

الريادة في مجال صناعة السياحة الحلال: دراسة تحليلية لدولة ماليزيا من خلال المؤشر العالمي
للسياحة الاسلامية

**Leadership in the Halal Tourism Industry An analytical
study of the state of Malaysia through the global indicator of
Islamic tourism**

نسرين برججي^{*1}

¹ جامعة سوق أهراس، (الجزائر) nesrine.bordji@univ-soukahras.dz

¹ مخبر النمذجة والتحليل الاجتماعي الاقتصادي في علم المياه (MASESE)

تاريخ الاستلام: 2021/11/11 تاريخ القبول: 2021/12/04 تاريخ النشر: 2021/12/15

ملخص:

تهدف من خلال هذا المقال الى دراسة الريادة الماليزية في مجال السياحة الحلال ، بالاعتماد على المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية، خاصة وان ماليزيا تعتبر من أهم الدول التي تنافس، لتسوق نفسها على انها افضل وجهة للسياحة الحلال في العالم، نظرا لامتلاكها مزايا تنافسية كثيرة مثل : وجود تراث وبيئة إسلامية واسعة ؛ وجهة آمنة وثقافة غنية؛ ازدهار كبير في صناعة التمويل الإسلامي؛ الريادة في صناعة المنتجات الحلال و الرقابة عليها... الخ.

تشير نتائج الدراسة الى انه بالرغم من وجود العديد من المنافسين في هذا القطاع ، الذي يعرف نموا متسارعا و ربحية عالية ، الا ان ماليزيا قد تصدرت قائمة اهم وجهات السياحة الحلال في العالم للسنة الخامسة على التوالي، حيث تساهم و تركيا في جذب حوالي 13٪ من إجمالي السياح المسلمين.

كلمات مفتاحية: السياحة الحلال، الريادة، مؤشر GMTI، ماليزيا.

Abstract:

The paper aims to assess the Malaysian leadership in Halal tourism based on the international Islamic index of halal tourism. Malaysia is a

leader in Halal tourism despite the huge competition from turkey, where both have 13% of the global amount of halal tourism in the world.

The results of the study indicate that despite the presence of many competitors in this sector, where several countries try to present themselves as the best about Halal tourism in the world, Malaysia has proven that it is the pioneer, due to the important environment and Islamic heritage, safety areas, Rich culture, a huge development in Islamic monetary, big experience in halal products, and their control.

Keywords: Halal tourism, entrepreneurship, GMTI, Malaysia.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

لقد اصبحت " السياحة الحلال " او كما يطلق عليها البعض السياحة المحافظة او السياحة الاسلامية و التي تستهدف العائلات التي تحافظ على العادات و التقاليد من التوجهات السياحية التي بدأت تفرض نفسها بقوة على الساحة السياحية العالمية .

و السياحة الحلال هي منتج جديد في مجال صناعة السياحة ، يوفر وجهات يمكن ان تقصدها العائلات المسلمة الملتزمة بقواعد الشريعة الاسلامية ، و تضم فنادق لا تقدم الكحوليات و حمامات سباحة و مرافق صحية تفصل بين النساء و الرجال و تقدم صناعة السياحة الحلال ايضا رحلات جوية لا تقدم على متنها المشروبات الكحولية او لحوم الخنزير و تعلن عن اوقات الصلاة و تعرض برامج دينية ترفيهية و توفر مصاحف في جيوب المقاعد و اماكن خاصة تفصل بين الرجال و النساء.

و تدعو السياحة الاسلامية الى تطبيق قيم الشريعة و الرقي بها في جميع المرافق و التسهيلات و الخدمات السياحية خاصة و انها تنمو بشكل مطرد في اطار مفهوم الحلال في الاسلام كما ان تركيزها لا يقتصر على المسلمين فقط بل هو لغير المسلمين ايضا .

و تشهد السوق السياحية الاسلامية نموا لا فتا في انحاء العالم ، حيث تمثل 10% من سوق السياحة العالمية و تتربع على عرش اسرع القطاعات نموا ، نتيجة تنامي الثروة من جهة و حرص السائح

المسلم على اللجوء للمرافق و المنشآت الملتزمة ، و ترجح التوقعات ان تشهد صناعة السياحة الحلال في دول الشرق الاوسط طفرة كبيرة ، خلال السنوات القليلة المقبلة، بحسب ما اكده التقرير الصادر عن هيئة الابحاث الاوروبية "يورو مونيتور" الدولية في معرض " سوق السفر العالمي 2007".

و من اجل هذه الطفرة الموعودة و السوق الخصبية ، تتسابق العديد من الدول مثل : ماليزيا و تركيا و دول الخليج و دول عديدة اخرى بعضها غير اسلامية لجذب السائحين المسلمين حول العالم ، من خلال تسهيلات تتوافق مع معتقداتهم الدينية . و قد كانت الانطلاقة من بعض الدول الاسلامية خاصة ماليزيا التي نجحت بقوة في تسويق نفسها عل انها المقصد المثالي للعائلات المحافظة ، التي تبحث عن السياحة الممتعة في ربوع الطبيعة و المجمعات العصرية دون مخالفة العادات و التقاليد او تعاليم الشريعة الاسلامية .

اشكالية الدراسة: تتمثل اشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي :

ماهي الجهود المبذولة من طرف ماليزيا للحفاظ على الريادة في مجال صناعة السياحة الحلال

حسب مؤشر GMTI؟

فرضيات الدراسة :

ان ماليزيا تمتلك مزايا تنافسية فريدة من نوعها تجعلها اولى الوجهات السياحية للسياح المسلمين من كل انحاء العالم.

منهج الدراسة :

للإجابة على التساؤل الرئيسي و الامام بمحاور الدراسة ، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليل ، من خلال الاعتماد على احصائيا ، تعكس مدى تطور صناعة السياحة الحلال في العالم و في ماليزيا ،

اضافة الى الاستعانة بالمؤشر العالمي للسياحة الاسلامية (GMTI (2021 و من خلاله يتم عرض ترتيب اهم عشر دول .

اهمية الدراسة و اهدافها :

تهدف من خلال هذه الى دراسة تطور سوق السياحة الحلال و مفهوم السياحة الحلال او السياحة الاسلامية ، ثم عرض التجربة الماليزية في مجال صناعة السياحة الحلال من خلال عرض اهم الجهود المبذولة من طرف الحكومة الماليزية لتسويق نفسها كأحسن وجهة اسلامية ، و اخيرا تحليل تنافسية ماليزيا في هذا القطاع من خلال الاستعانة بالمؤشر العالمي "MasterCard-Crescent Rating" للسياحة الاسلامية .

1. تطور صناعة السياحة الحلال في العالم :

1.1 مفهوم السياحة الحلال :

تتنوع المصطلحات التي تصف السياحة الحلال - التي تشكل جزءا لا باس به حاليا من الانفاق في الاقتصاد العالمي - و تختلف من مجتمع لآخر ، لكن اكثرها انتشارا هي : " السياحة الاسلامية " ؛ " السياحة الملتزمة بالشريعة الاسلامية " ؛ " السياحة العائلية " ؛ " السياحة المحافظة " ؛ " سياحة المسلمين " .

و قد ارتبطت السياحة في اذهان الكثيرين بصورة عامة بالشواطئ المختلطة و المشروبات الكحولية و ربما البحث عن المتعة بلا ضوابط ، لكن مفاهيم مثل السياحة الحلال او السياحة الاسلامية بدأت تجذب انتباه اصحاب الفنادق الكبرى ووكالات السياحة مع تنامي الطلب على هذا النوع من السياحة الملتزمة بتعاليم الاسلام . (الجزيرة نت،السياحة الحلال تجذب استثمارات بالمليارات ،2015)

و نعي بالسياحة الحلال : " عدم قيام الفنادق و المنتجعات السياحية بتقديم او عرض اية برامج او وجبات او مأكولات او أنشطة تخالف الشريعة الاسلامية مثل تقديم الخمر ، و لا يوجد بها صالات للعب القمار او حمامات سباحة مختلطة او اندية للديسكو . " (جريدة العربي الجديد ، 2014)

و السياحة الحلال كذلك هي : " منتج جديد في مجال صناعة السياحة ، يوفر وجهات يمكن ان تقصدها العائلات المسلمة الملتزمة بقواعد الشريعة الاسلامية ، و تضم فنادق لا تقدم الكحوليات و حمامات سباحة و مرافق صحية تفصل بين النساء و الرجال و تقدم صناعة السياحة الحلال ايضا رحلات جوية لا تقدم على متنها المشروبات الكحولية او لحوم الخنزير و تعلن عن اوقات الصلاة و تعرض برامج دينية ترفيهية و توفر مصاحف في جيوب المقاعد و اماكن خاصة تفصل بين الرجال و النساء . " (علاء البشبيشي <http://www.islamtoday.net/bohooth/services/printart-15-152460.htm>)

و تعرف الرحلة السياحة الحلال على انها : " منتج جديد في مجال السياحة يقدم خدمات سياحية كاملة وفقا للمعتقدات و الممارسات الاسلامية ، حيث لا تقدم سوى الاطعمة الحلال و المشروبات غير الكحولية و لها حمامات سباحة خاصة بالسيدات و كذا النوادي الصحية (سبا) و مرافق الترفيه المنفصلة للرجال و النساء و المرافق المناسبة للأسر، كما ان هناك المناطق الشاطئية الخاصة بالنساء فقط و المناطق الشاطئية المختلطة للعائلات مع مراعاة السباحة بالزي الاسلامي ، و بالطبع هناك ايضا مرافق للصلاة ، كما يمكن الاستمتاع بجولات التراث الاسلامي لزيارة المعالم التاريخية و الثقافية و الحضارة الاسلامية ، و تراعي جميع الانشطة الحفاظ على قيم و حرمت المسلمين الراغبين في اتباع تعاليم دينهم الذي يشجع على السياحة في جميع انحاء الارض و التفكير في خلق الله في كل مكان . " (حلال بوكينغ : <http://ar.halalbooking.com/>)

و في اطار السياحة الحلال تقدم العديد من الفئات من الرحلات السياحية الحلال على سبيل المثال :

- 1) المنتجعات الساحلية : منتجعات و نوادي صحية (سبا) على الشواطئ الرائعة ؛
- 2) الفنادق في المدن : فنادق تقدم حلال مع جولات التراث الاسلامي اليومية ؛
- 3) التراث : جولات التراث الاسلامي الاستكشافية ؛
- 4) المنتجعات الحرارية : منتجعات و نوادي صحية حلال (سبا) حلال ؛
- 5) فيلات : فيلات خاصة فاخرة بحمامات سباحة منعزلة (غير مرئية من الخارج) .

2.1 تطور سوق السياحة الحلال العالمي :

يتوقع ان يزيد عدد المسلمين في العالم ليصبح 26.5٪ من اجمالي سكان العالم بحلول عام 2030. و تتمثل الغالبية العظمى من المسلمين من بعض الاقتصادات الاسرع نموا مثل: اندونيسيا و ماليزيا و تركيا و دول الخليج ، حيث اصبح المسلمون الان يمثلون سوقا استهلاكية بالغة الاهمية بالنسبة للعالم باسره . حيث يبحث المسلمون على المنتجات و الخدمات التي تراعي احتياجاتهم و عقيدتهم القائمة و يظهر ذلك من خلال النمو المتسارع لقطاع الاغذية و المنتجات الحلال و الخدمات المصرفية الاسلامية .

حيث يفيد تقرير *لرويترز* عن الاقتصاد الاسلامي ، بان حجم الانفاق العالمي للمسلمين على السفر الى الخارج بلغ 142 مليار دولار في 2014 باستثناء الحج و العمرة ، مما يجعل هذا السوق يشكل 11٪ من الانفاق العالمي على اسواق السفر و يتوقع التقرير زيادة في الانفاق العالمي للمسلمين على السفر الى الخارج الى 233 مليار دولار عام 2020 ، معتبرا ان سفر المسلمين لقضاء العطلات و الترفيه قد تجاوز اطار الاقتصاد الاسلامي و اسح في حد ذاته قطاعا رئيسيا في الاقتصاد العالمي الاوسع . (الجزيرة نت، "42 دولة بقيمة السياحة الحلال بأبو ظبي، 2015/10/19)

وقد تم الاشارة خلال *القمة العالمية للسياحة الحلال 2015* التي انطلقت في ابو ظبي 19 اكتوبر 2015 ، ان السياحة الحلال تنمو بمعدل 6 ٪ سنويا و هي اسرع من أي قطاع سياحي اخر و مع سوق السفر العالمي الحلال من المتوقع ان تبلغ قيمة العائدات 238 مليار دولار امريكي بحلول عام 2019 . (الوسط البحرينية، 19 جانفي 2016)

اما بخصوص تقديرات *منظمة السياحة العالمية (UNWTO)* فان الانفاق على السياحة الاسلامية يمثل 12.3 ٪ من اجمالي الانفاق السياحي العالمي خلال سنة 2011 من اصل 1034 مليار دولار .

و حسب تقرير المؤشر العالمي للاقتصاد الاسلامي الصادر عن مؤسستي *Dinar Standard*

، فقد بلغ معدل زيادة نفقات المسلمين على السفر 2.7٪ سنة 2019 ،

مسجلا 194 مليار دولار و من المتوقع ان ينخفض هذا الرقم الى 58 مليار دولار ، نتيجة جائحة كورونا و من المتوقع ان يعود الى مستويات ما قبل الجائحة بحلول 2023 بزيادة تراكمية تبلغ 14% بين 2019 و 2024 .

(Dinar Standard & SalaamGteway , (2021/2020),pp99-100.)

و يعتبر سوق السياحة الحلال نسبيا أكبر من أكبر سوق سياحي في العالم و هي المانيا و أكبر بمرتين تقريبا من سوق الصين السياحي خلال سنة 2011 . و تعتبر المملكة السعودية أكبر بلد مصدر للسياحة الحلال تليها ايران و الامارات العربية المتحدة و اندونيسيا و الكويت ، اضافة الى ان اسواق (مينا) تمثل 60% من اجمالي انفاق المسلمين خلال نفس السنة.

اما الدراسة التي قامت بها شركتي **ماستركارد و كريسنترينج** ، فقد كشفت ان حجم قطاع السياحة الحلال في سنة 2014 بلغ 145 مليار دولار امريكي بفضل اسفار 108 مليون مسلم ما يمثل 10% من الاقتصاد الكلي لقطاع السفر ، و تشير التوقعات لنفس الدراسة الى نمو عدد المسافرين الى 150 مليون مسافر مسلم بحلول عام 2020 ما يمثل 11% من قطاع السفر و يتوقع لقيمة هذا السوق ان تنمو لتصل الى 200 مليار دولار (Mastercard&Crescent Rating, march 2015, p04) .

2. التجربة الماليزية في صناعة السياحة الحلال :

تعتبر ماليزيا بلدا متعدد الثقافات ، حيث تضم أكبر ثلاث ثقافات ، الملاي ، الصينيين و الهنود و تضم 2956617 نسمة (حسب معهد الاحصائيات ن ماليزيا ، 2012) و يمثل الاسلام الديانة الرسمية في ماليزيا مع وجود ديانات اخرى بسبب تواجد الهندوس و البوذيين و حتى المسيحيين في البلد (FatemehShafaei ,Badaruddin Mohamed, 2015,p97).

لقد قامت ماليزيا بتطوير السياحة الحلال باعتبارها قطاعا واعداد لجذب المزيد من السياح المسلمين و يرجع ذلك لتنوع العروض الاسلامية التي تقدمها (البنى التحتية الاسلامية من مساجد ، مواقع التراث الاسلامي ، ثقافات و عادات جذابة ، وجهة امنة مع ثقافة مألوفة ، شعب ودود للمسلمين) ، حيث

تبدو ماليزيا بلدا جيدا للسائحين الذين يهتمون بالقيم الاسلامية ، ليس في حياتهم اليومية فقط و لكن حتى اثناء سفرهم .

و تبدل ماليزيا جهودا كبيرة لتقديم نفسها كمركز اسلامي و محورا للحلال ، حيث قامت بسن العديد من القوانين التي تمنع بعض السلوكيات المحرمة من طرف الاسلام مثل : شرب الكحول ، ارتداء ملابس غير لائقة ، الاستحمام عاريا تحت الشمس ، تناول لحم الخنزير في المطاعم خصوصا تلك المتواجدة في الاماكن السياحية .

1.2 الجهود الماليزية لتقديم نفسها كوجهة اسلامية :

تعمل ماليزيا على تصوير و تقديم نفسها على انها وجهة اسلامية جيدة على نطاق واسع من خلال الحملات و المشاريع الصغيرة التي تقوم بها عن طريق الفنادق ووكالات السفر و تتمثل هذه الجهود في التدابير التالية: (FatemehShafaei , Badaruddin Mohamed, 2015, pp99-101)

1) الحضارة الاسلامية : ان رؤية الوزير الاول لماليزيا عبد الله بدوي من اجل التنمية الوطنية هي الاسلام الحضاري الذي ينص على التدرج بالتوازي مع التعاليم الاسلامية لفتح افق جديدة لصناعة السياحة في ماليزيا ؛

2) تطوير السياحة الحلال كقطاع واعد لجذب المزيد من السياح المسلمين: تعتبر ماليزيا واحدة من اهم الدول في مجال صناعة الاطعمة الحلال ، حيث تقوم بتصدير 30% من صادرات منتجاتها الحلال الى دول الخليج ، حيث تشتهر بمعاييرها الصارمة في مجال انتاج السلع الحلال ، فهي سباقة في توحيد المعايير التي تتعلق بمنتجات الحلال من خلال الترويج لشهادة تسمى (ام اس 1500:2004) (برجي نسرین ، المنتجات الحلال في العالم : بين مشاكل الصناعة و تحديات الرقابة الشرعية، 2015، ص 428)، هو ما يمكن السائح من تناول الطعام الحلال في اي مكان دون الشعور بالخوف من ان لا يكون الطعام مرخصا ، حيث تراقب الجهات الماليزية كافة الاغذية في الاسواق و تضع شهادة على الاغذية الحلال و تعمل السلطات في ماليزيا على اصدار ترخيص موحد يضع

شروطا صارمة ، فالنمو الصحيح لصناعة الحلال هو العمود الفقري لنجاح ماليزيا في ان تكون احدى افضل الوجهات الصديقة للمسلمين في العالم ؛

(3) **الخطة الرئيسية حلال** : هذه الخطة تعالج مسائل الحصول على الشهادة الحلال ، التطوير

القطاعي و النزاهة الحلال و قد تم وضع استراتيجية تغطي ثلاث مراحل :

✓ المرحلة الاولى (2008-2010) : لتطوير ماليزيا كمرز عالمي للسلامة الحلال و الاعداد لنمو الصناعة ؛

✓ المرحلة الثانية (2011-2015) : اعداد و تقديم ماليزيا كواحدة من المواقع المفضلة للأعمال المتعلقة بالحلال ؛

✓ المرحلة الثالثة (2016-2020) : توسيع النطاق الجغرافي للشركات المحلية ذات الصلة بصناعة الحلال .

(5) **استراتيجية لتشجيع سياح الشرق الاوسط للسفر خارج وادي كلانج**: هذه الاستراتيجية بدأت بالتنفيذ سنة 2005 و نتيجة لذلك ، فان متوسط اقامة السائح العربي في كوالالمبور انخفض من اسبوعين الى سبعة او ثمانية ايام لصالح جهات اخرى مثل لانكاوي و بينانغ و ذلك بحسب الجمعية الماليزية للجولات و الاسفار (MATTA) ؛

(6) **تكثيف الحملات الترويجية منذ سنة 2008 لسائحي الشرق الاوسط** : من خلال التركيز

على الحياة الثقافية الماليزية ، السياحة البيئية ، السياحة الطبية و الصحية ، المنتجعات الصحية ، شهر العسل ، و يعتبر برنامج " ماليزيا بيتي الثاني " برنامجا لجذب السياح الوافدين من الشرق الاوسط خلال موسم الصيف ، كما ان عددا كبيرا منهم قد اكتشفوا كذلك خدمات الرعاية الصحية الممتازة و المتاحة في ماليزيا من خلال المراكز الطبية الخاصة و ذلك برسوم و تكاليف معقولة ؛

- (7) استضافة المؤتمر الاول لمنظمة المؤتمر الاسلامي العالمي للسياحة والمعارض و المؤتمر العالمي الاسلامي في كوالالمبور سنة 2008: لقد ارسلت ماليزيا من خلال هذين الحدثين رسالة للعالم باسره على انها اهم وجهة اسلامية و تعتبر ماليزيا عضوا في منظمة المؤتمر الاسلامي (OIC) منذ 1969 و هو الهيئة الادارية المسؤولة عن الحفاظ على العلاقات بين الدول الاسلامية ، حيث يوجد 57 دولة اسلامية يمكن تصنيفها كوجهات سياحية جيدة و تعتبر ماليزيا الاكثر شهرة بينها بالنسبة للمسافرين المسلمين ؛
- (8) انشاء مركز السياحة الاسلامية (ITC) في 2009: يهدف انشاء هذا المركز الى تعزيز و تطوير و توسيع سوق السياحة الاسلامية و جذب المزيد من الزوار المسلمين من الدول الاسلامية ؛
- (9) توفير تطبيقات الكترونية للسياحة الحلال : على سبيل المثال تطبيق هيئة السياحة الماليزية في دبي و الذي يسمح للمسافرين و رجال الاعمال بالحصول على معلومات عن الوجهات السياحية في ماليزيا و توفير دليل الرحلات و الفنادق للحصول على افضل عروض سفر من دبي الى ماليزيا ؛
- (10) تلبية احتياجات المسلمين في صناعة الضيافة : هذه الاستراتيجية تتطلب فنادق من الدرجة الاولى لتوفير غرف للصلاة مجهزة تجهيزا كاملا مع سجادات الصلاة ، القران ، التسييح و ملصقات القبلة ؛
- (11) اعتماد استراتيجية في اطار حملة " اشعر كأنك في المنزل " لاستهداف سياح الشرق الاوسط : من خلال :

- ✓ استحداث شارع العربي يقع في كوالالمبور يعكس الثقافة الشرق اوسطية ؛
- ✓ توفير النصوص باللغة العربية و توفير موظفين ناطقين باللغة العربية في المطار و الفنادق و المطاعم و المجمعات التجارية و في وكالات السفر؛
- ✓ وجود قوائم مطبوعة باللغة العربية في المطاعم ؛

✓ برحة المناسبات الخاصة مثل: " الليالي العربية " و خدمة الغذاء العربي في بعض الفنادق

؛

✓ اطلاق اول صحيفة عربية محلية تحت عنوان " اهلا وسهلا " لتقديم معلومات مفصلة

عن الانشطة السياحية الماليزية .

2.2 واقع السياحة الحلال في الماليزية:

نتيجة للجهود المبذولة من طرف الحكومة الماليزية لتطوير السياحة الحلال فقد حصدت ماليزيا

النتائج التالية: (بوزارة الاقتصاد الاسلامي العالمي، 21 سبتمبر 2015)

1. بلغ عدد السائحين الذين زاروا ماليزيا بين عامي 2012 و 2014 حسب تقرير المركز الاسلامي

للسياحة من 24604259 سائح الى 26906956 سائح ، أي بنسبة زيادة تقدر ب

9.35% ؛

2. قدر عدد السائحين المسلمين ب 5111490 سائح مسلم سنة 2012 و 5606492 سائح

مسلم خلال سنة 2014 أي ما يمثل نسبة 20.77% و 20.83% على التوالي من اجمالي عدد

السياح الاجانب الوافدين الى ماليزيا خلال سنتي 2012 و 2014 ؛

3. تقدر مساهمة السياحة الاسلامية 13.2 مليار رينجت ماليزي (3.07 مليار دولار امريكي)

خلال سنة 2013؛

4. يأتي الزوار المسلمين الوافدون الى ماليزيا من العديد من الدول ليست الاسلامية فقط مثل :

الدول الاسيوية المجاورة ، دول شرق اسيا ، دول جنوب اسيا ، دول غرب اسيا ، اوروبا ، بلدان اخرى .

5. خلال سنة 2013 تم استقطاب 5 ملايين مسلم سائح من مختلف البلاد الاسلامية كما يوضحه

الجدول 1 .

الجدول 1: عدد السائحين المسلمين الوافدين الى ماليزيا من مختلف الدول المسلمة
(جانفي 2013 و جانفي 2014)

النموه %	جانفي 2014	جانفي 2013	البلد
14,1	250264	219297	اندونيسيا
-9,2	95792	105476	بروناي
108,5	18059	8662	بنغلادش
21,7	11743	9646	المملكة العربية السعودية
16,3	7557	6497	باكستان
24,4	6160	4950	ايران
40,1	3321	2350	سلطنة عمان
-15,3	2707	3197	كازخستان
22,8	2646	2154	اوزباكستان
32	2473	1873	مصر
72,9	1750	1012	تركيا
37,7	978	710	الامارات العربية المتحدة

Source :FatemehShafaei , Badaruddin Mohamed(2015) ,**Malaysia's Branding As An Islamic Tourism Hub: An Assessment"**, Malaysian Journal Of Society and Space 11, Issue 1,p98.

3. الريادة الماليزية في مجال صناعة السياحة الحلال :

في سنة 2011 نشرت شركة كرسنترينغ* اول بحث من نوعه في سوق السياحة الحلال مع الكشف عن افضل 10 وجهات للعطلات الاسلامية الصديقة و بعد ذلك بسنة تم تعزيز هذا التقرير ليشمل بيانات جديدة للتمييز بين وجهات السياحة الحلال لعدد كبير من المسافرين المسلمين من دول الاعضاء في منظمة المؤتمر الاسلامي (OIC) و غيرها .
و قد شمل تقرير 2012 التصنيف العالمي لأفضل 10 وجهات للسياحة الحلال للدول الاعضاء في منظمة المؤتمر الاسلامي و افضل 10 وجهات للسياحة الحلال في دول من غيرا اعضاء منظمة المؤتمر الاسلامي .

و في سنة 2013 تم تطوير مؤشر يغطي 50 وجهة من جميع أنحاء العالم و تم تقييمها في سلم من 10 درجات ، ثم تم توسيع هذه القائمة لتشمل 60 وجهة في سنة 2014 .
وقد جاء مؤشر ماستر كارد- كرسنت ريتينغ 2015 العالمي كتطوير طبيعي للأبحاث السابقة الصادرة عن كرسنت ريتينغ . (Mastercard & Crescent Rating, op.cite, p06)

1.3 مؤشر ماستر كارد- كرسنت ريتينغ 2015 العالمي للسياحة الاسلامية :

مؤشر ماستر كارد - كرسنت ريتينغ 2015 العالمي للسياحة الاسلامية هو وليد اتفاقية ابرمت بين شركتي كرسنت ريتينغ الرائدة عالميا في سوق السفر الاسلامي و شركة ماستر كارد من اهم الشركات التكنولوجية في صناعة المدفوعات العالمية ، حيث تم توقيع الاتفاقية خلال المنتدى الاقتصادي الاسلامي العالمي العاشر الذي انعقد في دبي .

حيث يساعد المسافرين المسلمين على فهم مزايا الراحة و الملائمة التي سيحظون بها في الوجهات السياحية التي يقصدها ، بالإضافة الى انه سيقدم العون للمختصين في قطاع السفر و كذلك المستثمرين لإدراك و تتبع فرص النمو التي تتيحها كل وجهة على حدة ، اي انه يعمل على مساعدة جميع الاطراف المعنيين في قطاع السفر على الاستفادة من التطورات المستقبلية لفرص الاعمال في قطاع السياحة الحلال و قد تم اصدار المؤشر في جانفي 2015 و سيتم تحديثه كل ثلاثة اشهر .

و يشمل المؤشر معايير في ثلاثة مجالات تساهم في النتيجة في الحصول على مؤشر شامل لكل

وجهة كالتالي : (Mastercard & Crescent Rating, op.cite, pp09-10)

1) ملائمة الوجهة السياحية الحلال للأسرة وسلامتها: (نسرين برجى ، استراتيجيات التحول نحو الاقتصاد

الاسلامي - ماليزيا انودجا ، 2021 ، ص 827)

✓ عدد السياح الوافدين المسلمين ؛

✓ عطلات صديقة للأسرة ؛

✓ بيئة امنة للسفر .

2) توفر خدمات حلال و تسهيلات في المرافق لكل وجهة :

- ✓ خيارات تناول الطعام و ضمان الحلال ؛
- ✓ سهولة الوصول الى اماكن الصلاة ؛
- ✓ الخدمات و التسهيلات غي المطار(استقبال الزوار الوافدين) ؛
- ✓ خيارات الاقامة و السفر .

3) التوعية بمفهوم الحلال و مدى توفره للمسلم بحسب الوجهة :

- ✓ الوعي بسوق السفر الاسلامي (السياحة الحلال)؛
- ✓ سهولة التواصل .

2.3 مكانة ماليزيا في سوق السياحة الحلال حسب المؤشر العالمي للسياحة الاسلامية :

لقد بحث المؤشر العالمي للسياحة الحلال في بيانات معمقة تشمل 100 وجهة تمثل المجموع العام للوجهات التي يغطيها المؤشر و ذلك اعتمادا على المعايير السابقة الذكر و قد تم الحصول على بياناتها من خلال 110 دراسة و تضم هذه الوجهات 29 بلدا من منظمة المؤتمر الاسلامي العالمي و 81 بلدا من غير منظمة المؤتمر الاسلامي العالمي ، حيث يمثل عدد الزوار الوافدين المسلمين لهذه الـ 100 جهة حوالي 95% من اجمالي السياح المسلمين في سنة 2014 .

الجدول 2: اهم عشر وجهات ضمن دول منظمة المؤتمر الاسلامي حسب المؤشر العالمي للسياحة الاسلامية 2021

النقاط	الوجه	التغير مقارنة بـ 2019	الترتيب حسب مؤشر GMTI 2020
80	ماليزيا	0	1
77	تركيا	1	2
76	المملكة السعودية	1	3
73	اندونيسيا	3-	4
69	قطر	0	5
68	البحرين	0	6
68	ايران	4	8
68	سلطنة عمان	0	8
67	الاردن	1	11
66	بروناي	2-	12

Source :Mastercard&Crescent Rating (July2021), Report of : "Global Muslim Travel Index 2021 (GMTI)" , Singapore , p20.

الجدول 3: اهم عشر وجهات ليست ضمن دول منظمة المؤتمر الاسلامي حسب المؤشر العالمي للسياحة

الاسلامية 2021

النقاط	الوجهة	التغير مقارنة ب2019	الترتيب حسب مؤشر GMTI 2020
69	سنغافورة	9	6
57	تايوان	20	25
57	المملكة المتحدة	25	25
55	تايلند	30	29
54	هون كونغ	31	30
51	جنوب افريقيا	32	32
48	اليابان	33	35
46	فرنسا	34	36
46	المانيا	35	36
46	الفلبين	36	36

Source :Mastercard&Crescent Rating (July2021), Report of : "Global Muslim Travel Index 2021 (GMTI)" , Singapore , p22.

على خلفية المعايير السابقة فقد تصدرت ماليزيا المؤشر العام للسياحة الحلال بنتيجة 80 نقطة و تبعتها تركيا ب 77 نقطة ثم المملكة السعودية ب 76 نقطة و تعتبر سنة 2021 السنة حادي عشر على التوالي التي تتصدر فيها ماليزيا المرتبة الاولى كأحسن وجهة للسياحة الحلال منذ سنة 2011. على الرغم من ان الوجهات المتمثلة في بلدان منظمة المؤتمر الاسلامي لديها ميزة واضحة من خلال امتلاكها للمرافق و الخدمات الاسلامية ، الا ان هناك حاجة لوضع استراتيجية واضحة و متماسكة عبر

كل مستوى لجذب المزيد من السياح المسلمين ، حيث احتضنت ماليزيا و تركيا بكل اخلاص على مدى العقد الماضي حوالي 13 % من اجمالي المسافرين المسلمين .

و قد كانت وجهات من غير دول منظمة المؤتمر الاسلامي ذات نشاط كبير ، فمثلا تايوان و بريطانيا احتلتا المرتبة الخامسة و العشرون ب مجموع نقاط يساوي الى 25 تليهما تايلند بمرتبة التاسعة و العشرون بمجموع نقاط 55 .

بالنظر الى هذه الشريحة من خلال تطوير خدماتها و قدراتها السياحية فمثلا اليابان و تايوان احتضنتا هذا القطاع (السياحة الحلال) عن طريق تخصيص الموارد و التأثير في السياسة السياحية كما ان العديد من الوجهات التي تم دراستها لديها بالفعل منتجات سياحية ممتازة و بنية تحتية ، اما بالنسبة للبعض الاخر فيتطلب الامر بعض التعديلات لتلبية احتياجات السائح المسلم . كما تعرف ماليزيا العديد من المنافسين حيث تربعت سنغافورة على راس قائمة الدول من غير منظمة المؤتمر الاسلامي على مدى السنوات القليلة الماضية و ذلك من خلال جهودها المتمثلة في :

✓ الاستثمار في جذب قطاع السياحة الحلال من خلال تكييف عروضها بما يخدم احتياجات السائح المسلم ؛

✓ توفير و ترسيخ أكبر قدر من الشفافية على القطاع من خلال هيئة اصدار شهادات حلال .

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة توصلنا الى النتائج التالية :

1. يمتاز سوق السياحة الحلال او " السياحة الاسلامية " ، بسرعة نموه الالاف بنسبة 100% من اي قطاع اخر ، بالإضافة الى ربحيته العالية ، حيث يمثل ما نسبته 10% من الاقتصاد الكلي لقطاع السفر خلال سنة 2014 و يتوقع ان ينمو حجمه ليحقق 200 مليار دولار خلال سنة 2020؛

2. لقد صنفت ماليزيا كأحسن وجهة سياحية اسلامية على الاطلاق و ذلك بحسب مؤشر ماستر كارد-كرسنت ريتنغ 2021 (المؤشر العالمي للسياحة الاسلامية) و هذا نتيجة امكانياتها و ميزاتها التنافسية التي تميزها عن غيرها من الوجهات الاخرى ؛
3. بالرغم من ان ماليزيا تمثل الوجهة الاولى للسياحة الحلال ، الا ان هناك العديد من التهديدات التي تواجهها في مجال صناعة السياحة الحلال ، منها المنافسة الشرسة من الدول الاسلامية و حتى غير الاسلامية ، على سبيل المثال : المملكة العربية السعودية تتميز بثقافة غنية و متحذرة في الاسلام ، هذا اضافة الى ان تركيزها المفرط على جذب السياح المسلمين جعلها تخسر فئة كبيرة من السياح غير المسلمين ، هذه الفئة يمكن ان تكون فرصة ذهبية بالنسبة لمنافسيها خاصة و ان السياحة الاسلامية ليست موجهة للمسلمين فقط بل حتى السياح من غير المسلمين .
4. بهدف المحافظة على مكانتها في صناعة السياحة الحلال يجب على الحكومة الماليزية تطوير منتجات سياحة اسلامية جديدة ؛ توسيع فئة السياح الى غير المسلمين ؛ توفير مرافق تعليمية للطلاب الاجانب ؛ توفير فرص عمل لغير الماليزيين خاصة في مجال السياحة ؛ تعزيز وعي المسافرين المحتملين حول العروض الاسلامية من خلال وسائل الاعلام ووكلاء السفر .

المراجع:

مراجع باللغة العربية :

1. الجزيرة نت ، مقال بعنوان : " السياحة الحلال تجذب استثمارات بالمليارات " ، نشر يوم الخميس 2015/10/15.
2. الجزيرة نت ، مقال بعنوان : " 42 دولة بقيمة السياحة الحلال بأبو ظبي " ، نشر يوم الاثنين 2015/10/19.

3. الموقع الالكتروني حلال بوكينغ ، " السفر الحلال ؟ السياحة المناسبة للمسلمين الرحلات السياحية و السفر وفقا للمعتقدات و الممارسات الاسلامية": <http://ar.halalbooking.com/>
4. جريدة العربي الجديد ، مقال بعنوان : " اوروبا تنافس تركيا و ماليزيا و الخليج على السياحة الحلال " ، نشر بتاريخ الاربعاء 2014/09/24.
5. برجي نسرین ، " المنتجات الحلال في العالم : بين مشاكل الصناعة و تحديات الرقابة الشرعية "، مجلة العلوم الانسانية ، السنة الخامسة عشر ، العدد 38-39 ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، مارس 2015.
6. برجي نسرین ، " استراتيجيات التحول نحو الاقتصاد الاسلامي الرقمي - ماليزيا نموذجا "، مجلة العلوم الانسانية ، المجلد 21 ، العدد 02 ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2021.
7. بوابة الاقتصاد الاسلامي العالمي مقال بعنوان : " مسؤول : صناعة السياحة الحلال العمود الفقري للاقتصاد الماليزي " ، مقال نشر بتاريخ 21 سبتمبر 2015.
8. علاء البشبيشي، " السياحة الحلال ...صناعة واعدة " ، بحوث و دراسات عين على العالم راجع الموقع:
<http://www.islamtoday.net/bohoot/services/printart-15-152460.htm>
9. صحيفة الوسط البحرينية ، مقال بعنوان : " القمة العالمية للسياحة الحلال تنطلق ب أبو ظبي 19 أكتوبر المقبل " العدد 4734 ، نشر بتاريخ الثلاثاء 19 جانفي 2016.

مراجع باللغة الاجبية :

1. Dinar Standard & SalaamGteway , (2021/2020), "State Of The Global Islamic Economy Report- Thriving in uncertainty", Dubai , 2021
2. FatemehShafaei ,Badaruddin Mohamed , "Malaysia's Branding As An Islamic Tourism Hub: An Assessment", Malaysian Journal Of Society and Space 11, Issue 1, 2015.

3. Mastercard&Crescent Rating (**July2021**), Report of :"**Global Muslim Travel Index 2021 (GMTI)**" , Singapore .
4. PiangpisSriprasert& All, "**Inderstading Behavior And Needs Of Halal Tourism In Andaman Gulf Of Tailand :Acase Of Asian Muslim "** , Journal Of Advanced Management Science, Vol 2,N3, September 2014.
5. SureeratChookaew&All , "**Increasing Halal Tourism Potential At Andaman Gulf In Thailand For Muslim Country**", Journal Of Economics ,Business And Management , Vol3, N 7 , July 2015.