

Добри практики, политика и предлагане на допълнителни туристически услуги за мюсюлмански и християнски туристи

*Даниела Ненкова
Министерство на икономиката, енергетиката и туризма
дирекция “Туристическа политика”*

Обучение, март 2013 г.

*Проект „Познание и разбиране за религиозните, културни и човешки различия в полза на устойчивото развитие” на
Фондация „Информация и природозащита”*

Съдържание

1. Специфики и изисквания при предлагането на допълнителни туристически услуги за мюсюлмански туристи
2. Основни туристически дестинации за мюсюлмански туризъм и “халал” туристически продукти
3. Примери за “халал” продукти и услуги в туризма. Добри практики
4. Препоръки и полезни практики при грижата за клиента и устойчивото туристическо развитие
5. Ключови стъпки за разработването на добри туристически продукти
6. Въпроси за дискусия

Специфики и изисквания при предлагането на допълнителни туристически услуги за мюсюлмански туристи (1/2)

- разделени басейни за мъже и жени в хотела или посещавани в отделни часове от мъже и жени */мюсюлманите не използват смесени басейни и плажове/*
- разделени зони за релакс и спа и спортни центрове за мъже и жени или посещавани в отделни часове от мъже и жени
- частни обособени зони на плажа само за жени и смесени зони на плажа за семейства, носещи бански костюми според ислямските традиции */при новите т.нар. **ислямски ваканции и почивки** не се разделят мъжете и жените на плажа/*

Специфики и изисквания при предлагането на допълнителни туристически услуги за мюсюлмански туристи (2/2)

- на сайтовете на туроператори и други доставчици на туристически услуги има калкулатор, чрез който се изчислява от туристите часовете за молитва, когато пътуват в различните часови зони
- по време на цялото пътуване и почивка се осигуряват удобства за изпълнение на религиозните им задължения
- преди отпътуване туроператорът предоставя на туристите:
 - мини наръчник за дестинацията със съвети и информация за местата, където да се хранят, молят и как да говорят на местния чужд език
 - килимче за молитва и компас за ориентиране

Ислямска спа практика

Салон за красота и спа дизайн от ислямска гледна точка:

- използването на козметични и други продукти и услугите, които се предлагат отговарят на мюсюлманските нужди и принципи
- ислямският салон за красота се различава от обикновения по дизайна на пространственото планиране, който е затворен и скрит от погледа
- служители са жени, обикновено мюсюлмански жени
- разделяне по полове при спа услугите, козметичните терапии и използването на стаи при различните услуги

Забранени процедури в ислямската спа практика: боядисване на коса с черен цвят, смесване на мъже и жени в салона, продукти, които не са с халал произход, обслужване на клиенти жени от мъжки персонал при използване на процедурите и услугите, пренебрегване на молещите се, докато не свърши времето за молитва и др.

Какво да очакваме, ако сме туристи в мюсюлмански страни?

- **Контрол на посещенията на немюсюлманските туристи в свещените места чрез:** ограничаване на достъпа или избягване на негативните влияния от тези туристи с прилагането на някои Shar'ia схващания и принципи
- **Неприемливо поведение от страна на туристите в мюсюлманските страни са:** демонстриране на физическа привързаност на обществени места, консумация на алкохол, носене на оскъдно облекло, нудизъм, хазарт и проституцията
- Ислямската религия не упражнява голямо влияние върху самите туристически дейности. Всички идеи и схващания за политиката, свързана с туристическото планиране и управление, имат западно влияние
- Ислямът не противопоставя туризмът, защото Коранът насърчава пътуването

Основни туристически дестинации за мюсюлмански туризъм и «халал» туристически продукти

- **Дестинации, предлагащи “халал” продукти са:** Мароко, Шри Ланка, Бали, Турция, Тайланд, Малдивите, Оман, Дубай, Виетнам, Камбоджа, Лаос, Малайзия и др.
- Най-популярни мюсюлмански страни измежду немюсюлманите са: Турция, Малайзия и Египет */източник: COT/*
- Все повече немюсюлмански туристи посещават места, свързани с мюсюлманското наследство – Испания, Индия, Централна Азия и др.
- Мюсюлманските туристи все по-често търсят страни, в които ислямът не е официална религия. Тези дестинации се опитват да ги привличат чрез предлагане на услуги и съоразения в съответствие с религиозните вярвания на мюсюлманските туристи

[« BACK TO SITE](#)

Ogilvy & Mather's Research Defines the Global Rise of the 'New Muslim Consumer'

KUALA LUMPUR, May 20, 2010 – As political and business leaders of the Muslim world come together in Kuala Lumpur for the 6th World Islamic Economic Conference, a tectonic shift is happening in the Muslim world. According to Ogilvy & Mather's survey on "Islamic Branding," a new generation is redefining what it means to be modern and Muslim, creating new meanings of religious pride, economic progress and global citizenship.

In partnership with TNS, Ogilvy & Mather's two-year survey in the making reveals what drives Muslims as consumers, against the vast backdrop of ethnic, economic, political and religious diversity of the Muslim world. Researchers looked at Islam through the lens of the tangible effect it has on how lives are lived and how that in turn affects brands and business. The research has identified trends and opportunities that are emerging from the world's most interesting, dynamic yet controversial "marketplace."

The report, entitled 'Brands, Islam and the New Muslim Consumer' also serves as the



Logothetis Organic Farm

Advertisement

news | views | business | ind-aus | motor sports | entertainment | tech | travel | books | photos | videos | blogs | epaper | property | deals | jobs | matrimonial | hotels

travel stories | multimedia | travel diary | travel tips | destinations | celeb column



travel

After Islamic food and banking now halal-friendly travel

AFP
Singapore, August 22, 2010



First Published: 08:42 IST(22/8/2010)
Last Updated: 09:00 IST(22/8/2010)

email print

14 Comments



Tweet 0

share f in G+ more

In his days as a jet-setting telecom executive, ready-to-eat meals were a regular part of Fazal Bahardeen's luggage. Many of the hotels he stayed in did not have halal-certified restaurants for Muslim travellers like the 47-year-old Sri Lankan-born Singaporean. Rooms lacked markers pointing to Mecca for prayers and staff were unable to answer questions from Muslim guests about their particular needs.

Kotak Mahindra Bank

Kotak.com/NRE-Services
Avail Fantastic NRI Banking Offers. Manage your Earnings with Kotak.



"Half of my life was spent in hotels and airplanes," Fazal told AFP.



Buddhist monks pray near a Buddha statue during the commemoration of Vesak or Buddha's birthday at a temple in Batu, East Java, Indonesia.

Hotel Deals of the Day

City
Arrive
Nights

Search

Powered by agoda.com

featured destination



Примери за халал продукти и услуги в туризма. Добри практики (1/2)

- Според проучване на MiddleEast.com около 88 % от арабските туристи биха искали да отседнат в ислямски хотел по време на тяхната почивка
- Хотелиерите заменят някои традиционни западни символи на лукс като барове и кръчми с други, които носят арабско влияние като кафенета и ресторанти, сервиращи само безалкохолни напитки и халал храна
- Критика от част от представителите на сектора за «халал» концепцията, използвана от хотелите, заради създаване на незаконова дискриминация между чуждестранните и местните туристи и между половете
- **Малайзия** - лидер в разнообразието на услуги, предоставяни на туристи от ислямските страни
- **Законов статус на «халал» туристическите продукти в Турция** – сравнително нова концепция за туризма. От една страна, спазване на общите законови изисквания в туризма по принцип */изискване за ваканционните селища с категория 4 звезди за наличие на открит и закрит бар и за ваканционните селища с категория 5 звезди – дискотека/* и от друга страна, спазване на «халал» туристическата концепция */не се продава алкохол в баровете и дискотеките и нощните клубове се използват за молитва, има отделени плажове и басейни за мъже и жени, определено облекло в определени части на хотела, забрана за снимане в плувни басейни, насърчаване на социални програми с ислямско съдържание и дистрибуционни канали/*

Примери за халал продукти и услуги в туризма. Добри практики (2/2)

"Мюсюлманин за една седмица" и "Мюсюлманин за един месец" - нова туристическа програма за туристи в Турция:

- включва едnodневен строг пост, посещения в джамии и основни познания за исляма в Турция
- организира се от неправителствена организация със сътрудничеството на турския и партньор - туристическа агенция. **Целта е да се представят на западните туристи различните религии и култури**
- Мнозинството от туристите са християни, но сред тях има и евреи, атеисти. **Целта не е да се лансира ислямът, а културен обмен**

Crescent Tours (www.crescentrating.com) – пионер на “халал” туристическата концепция в Европа и по света; бранд, предлагащ преживявания, свързани с ислямския дух и култура, в хармония с Исляма

Препоръки и полезни практики при грижата за клиента и устойчивото туристическо развитие (1/2)

- подходящо интерпретиране на културата на туристическата дестинация от персонала в сферата на услугите, така че туристите да разбират и оценяват културните стойности на дестинацията
- образованието и обучението да са на базата на опит, с интердисциплинарен характер и с фокус върху клиента. Важни са владенето на чуждите езици, възможностите за решаване на проблеми, високо чувство за етичност
- уважение и пълно осъзнаване от страна на туристите за особеностите на посещаваното място - предварително информиране на туристите какво да очакват и какво не по време на престоя им с цел и избягване на неудобни ситуации
- **устойчиви практики** – прилагане на Кодекса на поведение и предоставяне на предварителна информация с цел:
 - насърчаване на осъзнато поведение от страна на туристите
 - насърчаване на осъзнато поведение от страна на персонала

Препоръки и полезни практики при грижата за клиента и устойчивото туристическо развитие (2/2)

- брошура за туристите с полезна информация и съвети за хотели, магазини, екскурзоводи и т.н.; „халал гид”, които съдържа списък на ресторантите и кафенета, предлагащи продукция от категорията „халал”
- разработване на кодекс за поведение на туристите, екскурзоводите и туроператорите в дестинации с различни етноси
- предварително представяне на полезна и кратка информация за посещавания район, местните традиции, обичаи, култура, религия и норми, полезни съвети и препоръки за приемливо поведение, подходящо облекло и др. чрез:
 - сайтове на туроператорите и туристическите агенти
 - брошури
 - кратко информационно видео за дестинацията, което се излъчва по телевизионния канал в хотелските стаи
 - информация от екскурзоводите

Ключови стъпки за разработването на добри туристически продукти

- идентифициране и избор на туристически пазари
- идентифициране на нуждите и предпочитанията на тези пазари
- избор на определени туристически дейности, които най-добре съответстват на нуждите и предпочитанията на избраните пазари

Въпроси за дискусия

1. До колко ислямската етика, ислямските ценности и принципи влияят при взимането на решение за пътуване от мюсюлманските туристи?
2. До каква степен туристическият продукт трябва да е различен и персонифициран, за да отговаря на специфичните изисквания на различните туристически сегменти и толерантността към удовлетворяване на нуждите на другите религии?
3. Как да се установи точен баланс между нуждите, интересите и предлаганите услуги за туристите и местната общност?
4. Предлагат ли се специализирани туристически продукти за мюсюлмани от туроператорите и хотелите в България, за да привличат такива туристи?

Благодаря за вниманието!

Фондация “Информация и природозащита”;
тел./факс: 02 872 14 83; е-мейл: elc@crossculturebg.com
[www. crossculturebg.com](http://www.crossculturebg.com)

*Проект „Познание и разбиране за религиозните, културни и човешки различия в полза на устойчивото развитие” на
Фондация „Информация и природозащита”*