**Модель исламской экономики в Катаре и ее влияние на туристический сектор**

***Габидуллина А.Р.***

*Студент (бакалавр)*

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»*

*Факультет мировой экономики и мировой политики, Москва, Россия*

*E–mail:* [*arrugabidullina@edu.hse.ru*](mailto:arrugabidullina@edu.hse.ru)

Исламская экономика, в основе которой лежит реализация духовных и моральных ценностей универсального и общечеловеческого характера, выходит за рамки чисто экономических задач, становясь системой, объединяющей материальные и этические аспекты жизни общества; что приводит к полноценному понятию исламской экономики как системы хозяйствования, базовые принципы которой не противоречат социалистическим и капиталистическим методам на определенных этапах их развития.

Рассматривая туристический сектор в рамках исламской экономической модели, важно отметить, что его целевой аудиторией являются не только мусульмане, стремящиеся посетить исторические и духовно значимые места, но и обычные туристы, желающие познакомиться с культурным наследием мусульманских стран. В этом контексте особое значение приобретает выявление религиозных традиций, которые формируют опыт туристов и влияют на восприятие мусульманской страны как туристического направления международного уровня. В случае Катара это становится особенно актуальным, поскольку страна активно развивает туризм, сочетая современные подходы с сохранением исламских ценностей.

Объектом исследования является модель исламской экономики в Катаре, а предмет - влияние этой модели на туристический сектор, особенно в контексте проведенного чемпионата мира по футболу FIFA в 2022 году. Научная проблематика работы заключается в анализе того, как исламская экономическая модель, вместе с законодательными рамками, формирует туристический сектор в Катаре, особенно в условиях международных событий, таких как чемпионат мира по футболу. Также важный аспект исследования — это вопрос о том, как баланс между соблюдением религиозных норм (например, ограничения на алкоголь) и удовлетворением потребностей туристов влияет на приток туристов и имидж Катара. Изучение динамики культурного обмена и взаимодействия между местными жителями и туристами, позволит также выявить позитивные и негативные аспекты этого баланса в контексте культурного восприятия.

Первые исламские финансовые институты, такие как исламские банки, появились лишь спустя более чем пятнадцать лет, а сам термин «исламская экономика» утвердился в научной литературе к середине 1970-х годов. По определению российского специалиста по исламскому банковскому делу А.Ю. Журавлева: *«*Исламская экономика - система взглядов мусульман на принципы и механизмы организации хозяйственной жизни общества» [3]. В книге «Туризм, Религия и Духовное путешествие» Даллен Тимоти и Томас Иверсон [8] исследуют напряжение между привлечением иностранных туристов и сохранением традиций шариата, особенно на фоне негативных стереотипов, распространяемых западными СМИ. Что касается в сфере развития туристического сектора в исламских странах, исследование Аана Джаелани о исламском туризме в Индонезии сфокусировано на выявлении потенциала «культурно-исторического туризма» [4]. Данная работа отличается от предшествующих работ тем, что она фокусируется на конкретном случае – Катаре и его туристическом секторе, особенно в контексте проведения крупного международного события. В данном докладе исследуется то, как исламская экономическая модель адаптируется к требованиям международного туризма, сохраняя при этом свои религиозные и культурные принципы.

Анализ исламской экономической модели Катара и ее влияния на туристический сектор позволяет сделать ряд выводов. Во-первых, исламская экономика, основанная на принципах шариата, играет ключевую роль в формировании туристического продукта страны. Эта модель способствует созданию уникальных предложений, которые отвечают религиозным нормам. Однако это также создаёт вызовы, особенно в контексте международных событий, таких как чемпионат мира по футболу 2022 года, где ожидания туристов-немусульман могли противоречить местным традициям. Катару удалось частично смягчить эту проблему, создав специальные зоны для употребления алкоголя, что позволило сохранить баланс между соблюдением религиозных норм и удовлетворением потребностей туристов. Во-вторых, чемпионат мира по футболу стал важным этапом в формировании имиджа Катара как современного и гостеприимного государства. Страна смогла продемонстрировать свою способность адаптироваться к требованиям международных событий, сохраняя при этом свои культурные и религиозные ценности; что способствовало укреплению позитивного имиджа Катара как туристического направления. В-третьих, исследование выявило, что взаимодействие между местными жителями и туристами во время чемпионата мира имело как позитивные, так и негативные аспекты. С одной стороны, культурный обмен способствовал лучшему пониманию исламских традиций и ценностей среди туристов. С другой стороны, некоторые туристы воспринимали местные нормы как излишне строгие, что создавало определенное напряжение.

**Литература:**

1. Беккин Р. И. Тоухидная экономика как разновидность исламской экономической модели // Проблемы современной экономики. – 2012. – №2 (42). С. 448–450.
2. Беккин Р.И. Исламская экономическая модель и современность. М.: Издательский дом Марджани, 2009.
3. Журавлёв А. Ю. Исламские финансы и их преподавание как академической дисциплины // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2014. С. 108–115.
4. Jaelani A. Islamic Tourism Development in Cirebon: The Study Heritage Tourism in Islamic Economic Perspective // Journal of Economics Bibliography – 2016. – № 3 (2). – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\_id=2808317 (дата обращения: 11.02.2025).
5. Al-Emadi A., Sellami A. L., Fadlalla A. M. The Perceived Impacts of Staging the 2022 FIFA World Cup in Qatar // Journal of Sport & Tourism. – 2022. – Vol. 26, №1. – P. 1–20.
6. Zhang C. Impact of the 2022 FIFA World Cup on Qatar // International Journal of Social Science and Humanity. – 2024. – URL: https://www.ijssh.net/uploadfile/2024/IJSSH-V14N5-1225.pdf (дата обращения: 11.02.2025).
7. Dun S. No beer, no way! Football fan identity enactment won't mix with Muslim beliefs in the Qatar 2022 World Cup // Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events. – 2024. – Vol. 6, № 2. – P. 186–199.
8. Timothy D. J., Olsen D. H. Tourism, Religion and Spiritual Journeys. – 2006. – URL: https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203001073-15/tourism-islam-dallen-timothy-thomas-iverson (дата обращения: 20.02.2025).