



Потенциал исламского туризма в Африке

Р. Беккин¹, А. Шныркова²

¹ Институт Африки РАН, РГПУ им. А.И. Герцена

² НИУ ВШЭ

В статье раскрывается потенциал развития исламского туризма в странах Африки. Авторы рассматривают подходы к разграничению понятий «исламский туризм» и «халяль-туризм», подчёркивая их особенности и составляющие, а также предлагают собственный подход к определению «исламского туризма», который охватывает не только паломничество, но и поездки с другими целями при соблюдении требований шариата. Оценивая потенциал отдельных африканских государств и субрегионов континента для развития исламского туризма, авторы рассматривают динамику туристических потоков, выявляют основные туристические направления и их специфику, определяют наиболее привлекательные страны для путешествующих как с целью посещения святых мест и мест исламского наследия, так и для отдыха и лечения. В настоящее время лидерами по предоставлению *халяль*-туров оказались Марокко, Египет и Южно-Африканская Республика (ЮАР); Тунис обладает потенциалом для развития медицинского туризма; Сенегал и Мали привлекательны наличием объектов исламского наследия. В ходе исследования выявлены основные проблемы развития исламского туризма в Африке: недостаточная развитость туристической и *халяльной* инфраструктуры, наличие проблем безопасности и слабое продвижение туристических услуг среди потенциальных туристов. Авторы приходят к выводу, что популярными *халяль*-направлениями являются не только страны с преимущественно мусульманским населением, но также те, где мусульмане составляют меньшинство. Несмотря на ограничения, связанные с COVID-19 и последующими значительными экономическими потерями в туристическом секторе, в 2023 г. ожидается возвращение к прежним показателям туристических потоков и объёма доходов от туристической деятельности. Всемирная туристская организация продолжает активно поддерживать восстановление и интенсификацию туризма в африканских странах. Развитие *халяльной* инфраструктуры в странах, где представлен исламский туризм, и возникновение его новых направлений будет способствовать общему увеличению доходов от туристической деятельности и популяризации исламского туризма в целом.

Ключевые слова: исламский туризм, *халяль*-туризм, *халяль*, туризм в Африке, Африка, паломничество, религиозный туризм

УДК: 322, 327, 379.85

Поступила в редакцию: 24.12.2021 г.

Принята к публикации: 21.02.2022 г.

После событий 11 сентября 2001 г., по замечанию ряда исследователей, в мире произошла переориентация туристических потоков (Carboni, Perelli, Sistu 2017: 88). Страны с преобладающим мусульманским населением подверглись дискриминации со стороны американских и европейских туристов (Stephenson 2014: 162), что было связано в первую очередь с опасениями за свою безопасность. В то же время туристы-мусульмане стали чаще посещать мусульманские страны. Египет, Ливан, Турция, Бахрейн и Малайзия стали одними из самых популярных направлений среди туристов-мусульман после событий 11 сентября (Al-Hamarneh, Steiner 2004).

Ряд авторов (Battour, Ismail, Battor 2011) называют такую переориентацию «исламизацией» туризма. В научной литературе стали активно употреблять такие понятия как «исламский туризм», «*халяль*-туризм», «мусульманский туризм», «отели по шариату», «*халяль*-отели», «*халяль*-гостеприимство». Слово «*халяль*» (в переводе с арабского – свободный, несвязанный) в исламской юриспруденции означает действия или предметы, разрешённые шариатом. Индустрия *халяль* включает в себя пищевую промышленность, финансы, фармацевтику, туризм, медиа, производство одежды и аксессуаров, косметические продукты и т.д.¹

В данной статье используется термин «исламский туризм», который представляется более точным и универсальным понятием, чем «*халяль*-туризм», поскольку включает в себя не только путешествия, имеющие целью отдых, лечение, культурную или образовательную программу с соблюдением требований шариата, но и паломничество к святым местам. К исламскому туризму можно также отнести так называемый «*халяль*-friendly» туризм. Данный вид туризма включает дополнительные *халяль*-услуги по запросу потребителей, которые обычно предоставляются в отелях. Например, если в отеле продается алкоголь, но в отдельных номерах в мини-баре отсутствуют спиртные напитки, а постояльцам отеля предлагают на выбор *халяль*ную еду, то такой отель можно рассматривать в качестве *халяль*-friendly, а не *халяль*-отеля.

Кризис туристической отрасли, вызванный ограничениями, связанными с распространением COVID-19, затронул и исламский туризм. Ожидается, что ежегодные расходы на туризм сократятся до 58 млрд долларов, но эксперты предполагают, что постепенное возвращение к показателям 2018–2019 гг. может начаться уже с 2023 г.²

В период пандемии коронавируса ряд регионов, где широко представлены услуги исламского туризма, продолжали принимать туристов. С мая 2020 г. в Египте местным жителям было позволено заселяться в отели (заполняемость 25%, с июня – 50%), а с августа 2020 г. было открыто ограниченное междуна-

¹ DinarStandard. 2020. *State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021*. URL: <https://www.salaamgateway.com/reports/state-of-the-global-islamic-economy-202021-report-english-executive-summary> (дата обращения: 26.02.2022)

² Там же.

родное авиасообщение для туристов, направляющихся на курорты провинций Красного моря (Хургада, Марса Алам), Южного Синая (Шарм-эль-Шейх) и Мерса-Матрух³. Также Турция с июня 2020 г. возобновила авиасообщение с несколькими странами. Туристы большинства государств могут въезжать в страну при соблюдении определённых условий (наличие сертификата о вакцинации, отрицательный ПЦР-тест)⁴. Тем не менее в некоторых странах до сих пор сохраняется запрет на въезд. Малайзия сняла ограничения на внутренний туризм с 7 июня 2020 г., но по данным на 7 октября 2021 г. свободный въезд для иностранных туристов был запрещён, а для въезда необходимо было получить разрешение⁵.

Наибольший урон ограничения нанесли тем туристическим агентствам и операторам, которые занимаются организацией хаджа и *умры* (малого паломничества), т. к. Саудовская Аравия значительно ограничила количество паломников в 2020–2021 гг.⁶. Вклад туристической отрасли в ВВП Саудовской Аравии в 2019 г. составлял 9,8% и оценивался в 79,2 млрд долларов США. В 2020 г. данный вид экономической деятельности был оценён в 48,5 млрд, что ниже на 38,8% по сравнению с предыдущим годом. По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC), Саудовская Аравия является одной из стран с самым быстрорастущим сектором туризма: данный результат обусловлен стратегией «Vision 2030», направленной на развитие данного сектора и привлечение иностранных туристов⁷.

В фокусе внимания настоящей статьи находится развитие исламского туризма в странах Африки. Данный вид туризма на этом континенте представлен неравномерно. Несколько стран являются безусловными лидерами в данном сегменте туристического бизнеса: Египет, Марокко и Южно-Африканская Республика имеют наиболее развитую туристическую *халяль*-инфраструктуру (отели, места общественного питания) по сравнению с другими странами региона. Сенегал и Марокко ежегодно привлекают паломников со всего мира с целью посещения объектов исламского культурного наследия. Тунис известен развитой медицинской инфраструктурой и качеством оказания медицинских услуг, что продолжает привлекать иностранных пациентов. К тому же Тунис является

³ COVID-19 pandemic – Egypt. 2021. URL: <https://global-monitoring.com/gm/page/events/epidemic-0001959.el8QFDm-rQAeG.html?lang=en> (дата обращения: 26.02.2022)

⁴ COVID-19 pandemic – Turkey. 2021. *Global Monitoring*. URL: <https://global-monitoring.com/gm/page/events/epidemic-0002011.rF2oFYbwSFzj.html?lang=en> (дата обращения: 26.02.2022)

⁵ COVID-19 pandemic – Malaysia. 2021. *Global Monitoring*. URL: <https://global-monitoring.com/gm/page/events/epidemic-0001965.e0pObPAwg0J3.html?lang=en> (дата обращения: 26.02.2022)

⁶ 3 марта 2020 г. Саудовская Аравия закрыла границы для туристов и паломников. Правительство Саудовской Аравии позволило местным жителям в ограниченном количестве совершать умру с 4 октября 2020 г. В июне 2021 г. для совершения хаджа были допущены только местные жители и резиденты (60 000).

⁷ World Travel and Tourism Council. 2019. *Insights from the Middle East and North Africa Leaders' Forum*. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/Events-Insights%20from%20MENA%20Leaders%20Forum-Oct%202019.pdf> (дата обращения: 26.02.2022)

популярным *халяль-friendly* направлением согласно рейтингу CrescentRating⁸, что может свидетельствовать о наличии потенциала для развития исламских медицинских услуг. Танзания, Кения и Алжир также отмечены в рейтинге как страны, привлекательные для *халяль*-туристов.

Исламский туризм: к вопросу о терминологии

В научной литературе достаточно давно используется термин «религиозный туризм». Связь религии и туризма чаще всего ассоциируется с паломничеством, что является старейшей формой туризма⁹. Религиозный туризм тесно связан и с другими видами туризма, особенно с культурным, рекреационным и социальным (Rinschede 1992: 65). Религиозный туризм не ограничен только совершением паломничества в святые места, но также включает в себя осмотр достопримечательностей страны или города, возможные дополнительные экскурсии и образовательные программы и чаще всего осуществляется в составе группы, что подчёркивает его социальную составляющую (Rinschede 1992: 59–61).

Исламский туризм представляет собой одну из разновидностей религиозного туризма. Исследовательский интерес к нему в академической литературе можно проследить примерно с 1980-х гг. Кадир Дин (Din 1989: 547) отмечает, что в мусульманских странах поощряются путешествия с целью, например, паломничества, а гедонистические формы туризма не приветствуются¹⁰. Также автор вводит понятие «исламский концепт туризма» и отмечает важность следующих условий для мусульманских туристов во время туристической поездки: доступность мест для совершения молитвы, *халяльного* питания, отсутствие алкоголя и неподобающих развлечений (дискотек, казино и др.).

Некоторые исследователи разделяют понятия «исламский туризм» и «*халяль*-туризм». Часть из них считает, что к исламскому туризму относятся поездки исключительно с религиозной мотивацией (Ryan 2016: 121); другие авторы полагают, что поездки не обязательно должны иметь лишь религиозную мотивацию, и к исламскому туризму могут относиться поездки с любой целью и в любые страны, а не только в страны с преобладающим мусульманским населением (Battour, Ismail, Battor 2010: 7-8).

⁸ CrescentRating – арендство, занимающееся оценкой *халяль*-направлений во всем мире, а также сертификацией *халяль*-отелей (см. официальную страницу: URL: <https://www.crescentrating.com/>).

⁹ Olsen D.H. 2015. Religion, Tourism. Jafari J., Xiao H. (eds) Encyclopedia of Tourism. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-319-01669-6_158-1

¹⁰ Сам по себе отдых как цель путешествия не является недозволенным деянием. Жизнь и здоровье человека являются ценностями, защищаемыми исламом. Согласно преданиям, больной человек не в состоянии в полной мере выполнять свои обязанности перед Аллахом и уммой. В связи с этим важно следить за здоровьем и давать отдых организму, чтобы предотвратить болезни или восстановиться после недугов. Путешествие с рекреационными целями в мусульманском праве относится к категории *мубах* (дозволенных). Вопрос лишь в том, чтобы такой отдых не нарушал предписаний шариата.

Джоан Хендерсон (Henderson 2016: 160) отмечает, что исламский туризм включает в себя любую туристическую деятельность, осуществляемую мусульманами. Мишель Карбони, Карло Перелли и Джованни Систу (Carboni, Perelli, Sistu 2014: 2) определяют его как туризм, услуги и атрибуты которого соответствуют исламским принципам и который ориентирован на мусульман, стремящихся сохранить привычный образ жизни во время поездки.

Исламский туризм, как отмечает Крис Райан (Ryan 2016: 121), включает в себя поездки к местам исламской истории и культуры. В свою очередь, Джафар Джафари и Ноэль Скотт (Jafari, Scott 2014: 9) считают, что исламский туризм может включать как паломничество, так и туристические поездки с другими целями.

Хамира Замани-Фарахани и Джоан Хендерсон (Zamani-Farahani, Henderson 2010: 81) не разделяют понятий «исламский туризм» и «*халяль*-туризм» и определяют их как направленный на удовлетворение религиозных потребностей мусульман вид туризма. Мохамед Баттур и Мохаммед Назари Исмаил (Battour, Ismail 2016: 150–151) также отмечают, что данные понятия часто используются синонимично, и определяют *халяль*-туризм как вид туризма, составляющие которого соответствуют исламским принципам и позволяют мусульманам придерживаться привычных религиозных практик и образа жизни во время путешествия.

Крис Райан (Ryan 2016: 121) усматривает в *халяль*-туризме оздоровительные, развлекательные и социальные компоненты. Данный вид туризма отличается тем, что основными потребителями являются мусульмане, и услуги адаптированы под их потребности. М. Акьол и О. Килинч (Akyol, Kiliñç 2014: 5) представляют *халяль*-туризм в виде экосистемы, в которую входят специализированные отели, транспорт (авиалинии), места общественного питания, туры и исламские финансы.

Х. Эль-Гохари настаивает на том, что наиболее оправданным термином является «*халяль*-туризм», в то время как понятие «исламский туризм» может дать ложное представление, что эти услуги адресованы только клиентам-мусульманам (El-Gohary 2016: 127). Данное утверждение, на наш взгляд, не вполне справедливо.

В использовании термина «*халяль*-туризм» в качестве универсального таится определённая опасность. Как отмечает тот же Эль-Гохари, *халяль*-туризм в чистом виде – нечастое явление, и в большом числе случаев можно наблюдать скорее *халяль*-friendly туризм, чем туризм, в полной мере соответствующий требованиям шариата. Так, если отель наряду с *халяль*ными видами услуг, предоставляет те, которые являются недозволенными или не одобряются шариатом, то такой отель нельзя отнести к категории *халяль*ных, но можно охарактеризовать как *халяль*-friendly (El-Gohary 2016: 127–128).

Таким образом, следует различать понятия «исламский туризм» и «*халяль*-туризм». Первое понятие имеет более широкое значение и включает в себя как

собственно религиозные поездки (паломничество – хадж, умра, зийараты¹¹; миссионерские туры), так и путешествия, имеющие целью отдых и/или лечение с соблюдением требований шариата, получение образования и др. Прилагательное «исламский» в данном случае означает, что данный вид туризма базируется на предписаниях шариата, касающихся вопросов поведения мусульман. Таким образом, на практике отдельными услугами в сегменте исламского туризма могут воспользоваться не только мусульмане¹².

В данной статье не употребляется термин «мусульманский туризм», чтобы избежать заблуждения, что этот вид туризма адресован исключительно мусульманам. Не случайно, в истории такого сегмента *халяль*-индустрии, как исламские финансы, сложились два разных понятия: «мусульманский банк» и «исламский банк». В первом случае речь идёт об учреждении, владельцами и основными клиентами которого являются мусульмане. Исламский же банк представляет собой финансовый институт, применяющий в своей работе различные методы финансирования, а его собственникам и клиентами могут быть и немусульмане (Беккин 2020). То же самое касается понятий «мусульманский туризм» и «исламский туризм»: первый относится к путешествиям, совершаемым мусульманами; в то время как второй – это вид активного отдыха, при организации и проведении которого соблюдаются запреты и предписания шариата и обычаев народов, традиционно исповедующих ислам.

Вопрос о том, могут ли немусульмане пользоваться услугами в сфере исламского туризма, заслуживает особого внимания, так как здесь не существует однозначного ответа. В случае с *халяльным* отдыхом действительно никаких ограничений нет. Например, если немусульманин принимает правила, установленные в *халяль*-отеле, то ему не может быть отказано в проживании и пользовании всеми имеющимися услугами; при этом никто не будет принуждать его совершать пятикратную молитву. Однако он должен понимать, что на время совершения намаза некоторые услуги, возможно, окажутся недоступными, а если он окажется в *халяль*-отеле во время поста в месяц Рамадан, то турист должен быть готов к особому режиму питания в ресторане при отеле¹³. Насколько *халяль*-отели востребованы среди немусульман, сказать крайне сложно, так как точных данных по ним нет.

¹¹ Зийарат (араб. *посещение*) – паломничество к могилам почитаемых религиозных деятелей – пророков и святых (аулийа'), сопровождаемое определённым ритуалом. Под зийаратом также понимается само место захоронения.

¹² Н. Невё подтверждает, что исламский туризм не ограничивается только паломничеством, а включает в себя как поездки по религиозным соображениям, так и с рекреационными, культурными, социальными, медицинскими и другими целями. Автор отмечает, что появление термина «исламский туризм» позволяет повысить и переосмыслить значение объектов исламского наследия с местного до международного масштаба. рассматривает особенности «исламского туризма» с экономической, культурной и религиозной сторон (Neveu 2010: 329-330).

¹³ Дискуссионным является вопрос о соблюдении поста туристами. С одной стороны, они являются мусафирами (путешественниками) и не обязаны соблюдать пост, с другой стороны определённое число туристов специально приезжает в *халяль*-отели в Рамадан, чтобы соблюдать пост в комфортных условиях.

Иное дело – паломничество. Если зийарат к святым местам могут совершать, как правило, и немусульмане (например, исследователи), то в случае с хаджем и умрой существует жёсткое ограничение: в Мекку и Медину допускаются исключительно последователи ислама. То же самое можно сказать о медицинском *халяль*-туризме. Для практикующих мусульман важно соблюдение требований исламской этики при оказании медицинских услуг, поэтому больницы, санатории и другие учреждения, в которых соблюдаются требования шариата, представляют для них особый интерес. Медицинский *халяль*-туризм пока ещё недостаточно развит, но у этого направления открываются большие перспективы.

Говоря об исламском туризме, важно понимать, что в отличие, например, от исламских финансов, эта сфера ещё недостаточно стандартизирована. Во многих странах, где представлены операторы исламского туризма, отсутствуют какие бы то ни было стандарты, позволяющие охарактеризовать ту или иную туристическую услугу как *халяль*. Но даже там, где существуют такие стандарты, не все операторы, предоставляющие услуги в сфере исламского туризма, следуют им (Junaidi 2020: 1755–1756).

К основным составляющим исламского туризма следует отнести *халяль*-отели, *халяль*-транспорт, *халяль*-питание и *халяль*-туры.

Халяль-отель – тип отеля, предоставляющего следующие услуги: *халяль*ное питание, отсутствие алкогольных напитков не только в номере отеля, но и на всей его территории, молельные комнаты, отдельные зоны отдыха для мужчин и женщин. В номере отеля должны иметься Коран, молитвенный коврик, указатель на Мекку, расписание времени молитв. Сам номер имеет достаточно места для совершения молитвы и не содержит изображений живых существ. Ванная комната оснащена принадлежностями для омовения и средствами по уходу за волосами и телом, не имеющими в составе спирт и животные жиры. Персонал отеля состоит преимущественно из мусульман, имеет консервативную форму одежды, знаком с *халяль*-стандартами. На территории отеля нет азартных игр; персонал по запросу может предоставить информацию о ближайших мечетях и местах общественного питания с сертификатом «*халяль*».

Транспорт *халяль* в основном представлен авиалиниями. Например, компании Emirates, Malaysia Airlines, Saudi Airlines, Turkish Airlines предоставляют *халяль*-услуги во время полётов¹⁴. В данные услуги входит *халяль*ное питание, возможность совершения молитв во время полёта, отдельный развлекательный медиа-контент и специальное меню во время поста Рамадан.

Важным требованием является наличие мест общественного питания *халяль*. В стране пребывания должны быть рестораны и кафе, сертифицированные согласно *халяль*-стандартам. В данный стандарт входят отсутствие запрещён-

¹⁴ Halal Friendly Airlines Islamic Meal Travel Ramadan Iftar Service. 2021. *Halal Flight*. URL: <https://www.halalflight.com/> (дата обращения: 26.02.2022)

ных продуктов и добавок (свинина; мясо умерших животных; мясо животных, умерщвлённых без соблюдения определённых правил; алкоголь и содержащая его продукция), специальные требования к помещению, оборудованию и персоналу.

Пакетные туры *халяль*, в свою очередь, включают в себя экскурсионный туризм (посещение мечетей, памятников исламской культуры) и пляжный туризм с размещением в отеле, предлагающем услуги *халяль*.

Африка как туристическое направление

Популярность стран Африки среди иностранных туристов ежегодно росла с 1990 г. (Naudé and Saayman 2005: 367). С 2010 г. в связи с событиями «арабской весны», экономической и политической нестабильностью в африканских странах и экономической стагнацией в Европе, туристический поток въездных иностранных туристов сократился и не возвращался к прежним показателям вплоть до 2016 г. (Istiak 2021: 329) (Рисунок 1).

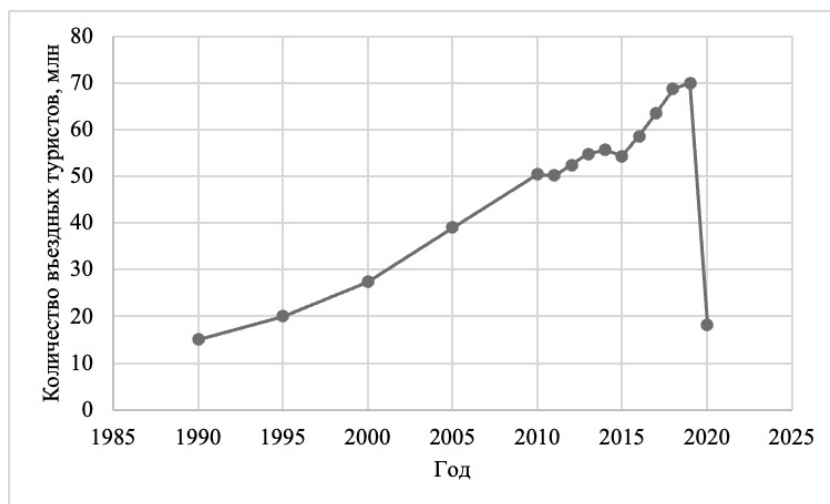


Рисунок 1. Количество въездных туристов в год в страны Африки, млн (1990–2020)

Figure 1. Number of inbound tourists per year to African countries, million (1990–2020)

Источник: составлено по данным: (Naudé, Saayman 2005: 367); Country Profile – Inbound Tourism. 2021. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism>

В 1990 г. количество иностранных туристов, посещавших африканские страны, составляло 15 млн чел., в 1995 году – 20 млн (прирост 33%). В 2000 г. показатель увеличился до 27,4 млн (прирост 37%). В 2005 г. их количество оценивалось в 39 млн (прирост 42%), а в 2010 г. ежегодный поток увеличился на

30% и составил 50,5 млн. В 2011 г. прирост сократился: падение составило 2% и количество туристов оценивалось в 50,2 млн человек. За последующие пять лет прирост въездных туристов составил только 8% и количество туристов в 2015 г. оценивалось в 54,4 млн¹⁵. С 2016 г. наблюдалось улучшение ситуации (Рисунок 1). В 2019 г. страны Африки посетило 70,1 млн туристов. Таким образом, по сравнению с 2015 г. рост составил 29%.

Ограничения, введённые из-за пандемии COVID-19, значительно повлияли на сектор туризма в странах Африки. Поток въездных туристов сократился на 74% в 2020 г. по сравнению с 2019 г.¹⁶ В 2019 г. доля туризма в ВВП Африки составляла 6,9%, в 2020 г. она снизилась до 3,7%. В 2019 г. 6,5% рабочего населения на континенте было задействовано в туризме, в 2020 г. оно сократилось до 4,7% от общей занятости¹⁷.

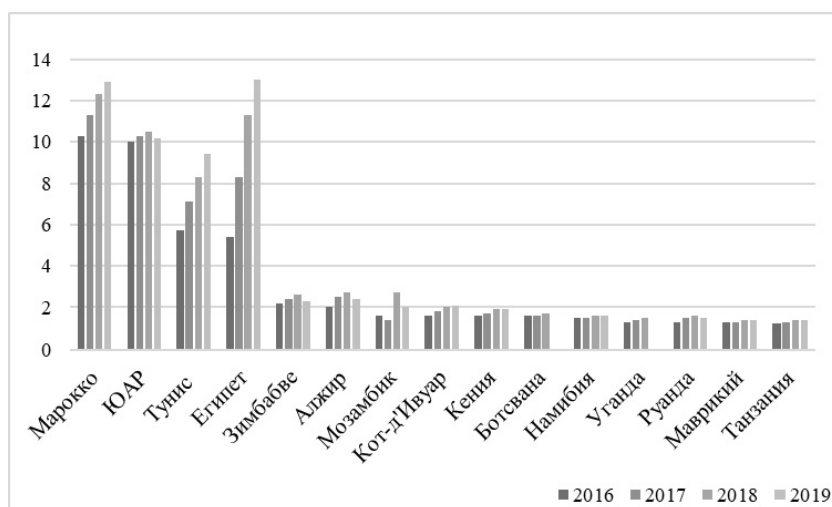


Рисунок 2. Количество въездных туристов в год, млн (2016–2019)

Figure 2. Number of inbound tourists per year, million (2016–2019)

Источник: составлено по данным: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. *World Economic Forum*. URL: <https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/regional-profiles/sub-saharan-africa/>

Лидерами по количеству въездных туристов в последние пять лет являются Египет, Марокко и ЮАР (Рисунок 2). Число туристов, посещающих Египет, в 2019 г. увеличилось на 141% по сравнению с 2016 г. (5,4 млн туристов в 2016 г. и 13 млн в 2019 г.). Поток туристов в Марокко продемонстрировал стабильный

¹⁵ Country Profile – Inbound Tourism. 2021. *UNWTO*. URL: <https://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism> (дата обращения: 26.02.2022)

¹⁶ Там же.

¹⁷ Travel and Tourism Economic Impact 2021. Global Economic Impact and Trends. 2021. *World Travel and Tourism Council*. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> (дата обращения: 26.02.2022)

рост: в 2016 г. Марокко посетили 10,3 млн туристов, в 2019 г. их количество увеличилось на 25% и составило 12,9 млн. Доля путешественников, посещавших ЮАР с 2016 по 2019 гг., оставалась сравнительно стабильной: в 2016 году ЮАР посетили 10 млн, а в 2019 году – 10,2 млн. Также стоит отметить возвращение интереса к Тунису: по сравнению с 2016 г. (5,7 млн) поток туристов увеличился на 65% и составил 9,4 млн в 2019 г.

Особенности туризма можно проследить по субрегионам Африки.

Южная Африка, по сравнению с другими субрегионами, имеет преимущества в виде развитой туристической инфраструктуры. Наиболее привлекательным направлением для туристов является ЮАР, а вклад туристической отрасли страны в ВВП региона составляет около 70%¹⁸.

Страны Северной Африки, как было указано выше, являются одними из наиболее популярных направлений на континенте. Данный субрегион имеет преимущества в виде богатых природных и культурных ресурсов и относительно развитой туристической инфраструктуры. Доля туризма в ВВП Северной Африки составляла 11,2% в 2019 г., задействованного рабочего населения – 10,4%¹⁹. Египет является наиболее популярной страной и лидирует по наличию культурных ресурсов и развитости пляжного отдыха²⁰.

Восточная Африка имеет развитую наземную и портовую инфраструктуру, но при этом отстаёт в развитии туристической сферы и сервиса по сравнению с Южной и Западной Африкой. В данном субрегионе следует выделить Танзанию, Сейшельские острова и Руанду. Танзания привлекательна для туристов дикой природой, пляжами и сафари. В стране национальные парки и охраняемые территории дикой природы составляют более 25% площади, насчитывается 16 национальных парков и более 70 заповедников и охраняемых территорий. Охота и лесное хозяйство составляют около 3% ВВП Танзании²¹. Сейшельские острова демонстрируют значительный рост въездного туризма с 2014 г. Тогда Сейшелы посетило 239 000 человек, а в 2019 г. данный показатель увеличился на 79% и составил 428 000²². Средние расходы туриста за пребывание на Сейшельских островах являются одними из самых высоких: в 2019 г. они составили 1550 долларов²³. В процентном соотношении большинство въездных туристов – европейцы (70% от общего количества). Туризм представляет собой один

¹⁸ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. 2019. *World Economic Forum*. URL: <https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/regional-profiles/sub-saharan-africa/> (дата обращения: 26.02.2022)

¹⁹ Insights from the Middle East and North Africa Leaders' Forum. 2019. *World Travel and Tourism Council*. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/Events-Insights%20from%20MENA%20Leaders%20Forum-Oct%202019.pdf> (дата обращения: 26.02.2022)

²⁰ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. 2019. *World Economic Forum*. URL: <https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/regional-profiles/sub-saharan-africa/> (дата обращения: 26.02.2022)

²¹ Tanzania Tourism. 2020. *TanzaniaInvest*. URL: <https://www.tanzaniainvest.com/tourism> (дата обращения: 26.02.2022)

²² International tourism, number of arrivals – Seychelles. *The World Bank*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=SC> (дата обращения: 26.02.2022)

²³ Country Profile – Inbound Tourism. 2021. *UNWTO*. URL: <https://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism> (дата обращения: 26.02.2022)

из ключевых секторов экономики Сейшельских островов, а также обеспечивает трудовую занятость местным жителям. Руанда, в свою очередь, знаменита Национальным парком вулканов (Бирунга), где обитают исчезающие виды животных, а сам парк остаётся наиболее значимым объектом природного наследия страны (Munapura, Backman, Sabuhoro 2013: 701).

Западная Африка уступает другим субрегионам в развитости туристической инфраструктуры и наличии природных и культурных ресурсов, значимых для туризма. Здесь можно особо выделить Кабо-Верде, которая имеет преимущества в данных сферах по сравнению с другими государствами и славится островным туризмом²⁴.

Существенное влияние на ситуацию с развитием туризма оказала пандемия COVID-19. Некоторые страны ввели жёсткие ограничения, значительно снизив возможности для въезда иностранных туристов; другие, напротив, проводили политику открытости и стремились переключить на себя турпотоки из «закрытых» стран. В качестве яркого примера можно привести Танзанию, где ограничительные меры не вводились²⁵. Однако это не предотвратило существенного падения доходов от туризма в стране: отчёты Банка Танзании показывают, что на конец мая 2021 г. доходы от туризма упали до 11-летнего минимума и составили 795,8 млн долларов США, по сравнению с 2,095 млрд по данным на 31 мая 2020 г. В последний раз доходы от туризма на уровне ниже 800 млн долларов были зарегистрированы 31 мая 2010 г.²⁶.

Исламский туризм в странах Африки

Ислам является одной из наиболее распространённых религий в Африке. В настоящее время на континенте проживает 438 млн мусульман, 19 стран относятся к категории мусульманских. В странах Северной Африки мусульмане составляют 92% населения, в странах Тропической Африки – 30%. Исламский туризм, вместе с тем, представлен и в других частях континента. Так, одним из лидеров является ЮАР, где доля мусульманского населения составляет всего 1,90%²⁷.

²⁴ The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019. 2019. *World Economic Forum*. URL: <https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/regional-profiles/sub-saharan-africa/> (дата обращения: 26.02.2022)

²⁵ Президент Танзании Дж. Маффули был ковид-диссидентом и отрицал опасность коронавируса и необходимость вакцинации.

²⁶ Cristopher J. 2021. Tourism: Light at the End of the Tunnel after Tough Year. *The Citizen*. URL: <https://www.thecitizen.co.tz/tanzania/news/-tourism-light-at-the-end-of-the-tunnel-after-tough-year-3462168> (дата обращения: 26.02.2022)

²⁷ Одним из наиболее распространённых критериев отнесения той или иной страны к мусульманским являются следующие: большинство населения составляют мусульмане и/или ислам провозглашён государственной религией. На этих критериях базируется членство в Организации исламского сотрудничества (ОИС). Kiprop J. 2019. African Countries with Islam as the Religion of the Majority. *WorldAtlas*. URL: <https://www.worldatlas.com/articles/african-countries-with-islam-as-the-religion-of-the-majority.html> (дата обращения: 26.02.2022); The Future of the Global Muslim Population. Region: Middle East-North Africa. 2011. *Pew Research Center*. URL: <https://www.pewforum.org/2011/01/27/future-of-the-global-muslim-population-regional-middle-east/> (дата обращения: 26.02.2022); 2011. *Pew Research Center*. The Future of the Global Muslim Population. Region: Sub-Saharan Africa. URL: <https://www.pewforum.org/2011/01/27/future-of-the-global-muslim-population-regional-sub-saharan-africa/> (дата обращения: 16.09.2021)

Вопросы потенциала и перспектив исламского туризма в Африке затрагиваются в небольшом количестве исследований. Мишель Карбони, Карло Перелли и Джованни Систу (Carboni, Perelli, Sistu 2017: 101–102) отмечают, что перспективным направлением является Тунис. Исследователи приходят к выводу, что исламский туризм в данной стране является результатом диверсификации предлагаемых туристических продуктов и дополнительной услугой, но не основным направлением.

CrescentRating совместно с MasterCard ежегодно оценивают страны по привлекательности и доступности для мусульман, желающих их посетить²⁸. В отчётах Global Muslim Travel Index представлен рейтинг 130 стран по четырём основным критериям: доступность, коммуникации, окружающая среда, услуги²⁹.

Критерий «доступность» включает в себя оценку визовых требований страны, а также развитость транспортной инфраструктуры (наземное и воздушное сообщение). Вес данного критерия составляет 10% от общей оценки. Критерий «коммуникаций» включает в себя наличие информационно-просветительской деятельности: путеводителей для мусульман, информации в СМИ, образовательных проектов. Также в него входит наличие информации о *халяль*-услугах для туристов и её доступность (перевод на иностранные языки). Вес данного критерия составляет 20%. «Окружающая среда» (вес – 30%) даёт оценку безопасности и уровня ограничений в исповедании своей веры (совершение намаза, ношение хиджаба в общественных местах). Показатель «услуг» охватывает наличие *халяль*-отелей, мест общественного *халяль*ного питания, наличие мест для совершения молитвы и *халяль*-ресторанов в аэропорту назначения, а также наличие объектов исламской культуры. Вес данного критерия составляет 40%³⁰.

Марокко, согласно отчёту Global Muslim Travel Index 2019, входит в топ-10 направлений среди стран Организации исламского сотрудничества (ОИС) и занимает седьмое место (67 баллов из 100 по четырём параметрам). Марокко улучшило свои позиции по сравнению с 2018 г., когда страна занимала десятое место, и набрала по оцениваемым параметрам 61,7 баллов. В отчёте 2019 г. Марокко имеет наивысшие баллы по доступности мест для совершения молитвы (100 из 100), безопасности (94 из 100), наличию *халяль*-услуг в аэропорту (87 из 100) и визовым требованиям (82 из 100)³¹.

Среди стран, не входящих в ОИС, Южная Африка занимает шестое место, а в общем рейтинге находилась на 29-м в 2019 г. (52 балла), улучшив свои показатели на 4,3 балла и поднявшись на три места по сравнению с 2018 г. Южная

²⁸ CrescentRating. 2021. URL: <https://www.crescentrating.com/about-us.html> (дата обращения: 26.02.2022)

²⁹ Global Muslim Travel Index – ежегодный рейтинг наиболее привлекательных стран с точки зрения исламского туризма.

³⁰ Global Muslim Travel Index. 2021. CrescentRating. URL: <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2021.html> (дата обращения: 26.02.2022)

³¹ Global Muslim Travel Index. 2019. CrescentRating. URL: <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html> (дата обращения: 26.02.2022)

Африка входит в топ-10 стран по параметру «коммуникации», имеет высокий балл по присутствию в цифровой среде и доступности информации о стране и предлагаемых услугах. Египет входит в десятку стран по предоставлению *халяль*-услуг, имеет наивысший балл по доступности мест для совершения молитвы (100 из 100), мест общественного питания *халяль* (85 из 100) и высокий балл по наличию *халяль*-услуг в аэропорту (74 из 100).

Тунис в 2018 г. находился на 13-м месте с общей суммой баллов 60,2. В 2019 г. Тунис оказался на 16-м месте и набрал 59 баллов. Страна высоко оценена по критериям доступности мест для совершения молитвы (100 из 100), отсутствия ограничений на демонстрацию религиозной принадлежности (100 из 100), безопасности (88 из 100), наличия мест общественного питания *халяль* (80 из 100), визовых требований (82 из 100) и доброжелательного отношения к туристам (70 из 100)³².

Другие страны африканского континента входят в топ-20: Египет занимает 14-е место, Алжир – 19-е. Танзания и Кения – 51-е место в общем рейтинге стран, привлекательных для мусульман.

Согласно рейтингу 2019 г., Египет и Алжир получили наивысшие баллы за «доступность мест для совершения молитвы» (100) и «отсутствие ограничений на демонстрацию религиозной принадлежности» (100). Также были высоко оценены «доступность мест общественного питания *халяль*» (85 и 89 соответственно) и «безопасность» (82 и 79).

Танзания и Кения получили наивысшие баллы за «отсутствие ограничений на демонстрацию религиозной принадлежности» (100) и «безопасность» (94 и 88 соответственно).

Несмотря на наличие высоких баллов по некоторым показателям и существование необходимой инфраструктуры для туристов, страны Африки объединяет отсутствие (или недостаток) информации о преимуществах для мусульманских туристов. Так, за присутствие в информационном пространстве средний балл получили только Южная Африка и Марокко (60 и 59 соответственно), Египет, Кения и Алжир получили в среднем 30 баллов из 100, а Тунис – лишь 16 баллов. По такому параметру, как «продвижение услуг», Южная Африка получила 51 балл, Марокко, Египет, Тунис, Алжир и Кения – по 25.

С XI по XIX вв. существовало два паломнических маршрута через Западную Африку. Первый маршрут проходил из современного Мали через Нигер, северо-восточную Нигерию, Чад, Судан и Египет и далее на Аравийский полуостров. Второй – через Мавританию, Марокко и Египет и позволял посетить такие исламские центры, как Чингетти (Мавритания), Фес (Марокко) и Тлемсен (Алжир). В XX в. в связи с развитием транспорта данные маршруты утратили свою актуальность (Litoing 2021).

³² Global Muslim Travel Index. 2018. *CrescentRating*. URL: <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescent-rating-global-muslim-travel-index-gmti-2018.html> (дата обращения: 26.02.2022)

В настоящее время в Северной и Западной Африке расположены два объекта исламского наследия, к которым ежегодно совершают паломничество: мавзолей Ахмеда аль-Тиджани и Великая мечеть Туба. Мавзолей Ахмеда аль-Тиджани, основателя суфийского братства Тиджания, находится в г. Фес (Марокко) и привлекает последователей братства из разных стран (Bouyahya 2016: 49). В Сенегале находится Великая мечеть Туба, к которой ежегодно совершают паломничество около четырёх млн человек во время праздника Великий Магал (Sokhna, Goumballa, et al. 2021: 470). Великий Магал является религиозным праздником сенегальского мусульманского братства Мюридия и, по оценке Кейт Кингсбери, вносит большой вклад в экономику страны (Kingsbury 2020: 329). На данный момент Сенегал находится на 33-м месте согласно отчёту CrescentRating. Эксперты низко оценивают параметры «*халяль-отели*» (23 из 100), «продвижение дестинации» (16 из 100), но высоко – критерий «окружающая среда», куда входит «безопасность» (91 из 100) и «свобода вероисповедания» (100), а также «наличие мест общественного питания *халяль*» (65 из 100).

Местом сосредоточения объектов исламского культурного наследия является Мали. Здесь сосредоточены четыре объекта всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. В 2011 г. количество туристов, посетивших страну, достигало 200 000 человек. После участвовавших нападений на туристов турпоток резко сократился, и количество путешественников уже в 2012 г. составило всего 10 000 человек. Мали, в частности Тимбукту, стал одним из центров деятельности «Аль-Каиды» (запрещённая в России террористическая группировка) в исламском Магрибе. Сторонники «Ансар-Дин» (группировка, связанная с «Аль-Каидой») разрушили 14 гробниц, в том числе те, которые входят в список всемирного наследия ЮНЕСКО, совершили нападение на мечеть Сиди-Яхья. Впоследствии был снесён монумент Эль-Фарук, который располагался на въезде в город, а из Института исламских исследований Ахмед Баба пропали или были уничтожены 4203 уникальных средневековых рукописи³³.

Что касается исламского медицинского туризма, то здесь значительным потенциалом обладает Тунис. Как уже отмечалось, эта страна является ведущим экспортёром медицинских услуг в Северной Африке: сфера здравоохранения включает в себя развитую медицинскую инфраструктуру, большой спектр услуг и качественное медицинское обслуживание. Стремительное развитие частных медицинских услуг произошло благодаря большому притоку пациентов из Ливии, Алжира, Мавритании и стран Европы (Rouland, Jarraa 2020: 4251).

В настоящее время наблюдаются следующие тенденции в развитии исламского туризма. Во-первых, путешествия стали более «осознанными»: туристы зачастую выбирают менее популярные направления, тем самым внося вклад в

³³ Williams S. 2018. Damage to Timbuktu's Cultural Heritage Worse than First Estimated Reports UNESCO Mission. *UNESCO*. URL: <https://en.unesco.org/news/damage-timbuktu%E2%80%99s-cultural-heritage-worse-first-estimated-reports-unesco-mission> (дата обращения: 26.02.2022)

местную экономику и поддерживая локальное сообщество. Во-вторых, стремительно растёт популярность электронных и мобильных платежей. В-третьих, количество путешествующих женщин-мусульманок ежегодно увеличивается, в частности, увеличивается процент соло-путешественниц. Наконец, стоит отметить влияние социальных медиа и современной культуры на развитие исламского туризма. На видеохостинге YouTube появляется всё больше блогов, освещающих особенности исламского туризма; авторы роликов делятся своими историями, а также опровергают возможные стереотипы. В социальных сетях функционируют группы и сообщества, которые занимаются популяризацией исламского туризма. Растёт число поездок к местам съёмок знаменитых фильмов и сериалов³⁴.

* * *

Распространение исламского туризма является ощутимой тенденцией развития рынка туристических услуг в последние 30 лет. Интерес к исламскому туризму обусловлен развитием *халяль*-индустрии в странах и регионах с мусульманским населением. Долгое время основным видом исламского туризма было большое (хадж) и малое (умра) паломничество в Мекку, региональные формы паломничества (к местам погребения святых, природным объектам, связанным в народных поверьях с тем или иным лицом или событием в истории ислама). Однако потребности последователей ислама не ограничивались собственно религиозным туризмом. По мере роста благосостояния мусульман стал формироваться спрос на путешествия, соответствующие требованиям шариата. Исламский туризм включает в себя путешествия, имеющие целью отдых, лечение, участие в культурной или образовательной программе с соблюдением требований шариата, паломничество к святым местам и т. д.

Африканский континент является перспективным для развития данного вида туризма. Здесь представлены различные его сегменты: от пляжного отдыха до совершения религиозных практик. Во время паломничества к святым местам туристам необходимо пользоваться услугами мест размещения, предприятий общественного питания, экскурсионных бюро, транспортной инфраструктуры. Эти же услуги являются востребованными среди туристов, совершающих поездки с рекреационными целями.

Марокко, Египет, Тунис и ЮАР остаются наиболее популярными направлениями на африканском континенте. Они же являются наиболее востребованными среди тех, кто предпочитает *халяль*-туры. Так, Марокко и Южно-Африканская Республика входят в топ-10, а Египет, Тунис и Алжир – в первую двадцатку стран, наиболее привлекательных для путешественников. Популяр-

³⁴ После выхода турецкого сериала «Возрождение: Эртугрул», города, где проходили съёмки, стали популярными направлениями для фанатов сериала. Halal Travel Frontier 2020. 2020. *CrescentRating*. URL: <https://www.crescentrating.com/reports/halal-travel-frontier-2020.html> (дата обращения: 26.02.2022)

ными сегментами исламского туризма в данных странах являются пляжные и экскурсионные виды отдыха. Южно-Африканскую Республику туристы, в основном, посещают с культурно-развлекательными и бизнес-целями. Марокко, Египет, Тунис и Алжир привлекают туристов пляжными курортами; отдельно стоит отметить также посещение святых мест (мавзолее Ахмеда аль-Тиджани в г. Фес) и поездки с целью лечения (Тунис). Танзания, Руанда и Кения привлекают наличием богатых природных зон, а Сейшельские острова привлекают путешествующих с рекреационными целями.

Несмотря на высокие позиции в рейтинге *халяль*-направлений CrescentRating, африканские страны объединяют и схожие проблемы: слабое внешнее продвижение туристических услуг и недостаточное развитие *халяль*-ной инфраструктуры. Туристические направления стран Африки на данный момент способны удовлетворить рекреационные, культурные и религиозные потребности туристов лишь частично из-за наличия угроз безопасности в некоторых странах (например, Мали) и недостаточной развитости туристической инфраструктуры (Сенегал). Ограничения, связанные с COVID-19, значительно повлияли на индустрию. Одни из основных направлений исламского туризма – хадж и умра – были отменены в 2020 г., в 2021 г. совершать хадж было позволено только местным жителям и резидентам Саудовской Аравии в ограниченном количестве. Эксперты, однако, полагают, что возвращение к цифрам 2019 г. по количеству въездных туристов и объёму доходов от туризма ожидается к 2023 г.

В африканских странах реализуется стратегия «Туризм как фактор всеохватного роста 2030», принятая Всемирной туристской организацией, цель которой заключается в восстановлении и повышении потенциала туризма на континенте. В рамках данной стратегии основное внимание уделяется следующим направлениям: поощрение инвестиций и государственно-частных партнёрств, продвижение и развитие инноваций и технологий, содействие доступности въезда туристов и их передвижению, повышение потенциала противодействия бедствиям и продвижение бренда «Африка». Развитие туризма на континенте позволит обеспечить рост популярности исламского туризма как в тех странах, где уже широко представлены подобные туристические услуги, так и в государствах, потенциал которых в деле развития активного отдыха, соответствующего критериям *халяль*, ещё не раскрыт.

Об авторах:

Ренат Ирикович Беккин – профессор РАН, доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник, Институт Африки РАН; профессор, Институт востоковедения РГПУ им. А.И. Герцена. 123001, Россия, г. Москва, ул. Спиридоновка, д. 30/1. E-mail: bekkin@mail.ru

Анна Сергеевна Шныркова – преподаватель, Департамент стратегического и международного менеджмента Высшей школы бизнеса, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 119049, Россия, г. Москва, ул. Шаболовка, д. 26–28. E-mail: ashnyrkova@hse.ru

Конфликт интересов:

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

UDC: 322, 327, 379.85

Received: December 24, 2021

Accepted: February 21, 2022

Islamic Tourism in Africa

R.I. Bekkin¹, A.S. Shnyrkova²

[DOI 10.24833/2071-8160-2022-1-82-230-248](https://doi.org/10.24833/2071-8160-2022-1-82-230-248)

¹ Institute for African Studies of the Russian Academy of Sciences, the Herzen State Pedagogical University of Russia

² National Research University "Higher School of Economics"

Abstract: The research aims to assess the prospects for the development of Islamic tourism in Africa. The authors analyze the notion and features of Islamic tourism and identify key differences between "Islamic tourism" and "Halal tourism." The authors define "Islamic tourism" as a type of tourism that includes travels for any purpose under Islamic principles. The research mainly covers the development of Islamic tourism in African countries. For this purpose, it analyzes the tourist flows' trends and the leading African touristic destinations, identifies the main Halal-friendly African destinations. The leading states here are Morocco, Egypt, and South Africa; Tunisia fosters its potential for Islamic medical tourism; Senegal and Mali are attractive due to Islamic heritage sites. The main problems for the development of Islamic tourism in Africa have also been identified: underdeveloped tourist and Halal infrastructure, lack of security, and poor promotion of tourist services among potential tourists are among the most significant ones. The study has found that popular Halal destinations are countries with a predominantly Muslim population and states where Muslims are a minority. Despite the restrictions followed by COVID-19 and a significant decrease in the tourism sector, a return to the previous volumes of tourist flows and income is expected in 2023. The World Tourism Organization actively supports the recovery and development of tourism in African countries. The improvement of Halal infrastructure and new facilities for this type of tourism will contribute to an overall increase in income from tourism activities and the popularization of Islamic tourism.

Keywords: Islamic tourism, Halal tourism, Halal tourism in Africa, Africa, pilgrimage, religious tourism

About the authors:

Renat I. Bekkin – Professor of the Russian Academy of Sciences; Doctor of Sciences in Economics, PhD in Religious Studies; Leading Research Fellow at the Institute for African Studies of the Russian Academy of Sciences; Professor at the Institute of Oriental Studies, the Herzen State Pedagogical University of Russia. Spiridonovka, 30/1, Moscow, Russia, 123001. E-mail: bekkin@mail.ru

Anna S. Shnyrkova – Lecturer at the Department of Strategic and International Management, Graduate School of Business, National Research University "Higher School of Economics". Shabolovka, 26-28, Moscow, Russia, 119049. E-mail: ashnyrkova@hse.ru

Conflict of interest:

The authors declare the absence of conflict of interests.

References:

- Akyol M., Kilinc O. 2017. Internet and Halal Tourism Marketing. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. 9/8. *Strategic Roadmap for Development of Islamic Tourism in OIC Member Countries*. The Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries. P. 171–186.
- Al-Hamarneh A., Steiner C. 2004. Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World after September 11, 2001. *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*. 24(1). P. 173–182.
- Battour M., Ismail M.N. 2016. Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives*. №19. P. 150–154. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.12.008
- Battour M.M., Ismail M.N., Battor M. 2010. Toward a Halal Tourism Market. *Tourism Analysis*. 15(4). P. 461–470. DOI: 10.3727/108354210X12864727453304
- Boğan E., Sarıışık M. 2019. Halal Tourism: Conceptual and Practical Challenges, *Journal of Islamic Marketing*. 10(1). P. 87–96. DOI: 10.1108/JIMA-06-2017-0066
- Bouyahya D. 2016. Religious Tourism and Sufism in Morocco. *European Journal of Multidisciplinary Studies*. 1(5). P. 40–50. DOI: 10.26417/ejms.v2i1.p40-50
- Carboni M., Janati M.I. 2016. Halal Tourism de facto: a Case from Fez. *Tourism Management Perspectives*. №19. P. 155–159. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.12.007
- Carboni M., Perelli C., Sistu G. 2014. Is Islamic Tourism a Viable Option for Tunisian Tourism? Insights from Djerba. *Tourism Management Perspectives*. №11. P. 1–9. DOI: 10.1016/j.tmp.2014.02.002
- Carboni M., Perelli C., Sistu G. 2017. Developing Tourism Products in Line with Islamic Beliefs: Some Insights from Nabeul–Hammamet. *The Journal of North African Studies*. 22(1). P. 87–108. DOI: 10.1080/13629387.2016.1239078
- Coulon C. 1999. The Grand Magal in Touba: a Religious Festival of the Mouride Brotherhood of Senegal. *African Affairs*. 98(391). P. 195–210. DOI: 10.1093/oxfordjournals.afraf.a008007
- Din K.H. 1989. Islam and Tourism: Patterns, Issues, and Options. *Annals of Tourism Research*. 16(4). P. 542–563. DOI: 10.1016/0160-7383(89)90008-X
- El-Gohary H. 2016. Halal Tourism, Is It Really Halal? *Tourism Management Perspectives*. №19. P. 124–130. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.12.013
- Henderson C.J. 2010. Sharia-compliant Hotels. *Tourism and Hospitality Research*. 10(3). P. 246–254. DOI: 10.1057/thr.2010.3
- Henderson J.C. 2009. Islamic Tourism Reviewed. *Tourism Recreation Research*. 34(2). P. 207–211. DOI: 10.1080/02508281.2009.11081594
- Henderson J.C. 2016. Halal Food, Certification and Halal Tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*. 19(3). P. 160–164. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.12.006
- Istiak K. 2021. Risk, Uncertainty and the Tourism Sector of North Africa. *African Development Review*. №33. P. 329–342. DOI: 10.1111/1467-8268.12574
- Jafari J., Scott N. 2014. Muslim World and Its Tourisms. *Annals of Tourism Research*. №44. P. 1–19. DOI: 10.1016/j.annals.2013.08.011
- Junaid J. 2020. Halal-Friendly Tourism and Factors Influencing Halal Tourism. *Management Science Letters*. №10. P. 1755–1762. DOI: 10.5267/j.msl.2020.1.004

- Kingsbury K. 2020. Staging Touba: The Performance of Piety. *Journal of Religion in Africa*. 48(4). P. 312–346. DOI: 10.1163/15700666-12340150
- Litoing N.N. 2021. *Muslim Pilgrimage Traditions in West Africa*. DOI: 10.1093/OBO/9780195390155-0279
- Munanura I.E., Backman K.F., Sabuhoro E. 2013. Managing Tourism Growth in Endangered Species' Habitats of Africa: Volcanoes National Park in Rwanda. *Current Issues in Tourism*. 16(7-8). P. 700–718. DOI: 10.1080/13683500.2013.785483
- Naudé W.A., Saayman A. 2005. Determinants of Tourist Arrivals in Africa: A Panel Data Regression Analysis. *Tourism Economics*. 11(3). P. 365–391. DOI: 10.5367/000000005774352962
- Neveu N. 2010. Islamic Tourism as an Ideological Construction: A Jordan Study Case. *Journal of Tourism and Cultural Change*. 8(4). P. 327–337. DOI: 10.1080/14766825.2010.521252
- Olsen D.H. 2015. Religion, Tourism. Jafari J., Xiao H. (eds) *Encyclopedia of Tourism*. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-319-01669-6_158-1
- Rinschede G. 1992. Forms of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research*. No. 19. P. 51–67. DOI: 10.1016/0160-7383(92)90106-Y
- Rouland B., Jarraya M. 2020. From Medical Tourism to Regionalism from the Bottom up: Emerging Transnational Spaces of Care between Libya and Tunisia. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. 46(20). P. 4248–4263. DOI: 10.1080/1369183X.2019.1597475
- Ryan C. 2016. Halal Tourism. *Tourism Management Perspectives*. №19. P. 121–123. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.12.014
- Sokhna C., Goumballa N., Hoang V.T., Bassene H., Parola P., Gautret P. 2021. The Grand Magal of Touba Was Spared by the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Infectious Diseases*. №105. P. 470–471. DOI: 10.1016/j.ijid.2021.01.006
- Stephenson M.L. 2014. Deciphering Islamic Hospitality: Developments, Challenges and Opportunities. *Tourism Management*. №40. P. 155–164. DOI: 10.1016/j.tourman.2013.05.002
- Vukonic B. 1998. Religious Tourism: Economic Value or an Empty Box? *Zagreb International Review of Economics and Business*. 1(1). P. 83–93.
- Woodward S.C. 2004. Faith and Tourism: Planning Tourism in Relation to Places of Worship. *Tourism and Hospitality Planning & Development*. 1(2). P. 173–186. DOI: 10.1080/1479053042000251089
- Zamani-Farahani H., Henderson J. 2010. Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: the Cases of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*. 12(1). P. 79–89. DOI: 10.1002/jtr.741
- Bekkin R. 2020. Musulmanskiy bank kak istoricheskaya kategoriya: opyt sozdaniya kreditnykh uchrezhdeniy dlya musulman v pervoy polovine XX v. [Muslim Bank as a Historical Category: Creating Credit Institutions for Muslims In the First Half of the 20th Century]. *MGIMO Review of International Relations*. 13(5). P. 149–167. (In Russian).

Список литературы на русском языке:

- Беккин Р. 2020. Мусульманский банк как историческая категория: опыт создания кредитных учреждений для мусульман в первой половине XX в. *Вестник МГИМО Университета*. 13(5). С. 149–167.