

## مقومات نجاح السياحة الحلال في ماليزيا

## Elements Of The Success Of Halal Tourism In Malaysia

د. عرقوب خديجة

جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة

khadidjaarkoub@gmail.com

تاريخ القبول: 2018/04/14

تاريخ الاستلام: 2018/11/10

## الملخص:

تناولت هذه الدراسة موضوع السياحة الحلال كمفهوم سياحي جديد يشهد نمواً عالمياً في السنوات الأخيرة، وقد أوضحت أهم العوامل المساهمة في نمو هذه الصناعة في العالم، ثم تطرقت لمؤشر السياحة الإسلامي العالمي، أين قامت بالمقارنة بين بعض الدول من خلال هذا المؤشر في الفترة (2015-2017). وفي الأخير، قُيِّمت الدراسة التجريبية الماليزية في هذا المجال وبيّنت أهم مقومات نجاحها وكيف يمكن الاستفادة منها من قبل باقي الدول.

الكلمات المفتاحية: ماليزيا، سياحة حلال، سائح مسلم، مؤشر السياحة الإسلامي، أغذية حلال.

**Abstract :**

This study, has addressed the issue of Halal tourism, as a new tourism concept, that's known a global growth in recent years. It has highlighted the most important factors contributing to the growth of this industry in the world, and then it has touched on the World Islamic Tourism Index, Where has compared between some countries in the period (2015-2017) through this indicator. Finally, the study has evaluated the Malaysian experience in this field, and has explained the most important elements of its success and how it can be used by other countries.

**Key Words:** Malaysia, Halal Tourism, Muslim Tourist, Global Muslim Travel Index, Hallal Food.

**JEL Classification :** C43 ; L83

\*مرسل المقال: خديجة عرقوب (khadidjaarkoub@gmail.com)

**المقدمة:**

تعد السياحة من القطاعات الاقتصادية المهمة في الدولة، لما يمكن أن تدره من عائدات ضخمة تعود بالنفع على الجميع. ولهذا فإن هذا القطاع يتطلب المزيد من الإهتمام والدعم من قبل السلطات العليا على اعتباره قطاع خدماتي بالدرجة الأولى، حيث في هذا العصر أصبحت الخدمة أهم المنتجات المحركة لنمو الإقتصادات. وعليه فإن الرقي بقطاع السياحة يحتاج للمزيد من الإبتكار والتنوع في خدماته بما يتلاءم واحتياجات السائحين من أجل جذب أقصى عدد ممكن منهم. ومن الإتجاهات الجديدة في مجال السياحة؛ ما يعرف بالسياحة الحلال، هذا المفهوم الجديد الذي دخل مجال السياحة في السنوات الأخيرة والذي شهد نموا معتبرا في السوق الدولية وإقبالا لا نظير له من مختلف المستثمرين المسلمين وغير المسلمين، والذي يتوقع له المزيد من النمو في السنوات القليلة القادمة، خصوصا وأن عدد المسلمين في العالم في تزايد مستمر في مختلف الدول، كما أن السائح المسلم قد أصبح من أهم العملاء والأسواق الإستهلاكية للعالم بأسره، وشريحة ذات أهمية متزايدة للمؤسسات في مختلف القطاعات. وبما أن الوازع الديني من أهم المؤثرات على قرارات الشراء بالنسبة له، فإنه كان من الضروري انتشار ونمو الصناعات الحلال كالأغذية الحلال والأزياء الحلال والسياحة الحلال والمالية الإسلامية التي تلي احتياجاته دون مخالفة الشريعة الإسلامية.

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة التي بين أيدينا التعريف بالسياحة الحلال، والتطرق لأهم العوامل المساعدة على نمو هذا القطاع وواقعه في العالم، كما قمنا من خلالها أيضا بتحليل تجربة الدولة الأولى الرائدة في هذا المجال وهي ماليزيا، ووضحنا أهم مقومات نجاح هذه الصناعة فيها، وذلك للإستفادة من هذه التجربة المميزة في باقي الدول.

**الإشكالية:**

إذا كانت السياحة الحلال مفهوم سياحي جديد يستقطب عددا متزايدا من السياح، وخصوصا المحافظين منهم، والواقع يبين أنها سوق واعدة في العديد من الدول الإسلامية وغير الإسلامية، فما هي مقومات نجاحها في ماليزيا؟

**فرضية الدراسة:**

للإجابة عن اشكالية الدراسة تم وضع الفرضية التالية:

أهم مقومات نجاح السياحة الحلال في ماليزيا هي التركيز على تلبية مختلف احتياجات السائح المسلم، بالإضافة لخصائص الشعب الماليزي.

**أهمية الدراسة وأهدافها:**

تكمن أهمية هذه الدراسة في التعريف بالسياحة الحلال كنمط سياحي جديد، انطلاقا من دراسة واقعه عالميا، وأهم العوامل المساعدة على نمو سوقها وأهم الدول التي تصدر قيادة هذه الصناعة. كما تهدف الدراسة إلى توضيح أهم مقومات السياحة الحلال في ماليزيا باعتبارها الدولة الرائدة في هذا المجال، واستخلاص كيف يمكن الإستفادة من التجربة الماليزية من قبل باقي الدول.

## منهجية الدراسة:

تم الإعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع المعلومات والأرقام والإحصاءات وتحليلها تحليلًا منطقيًا للوصول للنتائج المطلوبة، كما تم الإعتماد كذلك على المنهج المقارن من خلال مقارنة بعض الإحصاءات لبعض الدول خلال الفترة (2015-2017) لمعرفة مقدار التحسن أو التراجع خلال هذه الفترة واستخلاص أهم النتائج وراء ذلك.

## محاور الدراسة:

لمعالجة ما سبق تم تقسيم هذه الدراسة إلى المحاور التالية:

- أولاً/ مفهوم السياحة الحلال؛
- ثانياً/ واقع السياحة الحلال في العالم؛
- ثالثاً/ السياحة الحلال في ماليزيا؛

## 1. مفهوم السياحة الحلال:

## 1.1. تعريف السياحة الحلال:

إن ازدياد عدد السياح المسلمين أدى إلى ظهور منتج جديد في مجال السياحة لتلبية احتياجاتهم السياحية، هذا المنتج هو السياحة الحلال أو السياحة الإسلامية، حيث تعد مفهومًا جديدًا في صناعة السياحة. وهي الآن مفهوم راسخ في مجال السياحة، لتقدم خدمات السفر والسياحة وفقا للتعاليم والممارسات الإسلامية أي وفقا لمتطلبات المسلمين المحافظين. إن السفر والسياحة "الحلال" قد أصبح قطاعًا سريع النمو في مجال السياحة. وتعرف السياحة الحلال بأنها: "الطلب على المنتجعات، الفنادق والنقل الحلال، وإحجام الأفراد والعائلات المحافظة عن السفر إلى مواقع وأماكن ذات الطابع الغربي، وإدانة سلوك السفر الذي لا يحترم التعاليم الإسلامية" (Sureerat Chookaew, Oraphan chanin, and others, July 2015, p: 740). إذن فالسياحة الحلال تشمل الأماكن والخدمات التي تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية كالفنادق الحلال التي لا تقدم المشروبات الكحولية وتمتلك أحواض سباحة منفصلة للرجال والنساء، والرحلات الجوية التي لا تقدم على متنها الكحول أو منتجات لحم الخنزير، ويتم الإعلان فيها عن مواقيت الصلاة وبث البرامج الدينية كجزء من الوسائل الترفيهية المقدمة على متنها. وتعد ماليزيا وتركيا والإمارات العربية المتحدة من الدول الرائدة في مجال السياحة الحلال، والتي تحاول جذب المسافرين والسياح المسلمين من جميع أنحاء العالم، بتقديم مختلف التسهيلات والخدمات المتوافقة مع المعتقدات الدينية لهؤلاء السياح المسلمين.

**2.1. العوامل الرئيسية لنمو سوق السياحة والسفر الحلال في العالم:** إن أهم العوامل الرئيسية لنمو السياحة والسفر الحلال عالميا هي:

**أ. تزايد نمو عدد السكان المسلمين:** إن عدد السكان المسلمين في نمو متزايد وسريع، ومن المتوقع أن يزداد عددهم في العالم بمعدل نمو 73% في السنوات القادمة، مرتفعا بذلك من 1.6 مليار مسلم في عام 2010 أي بنسبة 23% من سكان العالم إلى 2.8 مليار مسلم بحلول عام 2050، أي بنسبة 30% من إجمالي عدد سكان العالم المتوقع وذلك وفقا للتوقعات السكانية الجديدة الصادرة عن Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life (Report : The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050, 2 April 2015, p: 7) وستأتي الغالبية العظمى من سكان المسلمين من الإقتصاديات الناشئة مثل أندونيسيا، ماليزيا، تركيا ودول الخليج. وهذا يعني أنه من بين 3 مواليد بين عام 1990 و2030 فإن مولودا واحدا سيكون مسلما. وزيادة عدد المسلمين يعني زيادة حاجتهم ومتطلباتهم المتوافقة مع الشريعة والتي من بينها السياحة والسفر الحلال، وهذا سيؤدي إلى نمو هذا القطاع أكثر مستقبلا.

**ب. نمو الطبقة الوسطى وارتفاع دخلها المتاح:** إن الطبقة الوسطى في الدول ذات الغالبية المسلمة في تزايد واتساع وتشمل الدول الخليجية، أندونيسيا، ماليزيا، تركيا، نيجيريا، وبنغلاديش. كما أن الجيل الثاني والجيل الثالث من المسلمين في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية أصبحوا ذوي تعليم عالي ومن بين القوى المهنية العاملة. كل هذا ساهم في زيادة الدخل المتاح لقاعدة كبيرة من المستهلكين المسلمين، الذين أصبح السفر الحلال من بين عناصرهم الإستهلاكية المتزايدة وهذا بدوره سيؤثر على نمو سوق السياحة الحلال.

**ج. السكان الأصغر سنا:** يتميز المسلمون بكثرة الفئات الشابة والأصغر سنا مقارنة بباقي المجموعات الدينية الكبرى، حيث يصل الفرق إلى 7 سنوات عن متوسط العمر من غير المسلمين. وهذه الفئات الشابة والأصغر سنا هي الأكثر اطلاعا وتأثيرا في التخطيط للسفر في رحلات عائلية. وبالتالي ازدياد الطلب على الرحلات العائلية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية.

**د. زيادة فرص الحصول على معلومات السفر:** إن انتشار استخدام الأنترنت مع انتشار استخدام الهواتف الذكية، جعل التخطيط للسفر أمرا سهلا بشكل عام. البلدان ذات الأغلبية المسلمة مثل المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة هي من أعلى الدول فيما يتعلق بانتشار استخدام الهواتف الذكية. ويعد السكان الأصغر سنا من المسلمين الأكثر ذكاء في استخدام التكنولوجيا كما أنهم ينشطون على وسائل التواصل الإجتماعي التي يستخدمونها للحصول على المعلومات المتعلقة بوجهات السفر. مما يتيح ويسهل الحصول على المعلومات الضرورية للسفر في وقت قياسي وهذا من شأنه زيادة الطلب على الرحلات والسفر ومن بينها الرحلات الحلال.

هـ. زيادة توافر الخدمات والمرافق الصديقة للمسافرين المسلمين: لقد شهدت السنوات الأخيرة بداية العديد من الشركات والوجهات السياحية تكييف منتجاتها وخدماتها لتلبية احتياجات المسافرين المسلمين. وهذا يعني أن هناك زيادة في الخدمات الصديقة للمسلمين كالأطعمة الحلال الذي أصبح متاحا في العديد من المدن الكبرى الآن. إن العوامل السابقة الذكر وغيرها ستؤثر على سوق السياحة الحلال العالمي وستساهم في نموه في السنوات القليلة القادمة.

**3.1. الإحتياجات الرئيسية للسائح المسلم:** تم تحديد 6 إحتياجات رئيسية للسائح أو المسافر المسلم، تختلف درجة أهميتها بين مسافر وآخر، هذه الإحتياجات تتمثل في: (Global Muslim Travel Index 2016, March 2016, pp: 6-7)

أ. **الأغذية الحلال:** تعد الأطعمة الحلال بما فيها المأكولات والمشروبات المتوافقة مع الشريعة أهم خدمة يتطلع إليها المسافرون المسلمون، وتختلف مستويات قبول ضمان الأغذية الحلال بين هؤلاء المسافرين بناء على المنطقة التي قدموا منها، فمثلا سهولة الحصول على الغذاء الحلال وتوفره يعد الخيار المفضل للزائر المسلم القادم من جنوب شرق آسيا وغرب أوروبا.

ب. **مرافق الصلاة:** تعد الصلاة من أهم العبادات في الدين الإسلامي، فهي ثاني ركن من أركان الإسلام ووفقا لتقرير Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life فإن 63% من المسلمين يؤدون الصلوات الخمس في اليوم، لكن أثناء السفر فإن البعض منهم يقوم بجمع بعض الصلوات مع بعضها البعض ويؤديها ثلاث مرات في اليوم. ولذلك من أجل تلبية هذه الحاجة، فإن الخدمات والمرافق التي يرتادها المسلمون يجب أن تكون مجهزة بغرف للصلاة، مزودة بأماكن للوضوء، وتحدد جهة القبلة وكل ما يحتاجه المصلي لأداء صلاته على أكمل وجه.

ج. **خدمات رمضان:** على الرغم من أن هناك عددا أقل ممن يسافرون في شهر رمضان، إلا أن هناك بعض الفئات تفضل قضاء هذا الشهر بعيدا عن المنزل خصوصا إذا تزامن مع العطلة المدرسية. ومن أجل جذب المسافرين المسلمين خلال هذه الفترة يجب أن تكون الدولة المستقبلية قادرة على تلبية إحتياجاتهم الخاصة خلال هذا الشهر الفضيل، كمثال على ذلك تقديم وجبات السحور في الفنادق ووجبات الإفطار في مواعيدها.

د. **دورات المياه الصحية:** بالنسبة للمسلمين تلعب المياه دورا رئيسيا في الطهارة والنظافة وكلاهما جانب مهم من الجوانب الأساسية للإيمان. وتعد النظافة الجسدية عنصر مهم للفرد المسلم ولهذا تولى عناية واهتمام خاص بنظافة الحمام والمراحيض، وذلك بضرورة توفر المياه في هذه المراحيض، حيث يتسبب عدم وجودها في ازعاج للمسافرين المسلمين.

هـ. لا للأنشطة غير الحلال: عندما يتعلق الأمر بالسفر فإن المسافرين المسلمين يركزون على بيئة صديقة للأسرة، تستبعد الأنشطة الحرام كتجنب المرافق التي تقدم الكحول أو التي تحتوي على ملاهي ليلية، أو المجاورة لمنتجات القمار وغيرها.

و. المرافق والخدمات الترفيهية مع الخصوصية: إن المسافرين المسلمين يبحثون أثناء سفرهم على المرافق التي تقدم أنشطة وخدمات ترفيهية تراعي الخصوصية للنساء والرجال. وتشمل هذه المرافق:

- حمامات السباحة والصالات الرياضية التي توفر الخصوصية في الإستخدام للرجال والنساء.
- الشواطئ، التي توفر مجالات للذكور والإناث في التمتع بالخصوصية.

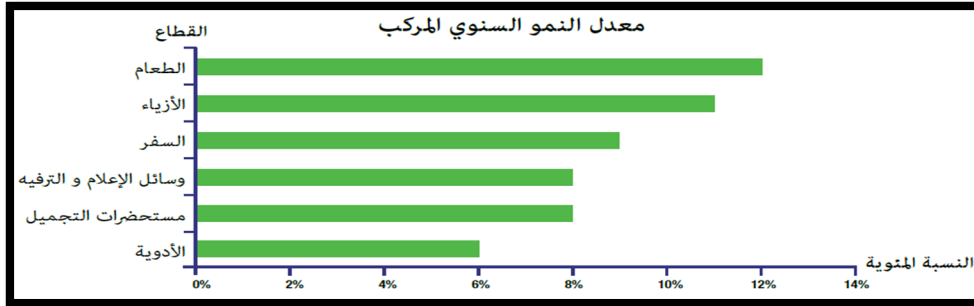
إن الإحتياجات السابقة الذكر هي أهم ما يميز السياحة الحلال عن غيرها من السياحات، فتقدم الخدمات التي تسهل حياة الفرد المسلم أثناء سفره كوجود أماكن للصلاة وأماكن للترفيه لجميع أفراد الأسرة خصوصاً النساء دون شعور بالحرج أو الإنزعاج هي أقصى ما يتمناه المسافر المسلم.

## 2. واقع السياحة الحلال في العالم:

### 1.2 نمو قطاع السياحة الحلال في العالم:

لقد أصبح المسلمون اليوم من أهم الأسواق الإستهلاكية للعالم بأسره، وشريحة ذات أهمية متزايدة للمؤسسات في مختلف القطاعات. ويعد الوازع الديني من أهم المؤثرات على قرارات الشراء بالنسبة لهم، وهذا ما ساهم في انتشار ونمو الصناعات الحلال كالأغذية الحلال والأزياء الحلال والمالية الإسلامية التي تلي احتياجات المسلمين دون مخالفة الشريعة. وفيما يخص السياحة الحلال فقد بين تقرير صادر عن شركتي «ماستركارد» لحلول الدفع الإلكتروني و«كرسنر ريتنج» العاملة في مجال السفر «الحلال»؛ أنه في عام 2014 بلغ عدد المسافرين المسلمين في العالم 108 مليون مسافر مسلم، بحجم انفاقي قدره 145 مليار دولار أمريكي (باستثناء الحج والعمرة). (Global Muslim Travel Index 2015, March 2015, p:04) وفي عام 2015 بلغ 117 مليون مسافر مسلم (Global Muslim Travel Index 2016, March 2016, p:04) وفي عام 2016 بلغ 121 مليون مسافر مسلم، ومن المتوقع أن يرتفع العدد إلى 156 مليون مسافر أو زائر مسلم عام 2020 بانفاق 220 مليار دولار أمريكي (Global Muslim Travel Index 2017, May 2017, p: 03). هذا يدل على نمو معتبر لقطاع السياحة الحلال في العالم وعلى وجود فرص وامكانيات للمزيد من النمو مستقبلاً. وقد تم توقع استمرار نمو قطاع السياحة الحلال خلال الفترة 2013-2019 بمعدل نمو سنوي مركب يقدر بـ 9% إلى جانب مجموعة من القطاعات ضمن الصناعة الحلال كما يوضحه الشكل التالي:

## الشكل رقم (01): نمو الصناعة الحلال بين عامي 2013 و 2019



المصدر: الآفاق للنمو العالمي: النظام البيئي الحلال، بنك نيجارا ماليزيا، ص: 04. على الرابط:

<http://www.mifc.com/index.php?ch=28&pg=192&ac=146&bb=uploadpdf>

حيث نلاحظ أن قطاع السياحة الحلال يحتل المرتبة الثالثة بين قطاعات الصناعة الحلال من حيث النمو بعد كل من قطاع الأغذية الحلال والأزياء الحلال. وهذا يدل على أهمية هذا القطاع وزيادة الطلب عليه في السنوات اللاحقة.

## 2.2. مؤشر السياحة الحلال العالمي (GMTI):

قامت شركة «كرست ريتنج» بوضع مؤشر "كرست ريتنج" للرحلات أو السفر الحلال الذي يضم 11 مؤشرا فرعيا حسب ما جاء في آخر تقرير لعام 2017، حيث يتضمن هذا المؤشر مجموعة من المعايير الأساسية؛ مثل: مدى ملاءمة الدول المختارة كوجهة سياحية عائلية مناسبة لقضاء العطلات، ومستوى الخدمات والمرافق المتوفرة، وخيارات الإقامة، والمبادرات التسويقية، إلى جانب استقبال الزوار والوافدين. ويجري احتساب نقاط كل معيار حتى يتم الوصول إلى المعدل العام للمؤشر. ويتميز المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية بكونه يبحث بشكل معمق في بيانات مجموعة من الدول بعض منها تنتمي لمنظمة التعاون الإسلامي كماليزيا، الجزائر، تونس، والبعض الآخر لا ينتمي لهذه المنظمة كسنغافورة، تايلند، الولايات المتحدة. وفي سنة 2016 وسنة 2017 شمل المؤشر 130 وجهة (دولة) عالمية، مقارنة بـ 100 وجهة في نسخة عام 2015. (جريدة الإتحاد، مارس 2016)

ويساعد هذا المؤشر الجهات السياحية المختارة وشركات الخدمات السياحية والمستثمرين على مراقبة نمو قطاع السفر وأدائه، في حين يمكن لكل منها تقييم التقدم الذي تحققه للوصول إلى السوق المتنامية بشكل منفصل.

## 3.2. مقارنة بين بعض الدول حسب مؤشر السياحة الحلال العالمي خلال الفترة (2015-2017):

إن التقارير الصادرة عن شركتي «ماستركارد» و«كرست ريتنج» منذ عام 2011 توضح أن ماليزيا هي الرائدة عالميا في مجال السياحة الحلال، حيث حسب معايير مؤشر السياحة الإسلامي العالمي تحتل ماليزيا دائما المرتبة الأولى، وتليها في ذلك تركيا. فمثلاً في سنة 2014 لوحدها استقطبت ماليزيا وتركيا معا 13% من مجموع المسافرين المسلمين. إضافة لهذين الدولتين فإن بعض الدول الخليجية كالإمارات والسعودية إضافة إلى دول أخرى لا تنتمي لمنظمة التعاون الإسلامي كسنغافورة وتايلاند، تعد من الوجهات السياحية المفضلة للعديد من المسافرين المسلمين.

وعليه يمكن القول أن وجهات السياحة الحلال لا تقتصر فقط على الدول الإسلامية بل تتعدى ذلك إلى الدول غير الإسلامية، وهذا يعني إدراك هذه الدول للأهمية الاقتصادية لإستقطاب السائح المسلم الملتزم. وفي مايلي ترتيب 20 دولة تنتمي لمنظمة التعاون الإسلامي حسب المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية لعام 2015، 2016 و 2017:

الجدول رقم (01): ترتيب 20 دولة عضوة في منظمة التعاون الإسلامي حسب المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية لعام (2015، 2016، 2017)

الترتيب	الدول 2015	الدول 2016	الدول 2017	الترتيب حسب (GMTI 2015)	الترتيب حسب (GMTI 2016)	الترتيب حسب (GMTI 2017)	التقييم 2015	التقييم 2016	التقييم 2017
1	ماليزيا	ماليزيا	ماليزيا	1	1	1	83.8	81.9	82.5
2	تركيا	الإمارات	الإمارات	2	2	2	73.8	74.7	76.9
3	الإمارات	تركيا	أندونيسيا	3	3	3	72.1	73.9	72.6
4	السعودية	اندونيسيا	تركيا	4	4	4	71.3	70.6	72.4
5	قطر	قطر	السعودية	5	5	5	68.2	70.5	71.4
6	اندونيسيا	السعودية	قطر	6	6	6	67.5	70.4	70.5
7	سلطنة عمان	سلطنة عمان	المغرب	7	7	7	66.7	70.3	68.1
8	الأردن	المغرب	سلطنة عمان	8	9	8	66.4	68.3	67.9
9	المغرب	الأردن	البحرين	10	10	9	64.4	65.4	67.9
10	بروناي	البحرين	ايران	11	11	11	64.3	65.3	66.8
11	تونس	بروناي	الأردن	12	12	12	64.0	64.6	66.3
12	الكويت	الكويت	بروناي	13	13	13	63.9	64.1	64.4
13	ايران	تونس	مصر	14	14	14	63.9	63.7	64.1
14	البحرين	ايران	الكويت	15	15	15	63.6	63.6	63.9
15	مصر	كازاخستان	جزر المالديف	16	16	16	62.3	63.3	63.1
16	جزر المالديف	مصر	كازاخستان	17	17	17	62.3	63.1	62.0
17	كازاخستان	جزر المالديف	تونس	18	18	18	60.5	61.8	61.1
18	بنغلاديش	بنغلاديش	بنغلاديش	19	19	19	60.2	60.0	59.8
19	الجزائر	الجزائر	الجزائر	21	22	22	58.5	58.5	59.4
20	أذربيجان	أذربيجان	باكستان	22	23	23	58.2	57.3	57.6

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على: MasterCard & CrescentRating, Global Muslim Travel Index

MasterCard & CrescentRating, Global Muslim Travel Index 2016, و March 2015, p:13.

MasterCard & CrescentRating, Global Muslim Travel Index 2017, May 2017, و March 2016, p:15. p:18.

نلاحظ أن ماليزيا رغم انخفاض مجموع نقاطها في سنة 2016 مقارنة بسنة 2015 إلا أنها حافظت على مرتبتها الأولى كوجهة سياحية إسلامية، أما في سنة 2017 فقد ارتفع مجموع نقاطها مقارنة بسنة 2016 وقد حافظت مجددا على مرتبتها الأولى، في حين أن تركيا التي كانت تحتل المرتبة الثانية سنة 2015 تراجعت إلى المرتبة الثالثة سنة 2016 ثم المرتبة الرابعة سنة 2017 وحلت محلها الإمارات في المرتبة الثانية سنة 2016 وسنة 2017 على التوالي، بعدما كانت تحتل المرتبة الثالثة سنة 2015. وهذا راجع إلى تحسن مجموع نقاطها الذي يدل على تحسن مقومات السياحة الحلال فيها. كما نلاحظ أن هناك بعض الدول بالإضافة إلى ماليزيا قد حافظت على ترتيبها سنة 2015 وسنة 2016 ثم تراجع ترتيبها سنة 2017 كقطر التي كانت تحتل المرتبة الخامسة سنة 2015 وسنة 2016 ثم تراجعت إلى المرتبة السادسة سنة 2017، وسلطنة عمان التي كانت تحتل المرتبة السابعة سنة 2015 وسنة 2016 ثم تراجعت إلى المرتبة الثامنة سنة 2017. في حين أن هناك دولاً أخرى قد تحسن ترتيبها كاندونيسيا، حيث انتقلت من المرتبة السادسة سنة 2015 إلى المرتبة الرابعة سنة 2016، ثم المرتبة الثالثة سنة 2017. والمغرب التي



تحسنت من المرتبة العاشرة سنة 2015 إلى المرتبة التاسعة سنة 2016 ثم المرتبة السابعة سنة 2017. كما نلاحظ أيضا أن هناك دولا أخرى قد تراجع ترتيبها خلال السنوات الثلاث؛ كتونس التي تراجعت من المرتبة 12 سنة 2015 إلى المرتبة 14 سنة 2016، ثم المرتبة 19 سنة 2017، والجزائر التي تراجعت من المرتبة 21 سنة 2015 إلى المرتبة 22 سنة 2016 وسنة 2017 رغم محافظتها على نفس مجموع النقاط المسجلة سنة 2015 وسنة 2016 وتحسنها سنة 2017 حسب مؤشر السياحة الإسلامي العالمي. إن تحسن ترتيب بعض الدول حسب مؤشر السياحة الإسلامي العالمي يدل على تحسن المعايير والمقومات الأساسية للسياحة الحلال في هذه الدول مقارنة بباقي الدول، وهذا التحسن يعبر عن الجهود والتدابير المتخذة والمبدولة من الجهات المختصة بقطاع السياحة الحلال للنهوض بهذا القطاع. أما تراجع ترتيب بعض الدول فإنه يدل على أن مقومات السياحة الحلال لم تشهد تحسنا اضافيا مقارنة بالسنة السابقة، وعليه وجب على الدول التي تراجع ترتيبها دعم قطاع السياحة الحلال بالمزيد من التحفيزات من أجل استرجاع ترتيبها وتحسينه في السنوات اللاحقة. أما فيما يخص ترتيب 20 دولة لا تنتمي لمنظمة التعاون الإسلامي حسب المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية لعام 2015، 2016 و 2017 فإنه موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (02): ترتيب 20 دولة غير عضوة في منظمة التعاون الإسلامي حسب المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية لعام (2015، 2016، 2017)

الترتيب	الدول 2015	الدول 2016	الدول 2017	الترتيب حسب (GMTI 2015)	الترتيب حسب (GMTI 2016)	الترتيب حسب (GMTI 2017)	التقييم 2015	التقييم 2016	التقييم 2017
1	سنغافورة	سنغافورة	سنغافورة	9	8	10	65.1	68.4	67.3
2	تايلاند	تايلاند	تايلاند	20	20	18	59.2	59.5	61.8
3	المملكة المتحدة	المملكة المتحدة	المملكة المتحدة	25	21	20	55.0	59.0	60.0
4	جنوب افريقيا	جنوب افريقيا	جنوب افريقيا	30	30	30	51.1	53.1	53.6
5	فرنسا	هونغ كونغ	هونغ كونغ	31	31	31	48.2	53.0	53.2
6	بلجيكا	فرنسا	اليابان	32	32	32	47.5	51.6	52.8
7	هونغ كونغ	تايبان	تايبان	33	33	33	47.5	50.1	52.4
8	الولايات المتحدة	اليابان	فرنسا	34	34	34	47.3	49.1	52.1
9	اسبانيا	سيرلانكا	اسبانيا	35	35	36	46.5	49.0	48.8
10	تايبان	الولايات المتحدة	الولايات المتحدة	36	36	37	46.2	48.9	48.6
11	اليابان	اسبانيا	ألمانيا	37	37	39	45.3	48.8	48.2
12	سويسرا	المغربي	المغربي	38	38	40	45.2	48.7	47.6
13	استراليا	بلجيكا	سيرلانكا	39	39	41	45.1	48.1	47.5
14	المغربي	ألمانيا	استراليا	40	43	42	44.2	46.8	46.7
15	سيرلانكا	استراليا	المغربي	41	44	43	44.0	46.6	46.5
16	اليونان والبرسك	المغربي	روسيا	42	46	44	44.0	45.7	46.5
17	روسيا	سويسرا	الصين	43	47	45	43.8	45.6	45.9
18	ألمانيا	اليونان والبرسك	كوريا الجنوبية	44	48	47	43.5	45.3	45.5
19	لوزيانا	روسيا	كندا	45	49	49	42.4	45.1	45.1
20	هولندا	الصين	بلجيكا	46	50	51	42.1	44.5	44.8

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على: MasterCard & CrescentRating, Global Muslim Travel Index

MasterCard & CrescentRating, Global Muslim Travel Index 2016، و 2015، March 2015، p:13.

MasterCard & CrescentRating, Global Muslim Travel Index 2017، May و March 2016، p:15.

2017، p:19.

حيث نلاحظ أن سنغافورة تترأس قائمة هذه الدول وقد تحسن ترتيبها إلى المرتبة الثامنة سنة 2016 بعدما كانت تحتل المرتبة التاسعة سنة 2015، ثم تراجع ترتيبها إلى المرتبة العاشرة سنة 2017. تلتها في ذلك تايلاند التي حافظت على نفس مرتبتها -المرتبة العشرين- خلال السنتين 2015 و 2016 ثم تحسن ترتيبها إلى المرتبة 18 سنة

2017، ثم المملكة المتحدة التي احتلت المرتبة 21 سنة 2016 بعدما كانت تحتل المرتبة 25 سنة 2015، ثم المرتبة 20 سنة 2017 مع تحسن مجموع نقاطها كذلك.

كما نلاحظ أن العديد من الدول الأوروبية والآسيوية كفرنسا وبلجيكا وتايوان واليابان وغيرها، قد شملها مؤشر السياحة الإسلامية وقد حصلت على مراتب لم تتعد المرتبة الخمسين، وهذا يدل على اهتمام هذه الدول بتقديم الخدمات السياحية الإسلامية التي تلي احتياجات السائح المسلم والتي ازداد الطلب عليها في السنوات الأخيرة.

### 3. السياحة الحلال في ماليزيا:

#### 1.3. لحة عن ماليزيا:

ماليزيا دولة آسيوية، تقع جنوب شرق آسيا وتبلغ مساحتها 329.847 كم<sup>2</sup>، عاصمتها كوالالمبور، تتكون من 14 ولاية، من بينها ولاية جوهور، سراوك، كيدا، سيلانجور، بيرك، ملاكا، إضافة إلى ثلاث أقاليم فيدرالية هي: العاصمة كوالالمبور، ومدينة بوتراجايا الإدارية، ومدينة لابوان التجارية. تتميز بتعدد الديانات كالإسلام والمسيحية والبوذية... إلا أن الديانة الرسمية للدولة هي الإسلام، حيث يشكل المسلمون الأغلبية. نظام الحكم في ماليزيا هو ملكي دستوري، وعملتها هي الرينجيت الماليزي. لغتها الرسمية هي اللغة الماليزية وقد استخدمت لتوحيد الشعب المتعدد الأجناس والثقافات والديانات، حيث أهم ثلاث أجناس موجودة في ماليزيا نجد: الملايو وهم السكان الأصليون الذين يمثلون أكبر نسبة، الصينيون، والهنود، إضافة إلى أعراق أخرى. وقد بلغ عدد سكان ماليزيا 32.10 مليون نسمة حسب احصائيات عام 2017. (The Malaysian Economy in Figures, 2017)

تتميز ماليزيا بزراعة المطاط الطبيعي والنخيل والكاكاو والأرز وأشجار الأخشاب وجوز الهند والتوابل. كما تتميز بثرواتها الطبيعية من بترول وغاز طبيعي، وخامات معدنية كالحديد والذهب والقصدير (محمد صادق اسماعيل، 2014، ص: 07). وقد أصبحت من الدول المتقدمة علميا وتكنولوجيا وتفوقت في صناعة الإلكترونيات حتى أصبحت من المصدرين لها.

ومنذ استقلالها عام 1957 اتجهت ماليزيا نحو البناء والتعمير والإهتمام بمختلف دعائم النهوض بالإقتصاد الوطني وتعزيز الترابط المجتمعي وروح الإنتماء، وتفعيل دور الموارد المحلية في تحقيق التنمية المنشودة. إن ماليزيا اليوم تعد من الإقتصادات الناشئة التي حققت فقرة نموية معتبرة بداية من السبعينات حتى هذه اللحظة، والتي تسعى إلى الوصول لمصاف الدول المتقدمة عام 2020 ضمن استراتيجية وطنية طموحة ترغب من خلالها الوصول إلى ثراء الدول المتقدمة ومجاراتها في قدراتها التصنيعية والتنافسية، لكن دون التخلي عن هويتها وثقافتها ودينها. (خديجة عرقوب، 2017، ص: 243)

ومن بين العوامل المساعدة في تحقيق هذه الخطة؛ الإستقرار السياسي الذي تعيشه ماليزيا رغم اختلاف الأجناس والديانات، اضافة إلى أن القيادات الماليزية تتميز بالثقة بالنفس وتعرف بالضبط ماذا تريد، ولا تبالي في تقدير امكاناتها المتاحة، وقد رسمت اتجاهها الصحيح منذ الإستقلال.

### 2.3. واقع السياحة الحلال في ماليزيا:

تعتبر ماليزيا التاسعة عالميا سياحيا، وتوفر لها السياحة ثالث أكبر مصدر للدخل القومي وبنسبة 15 بالمائة (جريدة الشرق الأوسط، جويلية 2016)، ولقد احتلت المرتبة الأولى عالميا كوجهة سياحية مفضلة للسائحين المسلمين خلال سبع سنوات متتالية، أي خلال الفترة 2011-2017 حسب المؤشر العالمي للسياحة الحلال الصادر عن شركتي «ماستركارد» و«كرست ريتنج» كما ذكر سابقا. وفي سبتمبر 2015 وتعاون نفس الشركتين تم وضع مؤشر التسوق للسائح المسلم (MuslimTravel Shopping Index (MTSI)، واحتلت ماليزيا المرتبة الثانية بعد دبي كأفضل وجهة سياحية للتسوق عالميا للسائح المسلم.

وتعد أندونيسيا على رأس الدول التي يفضل أفرادها التوجه نحو ماليزيا، تليها في ذلك بروناي، بنغلاديش، المملكة العربية السعودية، باكستان... وغيرها. وهذا كما يتضح من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (03): ترتيب الخمس دول الإسلامية الأولى ذات التوجه السياحي نحو ماليزيا (2014/2015)

الدولة	عدد السياح المسلمين القادمين إلى ماليزيا
1. أندونيسيا	2 827 533
2. بروناي	1 213 110
3. بنغلاديش	204 418
4. المملكة العربية السعودية	113 921
5. باكستان	97 114

Source: MALAYSIA ISLAMIC TOURISM facts and figures in brief 2014/2015, Islamic Tourism Centre, Ministry of Tourism & Culture, Malaysia, first published 2015, P: 05.

وقد سجلت ماليزيا حوالي 5.44 مليون سائح مسلم في سنة 2012 (أي ما يعادل 21.75% من إجمالي عدد السياح الوافدين إليها في نفس السنة)، مقارنة بـ 5.22 مليون سائح مسلم سنة 2011. أما في سنة 2013 فقد تجاوز عدد السياح المسلمين الوافدين إلى ماليزيا من جميع الدول الإسلامية 5 ملايين سائح مسلم. (Fatemeh, Shafaei, Badaruddin Mohamed, 2015, pp: 97-98)، لكن في سنة 2014 سجل هذا العدد تراجعا إلى 3.2 مليون سائح مسلم، وذلك بـ 821 رحلة طيران أسبوعيا. (Islamic Tourism Centre, Ministry of Tourism & Culture, Malaysia, 2015, P: 05)

### 3.3. أسباب اقبال السياح المسلمون على ماليزيا:

إن تحقيق ماليزيا للمرتبة الأولى كوجهة سياحية للمسلمين من مختلف دول عالم، كان نتيجة الإهتمام الكبير لماليزيا بهذا القطاع المتنامي. حيث عملت على توفير كل ما يحتاجه السائح والمسافر المسلم من مرافق وخدمات تتوافق وما يطلبه هذا السائح. وهذه المرافق والخدمات تعد ركائز ومقومات نجاح السياحة الحلال في ماليزيا أين تعمل على استقطاب المزيد من السياح المسلمين سنويا. ويمكن اجمال أسباب اقبال السياح المسلمون على ماليزيا في النقاط التالية:

أ. المقومات الطبيعية: إن ماليزيا بلد متنوع من حيث الأنظمة البيئية، وهي من الدول الإثني عشر في العالم المتنوعة بيولوجيا حيث تضم هذه الدول مجتمعة على الأقل 60% من الأنواع المعروفة. (Ministry of science, Technology and the Environment, Malaysia, 1998, P: 10) وهذا التنوع الهائل هو تنوع نباتي وحيواني، إضافة إلى الغابات والجبال والمسطحات المائية، فبالنسبة للتنوع النباتي؛ هناك تقريبا 15 000 نوعا من النباتات الوعائية، أما التنوع الحيواني فيضم 307 نوعا معروفا من الثدييات، 30 منها مستوطن في ماليزيا، 785 نوع من الطيور، 242 نوعا من البرمليات، و567 نوعا من الزواحف. إضافة إلى 1951 نوعا من الأسماك البحرية وأسماك المياه العذبة. (Ministry of science, Technology and the Environment, Malaysia, February 2016, p: 08) كما تتميز ماليزيا بطقس استوائي دافئ، وتوفر الحدائق النباتية والمنتجعات المائية التي تجذب العديد من الزوار.

ب. المساجد السياحية: من أهم منتجات السياحة الحلال في ماليزيا، وتمتلك ماليزيا 6 329 مسجدا مسجلا تحت إدارة قسم التنمية الإسلامية في ماليزيا (Department of Islamic Development Malaysia) بقيادة 10 377 إماما. (Islamic Tourism Centre, Ministry of Tourism & Culture, Malaysia, 2015, P:11) مثل مسجد السلطان أبو بكر في ولاية جوهور، مسجد زاهر في ولاية كيدا... وغيرها. وهي توفر للسياح المسلمين مرافق الصلاة والدعوة الإسلامية للصلاة والتي هي ضرورية لتطوير معايير توجيه السياحة الحلال، كما حددها الإسلام من العوامل التي قد تجذب السياح المسلمين.

ج. الأغذية الحلال: إن ما يميز السياحة في ماليزيا هو قدرتك على تناول الطعام دون التخوف من أن يكون الطعام حلالا أم لا؛ حيث تراقب الجهات الماليزية الأغذية في الأسواق، ويمكن لأي مسافر التحقق إن كان الطعام حلالا أم لا عبر التأكد من وجود شهادة على الطعام وهي علامة منتج حلال. فالسلطات في ماليزيا تعمل على إصدار تراخيص موحدة تضم شروطا صارمة للمنتج الحلال عن طريق إدارة التنمية الإسلامية الماليزية. كما توضع لوحات "الحلال" على الأكشاك والمقاهي والمطاعم التي تقدم الأكل الحلال. فحتى شركات ماكدونالدز ودجاج كنتاكي وغيرها من مطاعم الوجبات السريعة تخضع لرقابة عالية (موقع دليل المسافر، بدون سنة نشر). وقد روجت ماليزيا للأغذية الحلال في الشرق الأوسط من أجل استقطاب السياح من تلك المنطقة، ولاسيما من دولة الإمارات العربية

المتحدة، سوريا، المملكة العربية السعودية. ونتيجة لذلك قامت برفع حجم سوق الأغذية الحلال من 6.6 مليار دولار أمريكي سنة 2004 إلى 8.2 مليار دولار سنة 2009. وقد وجد أن المجموعة الواسعة من الأطعمة الحلال في ماليزيا تعتبر من أهم السمات في خلق صورة ماليزيا كرائدة في مجال السياحة الحلال (Fatemeh Shafaei, Badaruddin Mohamed, 2015, p: 102). وتعد ماليزيا من الدول الرائدة في اعتماد وانتاج وتوزيع الأغذية الحلال، وقد عكفت على تصدير خبرتها في هذا المجال إلى دول غير اسلامية كاليابان مثلا، كما بدأت شركات الأطعمة الحلال الماليزية في تكثيف جهودها لتحقيق طموحاتها العالمية بعد أن أدركت نمو السوق العالمية بدعم من أموال الطبقة المتوسطة في الدول الإسلامية وتزايد الطلب من الدول غير المسلمة (جريدة الشرق الأوسط، ماي 2014).

**د. الأنشطة الحلال وخدمات رمضان:** تقوم سلاسل الفنادق في ماليزيا بإنشاء وتطوير المزيد من العقارات في مجال السياحة الحلال، كما أن المنتجعات والفنادق المدرجة بموقعها الإلكتروني تُقدّم الأطعمة الحلال وتتبع سياسة منع المشروبات الكحولية؛ إما في المنتجع أو الفندق بأكمله أو على الأقل في بعض المناطق به (موقع الخليج أونلاين، 2017). أين يخلو عدد من الفنادق في ماليزيا من الكحول بشكل كامل، حيث تسوّق هذه الفنادق لنفسها على أنها صديقة للمسلمين. وأبرزها "غراند بلو ويف" و"تي إيتش هوتيلز" و"بردانا بي أن بي هوتيل أند سويت" و"دو بالم" (موقع دليل المسافر، بدون سنة نشر). وفيما يخص السياحة في شهر رمضان في ماليزيا فهي ممكنة، حيث العديد من الفنادق تقدم لائحة كاملة من الأطعمة تناسب هذا الشهر الكريم وتحت مراقبة المركز الإسلامي للسياحة.

**هـ. المرافق والخدمات الترفيهية مع الخصوصية:** بعض الفنادق في ماليزيا يتضمن مناطق شاطئية خاصة للسيدات فقط، والبعض الآخر به مناطق شاطئية مختلطة للعائلات مع مراعاة السباحة بالزبي المحتشم، فضلا عن وجود مرافق للصلاة.

إضافة لما سبق فإن المجتمع الماليزي يتميز بأنه شعب كريم، ودود، متحاب، متعايش، مضياف، بسيط، يرحب بالثقافات الأخرى ويحب التعاون وتبادل المعارف والأفكار. وهذا ما يساهم كذلك في استقطاب المزيد من السياح المسلمين منهم وغير المسلمين للدولة الماليزية.

### 4.3. تقييم التجربة الماليزية في مجال السياحة الحلال وكيف يمكن الاستفادة منها في باقي الدول:

دائما ما يكون الهدف من دراسة تجربة دولة ما في مجال معين، هو الاستفادة من عوامل نجاح هذه التجربة ومحاولة محاكاتها في دولة أخرى للوصول لنفس النتائج ولما لا التفوق عليها، وهذا يعتمد على مدى جدارة وقدرة الدول في اقتناص ما ينفعها من دراسة التجارب وذلك بما يتوافق ومبادئ وعادات وثقافة كل دولة، دون أن تنسى هذه الدول ضرورة السعي لتفعيل قدراتها الذاتية وامكاناتها الداخلية للوصول للهدف المطلوب. وبالرجوع للتجربة الماليزية في مجال السياحة الحلال، فقد رأينا أن ريادتها في هذا القطاع لا ينافرها عليها أحد من الدول، لأن ماليزيا

تؤمن بقدراتها وتنطلق دائما من مقوماتها الذاتية، وتسخر مبادئها الأخلاقية والدينية، المستمدة من وحدة شعبها المتعدد الأعراق والديانات والذي استطاع بفضل وحدته تحقيق نهضة اقتصادية واجتماعية مميزة.

فماليزيا بفضل جهودها المبذولة في مجال السياحة بصفة عامة والسياحة الحلال بصفة خاصة، استطاعت ليس فقط التفوق والنجاح، بل حتى تصدير خبرتها في هذا المجال للدول غير الإسلامية كاليابان مثلا بعدما زاد الطلب في السوق العالمي على خدمات ومنتجات السياحة الحلال. وقد رأينا أهم أسباب اقبال السائحين المسلمون على ماليزيا مقابل الدول الأخرى، حيث تهتم ماليزيا بتوفير ما يلي حاجيات السائح المسلم من مرافق تراعي الخصوصية وتضمن المتعة والرفاهية، وتجمع شمل العائلة خصوصا في المناسبات المميزة كالعطل والأعياد وشهر رمضان، إضافة إلى توفير الأغذية الحلال واستبعاد ما تحرمه العقيدة الإسلامية من خمر وملاهي، وقد اعتمدت ماليزيا على الطرق الحديثة لتسويق وجتحتها السياحية كالمواقع الإلكترونية والتطبيقات على الهواتف النقالة. إضافة لذلك فماليزيا أيضا تتميز بطبيعتها الخلابة التي تجذب مختلف الزوار من مختلف بقاع العالم. كما لا ننسى دعم الهيئات الحكومية لمجال السياحة الحلال كالمركز السياحي الإسلامي في ماليزيا والذي يهتم بالنهوض بهذه السياحة من خلال اقامة الندوات والمؤتمرات وتشجيع مختلف المتعاملين في مجال السياحة لدفعهم لتبني السياحة الحلال كأصحاب الفنادق والمنتجعات والمحلات التجارية وأصحاب النقل وغيرها من الركائز الأساسية للنهوض بالسياحة الحلال في أي دولة. وعليه مما سبق فإنه يمكن القول أن التجربة الماليزية في مجال السياحة الحلال تجربة فريدة من نوعها يمكن للعديد من الدول الاستفادة منها، كالجائز مثلا؛ من خلال الإحتكاك بالخبرات الماليزية وعقد الإجتماعات والندوات معها، وأيضا الزيارات المتبادلة للمس التجربة الماليزية في الواقع وملاحظتها عن كثب، لفهم أكبر المقومات التي ساهمت في نجاح هذه الصناعة في ماليزيا ومحاكاتها ببراعة في بلادنا لتعزيز اقتصادنا وتفصيل امكانياتنا وقدراتنا الذاتية.

#### الخلاصة:

إن صناعة السياحة الحلال قد قطعت شوطا معتبرا من النمو في العالم، وقد دخلت هذا المجال العديد من الدول العربية كإمارات والسعودية وقطر، والأجنبية كتركيا، والصين، واليابان... وهذا يدل على الأهمية الاقتصادية لهذه الصناعة، فانطلاقا من خصائصها وأهم الخدمات التي تقدمها للسائح خصوصا المسلمين بالدرجة الأولى، استقطب هذا القطاع المزيد من السياح من مختلف بقاع العالم وحتى غير المسلمين منهم، وهذا يشير إلى المزيد من النمو مستقبلا في مجال السياحة الحلال.

نتائج الدراسة: إن الدراسة التي بين أيدينا قادتنا لاستخلاص النتائج التالية:

- رغم أن السياحة الحلال مفهوم سياحي جديد إلا أنه عرف نموا معتبرا في العالم، كما أن آفاقا معتبرة للنمو في المستقبل القريب تنتظر هذا القطاع؛

- النمو الذي عرفه قطاع السياحة الحلال يدل على أنه قد استهدف الفئات المناسبة والتي تتطلع للمزيد من الخدمات التي يقدمها هذا القطاع؛
  - الإقبال الذي يلقاه قطاع السياحة الحلال لا يخص السائحون المسلمون فقط بل حتى السائحين غير المسلمين أصبحوا مهتمين أيضا بهذا النوع من السياحة لما يوفره من منافع ورفاهية؛
  - تعد ماليزيا الدولة الرائدة في مجال السياحة الحلال ووجهة العديد من السياح المسلمين من مختلف دول العالم خصوصا الدول العربية، فهي تحتل المرتبة الأولى حسب المؤشر العالمي للسياحة الحلال وهذا منذ عام 2011؛
  - زيادة ماليزيا للسياحة الحلال جاء نتيجة الإهتمام المبذول بهذا القطاع من قبل السلطات الماليزية، ونتيجة المقومات التي تمتلكها ماليزيا؛
  - تتنوع مقومات نجاح السياحة الحلال في ماليزيا من مقومات طبيعية، إلى هياكل وبنية تحتية ومرافق تعزز هذه السياحة كالفنادق الحلال والأغذية الحلال والمنتجعات ومراكز التسوق والأنشطة الترفيهية التي تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية؛
  - ما ساهم كذلك في نجاح السياحة الحلال هو ما يتميز به الشعب الماليزي من خصائص رغم أنه شعب متعدد الديانات والأعراق، لكنه شعب مضياف متعايش، متحد، هدفه المساهمة في رقي بلاده وتطورها ووصولها لمصاف الدول المتقدمة؛
  - تقييم التجربة الماليزية في مجال السياحة الحلال يبين أنها تجربة فريدة من نوعها يمكن الإستفادة منها من قبل العديد من الدول كالجائر مثلا التي تحتل المرتبة 22 حسب المؤشر العالمي للسياحة الحلال، والتي تمتلك امكانيات ومؤهلات كبيرة من شأنها استغلالها استغلالا أمثلا لتحسين أهم المعايير التي يقوم عليها هذا المؤشر، كتوفير المزيد من المرافق التي تراعي مبادئ الشريعة الإسلامية، وتوفير النقل الحلال كالطيران الخالي من الكحول والذي يقدم أغذية حلال ويوفر أماكن للوضوء والصلاة وغيرها من الأمور التي يحتاجها السائح المسلم؛ فالجزائر بلد مسلم ذو ثقافة وعادات مميزة وتمتلك تراث غذائي متنوع، إضافة إلى مقومات طبيعية هائلة، وشعبها شعب كريم مضياف، فكل هذه المقومات يمكنها أن تنهض بالسياحة الحلال في الجزائر ولما لا تحسين ترتيبها وتحقيقها للريادة والتفوق على ماليزيا، فقط لا بد من الدعم الحكومي ومزيد من الإهتمام بهذا المجال المتنامي.
- الإقتراحات: انطلاقا من النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم الإقتراحات التالية:
- لمزيد من النمو في مجال السياحة الحلال، لا بد من المزيد من الإبتكارات والإبداعات في هذا المجال لتلبية الحاجات السياحية المتزايدة للسائحين المسلمين؛
  - اعتماد التسويق السياحي خصوصا المعتمد على التكنولوجيا الحديثة في التواصل كالأنترنت أي التسويق الإلكتروني من قبل الدول لتسويق وجهتهم كوجهة سياحية اسلامية؛

- محاكاة التجارب الناجحة في هذا المجال كالتجربة الماليزية والإستفادة من خبراتهم عن طريق عقد اتفاقيات التعاون والزيارات عن كتب، وارسال فرق للتدريب والتعلم لمزيد من الإستفادة.
- الترويج لمفهوم السياحة الحلال بين المستثمرين خصوصا الشباب منهم الذين يفكرون في انشاء مشاريعهم الخاصة، من أجل الإستثمار في هذا المجال وتحقيق المزيد من النمو مستقبلا.

#### المراجع المستعملة:

- الأفاق للنمو العالمي: النظام البيئي الحلال، تقرير بنك نيجارا ماليزيا، ص: 04. على الرابط: <http://www.mifc.com/index.php?ch=28&pg=192&ac=146&bb=uploadpdf>، تاريخ الإطلاع: 2016/06/22، على الساعة: 11:48.
- الخليج أونلاين (بدون سنة نشر)، وجهة مذهلة لمحبي "السياحة الحلال" .. تعرّف على ماليزيا، مقالة منشورة على الرابط: <http://alkhaleejonline.net/articles/1503947333203854400/>، تاريخ الإطلاع: 2017/11/01، على الساعة: 18:02.
- خديجة عرقوب (2017)، دور أدوات المالية الإسلامية في تحقيق التنمية المستدامة (التجربة الماليزية نموذجا في الفترة 2000-2015)، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه ل م د، تخصص إدارة المؤسسات، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة-الجزائر، ص: 243.
- جريدة الإتحاد (2016)، الإمارات الثانية عالميا على مؤشر السياحة الحلال لعام 2016، مقالة منشورة بتاريخ 24 مارس 2016، على الرابط: <http://www.alittihad.ae/details.php?id=11636&y=2016&article=full>، تاريخ الإطلاع: 2016/06/16، على الساعة: 13:12.
- جريدة الشرق الأوسط (2014)، الأطفمة الحلال الماليزية تستعد لإشباع رغبات المسافرين المسلمين توقعات بأن ينفق المسلمون 181 مليار دولار على السفر بحلول عام 2018، مقالة منشورة بتاريخ 22 ماي 2014، على الرابط التالي: <https://aawsat.com/home/article/101311>، تاريخ الإطلاع: 2017/11/01، على الساعة: 17:29.
- جريدة الشرق الأوسط (2016)، ماليزيا تتوسع في السياحة الحلال، مقالة منشورة بتاريخ 12 جويلية 2016، العدد رقم: 13741، على الرابط: <http://aawsat.com/home/article/687061>، تاريخ الإطلاع: 2016/09/28، على الساعة: 16:42.
- محمد صادق اسماعيل (2014)، التجربة الماليزية (مهاتير محمد... والصحة الاقتصادية)، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص: 07.



- موقع دليل المسافر (بدون سنة نشر)، السياحة في ماليزيا: ماليزيا تتربع على عرش "السياحة الحلال"، مقالة منشورة على الرابط.... <http://www.daleelmosafer.com/%D8%A7%D9%84%D8%>، تاريخ الإطلاع: 2017/11/01، على الساعة: 18:33.
- Fatemeh Shafaei, Badaruddin Mohamed (2015), Malaysia's branding as an Islamic tourism hub: An assessment, GEOGRAFIA OnlineTM Malaysia Journal of Society and Space 11 issue 1, pp: 97-98. <http://www.ukm.my/geografia/images/upload/10ok.geografia-jan15-fatemeh-edam.pdf>. Vu le: 28/09/2016, à 18:16.
- Islamic Tourism Centre, Ministry of Tourism & Culture, Malaysia (first published 2015), MALAYSIA ISLAMIC TOURISM facts and figures in brief 2014/2015 , P: 05.
- MasterCard & CrescentRating (March 2015), Global Muslim Travel Index 2015, p: 04. <http://skift.com/wp-content/uploads/2015/03/MasterCard-Muslim-Index.pdf>.
- MasterCard & CrescentRating (March 2016), Global Muslim Travel Index 2016, pp: 6-7. <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2016/03/Report-MasterCard-CrescentRating-Global-Muslim-Travel-Index-2016.pdf>.
- MasterCard & CrescentRating (May 2017), Global Muslim Travel Index 2017, p:03. <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2017/05/Report-Mastercard-CrescentRating-GMTI-2017-20mb.pdf>.
- Ministry of science, Technology and the Environment, Malaysia (1998), National policy on biological Diversity, first Printing, P: 10. Sur le: <http://www.nre.gov.my/ms-my/PustakaMedia/Penerbitan/Dasar%20Kepelbagaian%20Biologi%20Kebangsaan.pdf> vu le : 17/03/2016, A 15 :06.
- Ministry of science, Technology and the Environment, Malaysia (2016), National policy on biological Diversity 2016-2025, February, p: 08. Sur le: <http://www.nre.gov.my/ms-my/PustakaMedia/Penerbitan/National%20Policy%20on%20biological%20Diversity%202016-2025.pdf>, vu le : 17 /03/2016, A : 14 :52.
- Report(2015): The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050, why Muslims are rising fastest and the Unaffiliated are shrinking as a Share of the World's Population, Pew Research Center, April 2, p:7. [www.pewforum.org/files/2015/03/PF\\_15.04.02\\_ProjectionsFullReport.pdf](http://www.pewforum.org/files/2015/03/PF_15.04.02_ProjectionsFullReport.pdf).
- Sureerat Chookaew, and others (July 2015), Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country, Journal of Economics, Business and Management, Vol. 3, No. 7, P: 740. The Malaysian Economy in Figures 2017, Economic Planning Unit, Prime Minister's Department, [www.epu.gov.my/sites/default/files/MEIF\\_2017.pdf](http://www.epu.gov.my/sites/default/files/MEIF_2017.pdf), vu le: 02/11/2017.