в исторических еврейских кварталах, или



рядом с ними. Например, в Лондоне известный «Kosher Hotel Croft Court» находится в районе Голдерс-Грин, венецианская гостиница «Giardino Del Ghetto» – на территории Нового гетто.

В обычных российских гостиницах вряд ли возможна организация полного набора указанных услуг для иудеев. Чаше гостиницы предлагают ортодоксальным евреям, например, кошерное питание. Пока в Петербурге, где кошерное питание лично контролируется главным раввином Менахем-Менделом Певзнером, единственным официальным кошерным рестораном является «Лехаим», находящийся на территории Большой хоральной синагоги и обладающий залами на 30, 100 и 200 человек. Также есть «GoldenCafe / Голден кафе» и несколько еврейских ресторанов: «7:40 / Семь Сорок», «Бейрут» и др., при Синагоге работает магазин «Кошер», где можно приобрести кошерные продукты, сувениры и литературу.

Обычно сертификацию и инспектирование кошерных продуктов и отелей проводят специальные организации, отмечающие кошерную продукцию специальным знаком – экшером. В России это экшер – печать Департамент кашрута при главном раввине России по версии ФЕОР. Вопросами специального обслуживания иудеев занимается Большая Хоральная Синагога Санкт-Петербурга, которая регулярно принимает еврейские делегации из разных стран. Расположенные недалеко от Синагоги гостиницы («Премьера», «Александр Хаус») предлагают специальное обслуживание гостям, исповедующим иудаизм (например, кошерное питание, стандартные ключи от комнат в шабат и др.).

Что касается специализированных кошерных отелей, то до последнего времени их в Петербурге не было. Только в 2016 году при синагоге был открыт гостевой дом, получивший сертификацию как кошерный мини-отель «Малон» на 6 номеров, вмещающий всего 14 гостей.

В настоящей статье были рассмотрены примеры организации специального обслуживания на предприятиях сервиса для туристов с ярко выраженными этнокультурными и религиозными особенностями повседневной жизни и быта и попытались обосновать целесообразность усилий предприятий по адаптации сервиса к определенным категориям гостей.

Всё больше предприятий индустрии туризма и гостеприимства приходят к выводу, что возможна и даже необходима дифференциация гостиниц по этнокультурной и религиозной принадлежности, как и по категориям и набору предоставляемых услуг.

Наиболее удобно это осуществить в специализированных мини-отелях, обслуживающих специфические этнорелигиозные культурные особенности. Однако бизнес крупных отелей, ориентированных на широкую аудиторию и на предоставления разнообразных, порою взаимоисключающих услуг, может пострадать от перехода на потребности узкоцелевой аудитории. Возможным выходом из такой ситуации может стать предложение определенного вида услуг, учитывающих этнокультурные и религиозные потребности посетителей не во всём отеле, а в его отдельных частях. Для этого можно порекомендовать:

- обучить персонал особенностям обслуживания посетителей с особыми этно-

культурными особенностями;

- закупить специализированное оборудование, выделить и оборудовать помещения под особые нужды (молитвенные комнаты, отдельные помещения кухни, отдельные зоны для отдыха мужчин и женщин);

- пройти сертификацию (халяль или кошер);
- устроить отдельный вход или проход для размещения мусульман вблизи моленных комнат в отдельном от других посетителей блоке номеров;

- обеспечить возможность разделения зала ресторана раздвижными стенами для недопущения халяльного питания в одном помещении с посетителями, употребляющими алкоголь или носящими нескромную с точки зрения верующих одежду;

- обозначить в рекламе отеля и обеспечить возможность по запросу клиента осуществлять его обслуживание специально обученному персоналу, подобранному по этнокультурному признаку, знающему необходимый язык и одежду в надлежащую одежду;

- соблюдать особые требования при приготовлении халяльной и кошерной пищи.

Крупные отели могут комбинировать ресурсы, обеспечивая максимальное их использование. Так, в России, например, в отличие от халяльного недостаточно развито кошерное мясное производство.

Мир чрезвычайно разнообразен и никогда не будет единым. И это прекрасно, несмотря на то, что создает определенные сложности в организации сервиса, которые при желании легко преодолимы и могут принести существенные дивиденды.

ЛИТЕРАТУРА

1. В Петербурге ожидается дефицит гостиничных номеров из-за небывалого наплыва туристов // Деловой Петербург. 29.08.2016. URL: http://www.dp.ru/a/2016/08/29/Turisti_stolpilis (дата обращения: 16.09.2016).
2. Федеральное агентство по туризму. URL: <http://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 15.09.2016).
3. Федеральное агентство по туризму, раздел статистики URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika> (дата обращения: 15.09.2016).
4. Гайдуков, А.В. Религиозные и культурные сооружения Северо-Запада России как потенциальные объекты проекта «Серебряное кольцо» // Материалы Российской научно-практической конференции «Создание туристско-рекреационной системы «Серебряное кольцо», СПб., Правительство Ленинградской области, 30.06.2004. СПб., 2004. С. 3–7.
5. В Петербурге с начала года приехало рекордное число китайских туристов // Деловой Петербург. 28.04.2016. URL: http://www.dp.ru/a/2016/04/28/V_Peterburg_s_nachala_goda/ (дата обращения: 15.09.2016).
6. Официальный сайт программы China Friendly. URL: <http://chinafriendly.ru/> (дата обращения 18.09.2016).
7. Первый мурманский отель стал China Friendly. Гостиница «Огни Мурманска» готова к приему гостей из КНР. Китайский турист стремится в Арктику. URL: <http://hotelier.pro/news/item/1780-chinafriendly> (дата обращения 18.09.2016).
8. Уфимские Hilton Garden Inn Ufa Riverside и Президент Отель стали China Friendly. URL: <http://hotelier.pro/news/item/1704-chinafriendly> (дата обращения 18.09.2016).
9. Что ждать от халяль-туризма? // Вести Ассоциации туроператоров России. 05.05.2016. URL: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/35462.html> (дата обращения: 15.09.2016).
10. Рынок халяльного туризма вырастет к 2020 г. на 50%, а расходы туристов на 35%. URL: <http://www.pitert.ru/news/rynok-khalyalnogo-turizma> (дата обращения: 15.09.2016).
11. См.: Скобельщина А.С. Религиозные аспекты современного туризма // Вестник Национальной академии туризма. 2013. №1 (25). С. 49–52.
12. Halalbooking: мировой лидер халяль туризма URL: <http://ru.halalbooking.com/holiday/hotel> (дата обращения: 19.09.2016).
13. DP Park Izmailovo Moscow 4*. URL: <http://dedeman.vash-hotel.com> (дата обращения: 15.09.2016).
14. DP Park Izmailovo Moscow 4*: экскурсия в Московскую Соборную мечеть URL: <http://www.dedeman.vash-hotel.com/ekskursiya-v-moskovskuyu-sobornuyu-mechet-so-skidkoi-50> (дата обращения: 18.09.2016).
15. Стандарт SO RMC 410:2014 «Услуги «Халяль» в гостиницах и других средствах размещения», текст выдается по запросу. URL: <http://halalcenter.ru/sertifikatsiya-halal/> (дата обращения: 18.09.2016).
16. Москва, 18 авг. 2016 – РИА Новости. URL: <https://ria.ru/religion/20160818/1474723753.html> (дата обращения: 15.09.2016).
17. СМР запускает проект по сертификации отелей, оказывающих услуги «халяль» // РИА-новости. 18.08.2016. URL: <https://ria.ru/religion/20160818/1474723753.html> (дата обращения 18.09.2016).
18. Центр Халяль Северо-Запад. URL: <http://dum-spb.ru/centr-xalyal-severo-zapad> (дата обращения: 17.09.2016).
19. Halal-guide. URL: <http://halalguide.me/sankt-petersburg/otel/mini-otel-shelkovyy-put> (дата обращения 18.09.2016).
20. Скобельщина А.С., Белякова Е.С., Навани П. India friendly: новый этап в развитии российско-индийских отношений в области туризма и гостеприимства // Проблемы современной экономики. 2016. №3. URL: <http://www.m-economy.ru/index.php?nMiscNum=9> (дата обращения 18.09.2016).
21. Русский информационный центр в Индии разработал инструкцию по работе с индийскими туристами. URL: <http://www.votpusk.ru/news.asp?msg=541480#ixzz4Kigf6zX4> (дата обращения 18.09.2016).
22. Высокий спрос иностранцев на поездки в Россию уперся в проблемы инфраструктуры // Российский союз туристической индустрии, раздел статистики URL: <http://www.rstnw.ru> (дата обращения 18.09.2016).
23. Русский информационный центр в Индии разработал инструкцию по работе с индийскими туристами URL: <http://www.votpusk.ru/news.asp?msg=541480#ixzz4Kih3teiS> (дата обращения 18.09.2016).