

السياحة الحلال: الصناعة التي تنمو بسرعة - تجارب ناجحة - *Halal Tourism: Fast growing industry - successful experiences-*

د. بدروني عيسى

أستاذ محاضر أ

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

escaissa1@hotmail.fr

د. مصطفىاوي الطيب

أستاذ محاضر أ

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

mostaieb@gmail.com

تاريخ النشر: 2019-03-15

تاريخ القبول: 2019-01-21

تاريخ الإرسال: 2019-01-12

ملخص:

يمثل المسلمون ثاني أكبر مجموعة دينية في العالم. عموماً، لا يختلف السفر من قبل المسلمين عن السفر من قبل سياح الديانات الأخرى. إلا أن للإسلام تأثيراً على الطريقة التي يقوم بها المسلمون بالسياحة، لأن الإسلام ليس ديناً فحسب، بل هو أيضاً أسلوب حياة. تجدر الإشارة إلى الاهتمام المتزايد بالسياحة الحلال هو من كل من الجوانب سواء من ناحية الصناعة أو البحوث. يمكن تلخيص السياحة الحلال بأي غرض أو إجراء مسموح باستخدامه أو المشاركة فيه أثناء السياحة وفقاً للتعاليم الإسلامية. ولذلك، يجب أن الاهتمام بنجاح وتطوير وتسويق وجهات السياحة الحلال باعتماد التعاليم والمبادئ الإسلامية في جميع الأنشطة السياحية. تستكشف هذه الورقة مفهوم السياحة الحلال إلى جانب المكونات التي تشكل هذه الصناعة. مع تقديم أمثلة عالمية حول بعض أفضل التجارب. كما نوقشت الفرص والتحديات في تطوير وتسويق السياحة الحلال.

كلمات مفتاحية: السياحة، السياحة الحلال، السياحة الإسلامية، المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية.

Abstract:

Muslims constitute the world's second largest religious group. In general, travel by Muslims is no different than travel by tourists of other religions. However, Islam has an influence on how Muslims approach tourism because Islam is not only a religion but also a way of life. Tourism recognizes the growing interest in Halal tourism from both the perspectives of industry and research. Halal tourism can be summarized by any object or action which is permissible to use or engage in tourism industry, according to Islamic teachings. Therefore, the success of developing and marketing Halal tourism destination must be guided by the adoption of Islamic teachings and principles in all aspects of tourism activities. This paper explores the concept of Halal tourism along with the components which constitute the industry. It provides worldwide examples of some of the current best practises. The opportunities and challenges in developing and marketing Halal tourism are also discussed.. Turkey was ranked as the third halal-friendly Muslim destination in the world.

Key words: Tourism, Halal tourism, Islamic tourism, Global Muslim Travel Index.

مقدمة:

تعتبر السياحة من القطاعات سريعة النمو في المجال الاقتصادي، حيث صارت تمثل جزءاً معتبراً من مجموع الدخل الوطني لمختلف الدول، لدرجة انه توجد بعض الدول التي تحتل السياحة فيها المراتب الأولى في اقتصادياتها الوطنية، على غرار اليونان وتونس مثلاً. وتختلف السياحة حسب الثقافة السائدة للشعوب، فالمسلمون مثلاً يبحثون عن السياحة الحلال، التي تخلوا من المحاذير الشرعية، ذلك لأن المزيد من المسلمين في جميع أنحاء العالم الآن يعلمون جيداً المميزات والتسهيلات التي يوفرها هذا القطاع.

ويرغب المسلمون حول العالم بقضاء إجازة في بيئة تلي احتياجاتهم بما يراعي معتقداتهم. تتراوح هذه الاحتياجات من توفير الأغذية الحلال في المطاعم والفنادق إلى الخدمات الأكثر تنوعاً مثل توفير أماكن إقامة تتضمن غرفاً مخصصة للصلاة، ومنتجعات مرافق تفصل ما بين الجنسين وتتمتع بحمامات سباحة وشواطئ ملائمة سر.

وتماشياً مع نمو قطاعات الاقتصاد الإسلامي الأخرى، يرغب المسلمون كذلك بمزيد من خيارات الترفيه، والرعاية الصحية والتسوق المتوافقة مع مبادئ الدين الإسلامي، كما يرغبون كذلك بتوافر مزيد من خيارات التمويل الإسلامي. في هذا الإطار، تبذل العديد من الدول المزيد من الجهود لتلبية هذه الاحتياجات، فنرى دولاً إسلامية وغير إسلامية تسعى جاهداً لتطوير خيارات سياحية مراعية للقيم الإسلامية معصباً تركيز خاص على تشييد فنادق ومنتجعات ملائمة سر.

إن من أكثر البلاد المرغوبة في السياحة الحلال حالياً هي بالدرجة الأولى ماليزيا واندونيسيا بالإضافة إلى تركيا، التي كانت لمدة ستة قرون مركزاً للتفاعل بين الشرق والغرب وتجذب تركيا السياح المسلمين من جميع أنحاء العالم. كذلك الإمارات العربية المتحدة وبالأمم المتحدة التي تعتبر من كل الأمل، فضلة، حيث تبذل الدولة جهوداً لتطويرها لتكون وجهة صديقة للحلال، ومعنى هذا المصطلح أنها مناسبة لمتطلبات المسلمين. هناك أيضاً الكثير من الدول الإسلامية وغير الإسلامية التي تقوم بالتوسع وتطوير خدماتها السياحية "الصديقة للحلال" مثل سنغافورة واليابان في آسيا والمملكة المتحدة وألمانيا في أوروبا. إشكالية: يمكن صياغة السؤال الرئيسي وفقاً لمناقشة إشكالية الدراسة أعلاه كالتالي: كيف يمكن الاستفادة من قدرات السياحة الحلال في الدول الرائدة في هذا المجال من أجل استفادة الجزائر منها.

أهمية الدراسة: تستمد الدراسة أهميتها من الأهمية المتزايدة للسياحة الحلال في العالم، ومحاولة تحليل الأنشطة المرتبطة بها من أجل الاستفادة منها في بلادنا.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى التعرف على هذا النوع من السياحة المصحوب بالرغبة في تلبية الحاجة الدينية أو الروحية. يُعرف هذا النوع من الأنشطة السياحية باسم "السياحة الروحية" أو "السياحة الدينية" أو "سياحة المعتقدات". في العديد من الأديان، يعتبر القيام برحلة إلى مكان مقدس (الخليج) دينياً للمؤمن، وفي هذه الحالة، يكون المكان الذي تتم زيارته أمراً مهماً. تسعى هذه الورقة البحثية إلى الفصل في كل هذه المفاهيم المتعلقة بالسياحة الحلال، وتحليل الأنشطة المرتبطة بالسياحة الحلال في العالم مع التركيز على التجارب الناجحة.

المنهج المستخدم في الدراسة: تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة الذي يعرف بأنه بحث متعمق لحالة محددة بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها على حالات أخرى مشابهة.

الدراسات السابقة: هناك العديد من الدراسات التي تطرقت للموضوع من جوانب مختلفة نذكر منها:

- دراسة (Fikret Tuna) بعنوان "The Role and Potential of Halal Tourism in Turkey: Role, Potential Development and Sustainability"

وركزت الدراسة على أهمية التمييز بين

المصطلحات واستخدام "السياحة الحلال" بدلا من المصطلحات الاخرى مثل "السياحة الدينية" او "السياحة الإسلامية" بالإضافة الى تقديم العديد من الاحصاءات المفيدة عن السياحة الحلال في تركيا؛

- دراسة (Sulhaini, Akhmad Saufi, Rusdan) بعنوان Developing Halal Tourist Destination: Investigating Lombok's Potentials from Destination Marketing Perspective وهدفت هذه الدراسة إلى التحقق من إمكانات تبني المبادئ الإسلامية لتطوير وجهات سياحية صديقة للأغراض الحلال من وجهة نظر تسويقية. تم جمع البيانات من المواد الترويجية الإلكترونية وغير الإلكترونية التي تستخدمها وكالات السياحة ومؤسسات السياحة الخاصة (وكلاء السفر والفنادق والمطاعم) في الترويج لاحدى المناطق السياحية بأندونيسيا (لومبوك) والمناطق المحيطة بها. وتمت معالجة البيانات باستخدام تحليل المحتوى.

- دراسة (Azmi Mohd Nor, Noor Junenita Mohd Nor) بعنوان Exploring Challenges and Business Strategies of Muslim Women Entrepreneurs in Halal Hospitality Industry: The Malaysian Experience بحثت هذه الدراسة النوعية، التي هي جزء من دراسة أوسع، التحديات والقضايا؛ القيم الإسلامية والثقافية واستراتيجيات الأعمال التي اعتمدها 12 من سيدات الأعمال المسلمات اللواتي يملكن أو يديرن مؤسسات بقطاع الضيافة والسياحة في ماليزيا. تظهر النتائج بعض المجالات المشتركة بين هؤلاء النساء المسلمات الرياديات، وتشير النتائج إلى أنهم يحملون قيمةً إسلامية وثقافية قوية يفرسونها في عملياتهم اليومية .

محاور الدراسة: سوف يتم معالجة موضوع الدراسة عن طريق قسمين الاول نظري والآخر ميداني كما يلي:

- الاطار النظري للسياحة الحلال؛
- واقع السياحة الحلال في العالم و تركيا.

المحور الأول: الإطار النظري للسياحة الحلال

1- ماهية السياحة:

1-1 المفاهيم أساسية :

قبل الحديث عن السياحة يجب اولا الفصل في تعريف بعض المفاهيم المتعلقة بالسياحة¹:

السائح المحلي: هو المقيم في بلد ما ويقوم بزيارة بلده.

السائح الدولي: هو زائر يقيم في بلد غير بلده لمدة ليلة واحدة على الأقل.

زائر اليوم الواحد: هو الشخص الذي لا يقضي الليلة في المكان الذي يزوره.

المقيم في بلد ما: هو الشخص الذي قد عاش معظم العام المنصرم هناك، أو قد عاش هناك لمدة أقل ويتنوي العودة

خلال 12 شهرا ليعيش في ذلك البلد.

النقطة الهامة هي أن مفهوم السائح بموجب التعاريف الإحصائية يختلف عن مفهوم الكثير من الناس على المستوى

المحلي، وهو الشخص الذي يقضي عطلة! يأخذ أيضا في الحسبان سياح الأعمال التجارية، أو الذين يعبرون الحدود للتسوق أو

للتجارة. كذلك، لا تشمل الغالبية العظمى من الإحصائيات على السياح المحليين نظرا لصعوبة حصرهم - على الرغم من

أهميتهم للجهود المحلية لتنشيط السياحة. وتشير التقديرات إلى أن السفر الداخلي والسياحة الداخلية هما أهم من السوق الدولي

بعشرة مرات، فيما يختص بالأعداد الوافدة.

2-1 تعريف السياحة:

يتم تعريف السياحة على أنها " أنشطة الأشخاص المسافرين إلى أو المقيمين في أماكن خارج بيئتهم المعتادة، لمدة لا تزيد عن سنة واحدة على التوالي لأغراض قضاء وقت الفراغ، أو الأعمال التجارية، أو لأغراض أخرى"². هذه "الأغراض الأخرى" قد تشير إلى زيارة الأصدقاء والأقارب، التعليم والتدريب المهني، والرعاية الصحية والطبية، والتسوق، والقيام بالمشاعر الدينية. وعليه يتم تصنيف الأنشطة السياحية وتصنيفها على أساس الهدف الرئيسي للسفر: سياحة الأعمال، السياحة الطبية (أو السياحة الصحية)، سياحة التسوق، السياحة الدينية ، ... إلخ.

2- الإسلام والسياحة:

يوصل الاقتصاد الإسلامي نموّه الثابت بفضل انتشار 1.8 مليار مسلم حول العالم، بحسب تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي 2019/2018. ويقدر هذا التقرير إنفاق المسلمين حول العالم بـ 2.1 ترليون دولار أمريكي في العام 2017 على القطاعات المعيشية، فيما بلغ إجمالي أصول قطاع التمويل الإسلامي 2.4 ترليون دولار أمريكي. احتل قطاع الأغذية والمشروبات المرتبة الأولى من حيث إنفاق المسلمين الذي بلغ 1.3 ترليون دولار أمريكي، تبعه قطاع الألبسة حيث بلغ الإنفاق 270 مليار دولار أمريكي ثمّ قطاع الإعلام والترفيه حيث بلغ الإنفاق 209 مليار دولار أمريكي ثمّ قطاع السياحة بقيمة 177 مليار دولار أمريكي ثمّ الإنفاق على المستحضرات الدوائية ومستحضرات التجميل فبلغ 87 مليار دولار أمريكي و 61 مليار دولار أمريكي على التوالي.³

بالإضافة إلى ذلك، الإسلام هو الدين الأسرع نمواً في العالم. إذا استمرت الاتجاهات الحالية، فمن المتوقع أن يشكل المسلمون 26.4 % من إجمالي سكان العالم في عام 2030 (استراتيجية الحد من الفقر 2011). بين عامي 2010 و 2050، من المتوقع أن يرتفع إجمالي عدد سكان العالم إلى 9.3 مليار نسمة، بزيادة قدرها 35 %. خلال تلك الفترة نفسها، من المتوقع أن يزيد المسلمون بنسبة 73 %. ونتيجة لذلك، وفقاً لتقديرات بيو للأبحاث، بحلول عام 2050، سيكون هناك تقارب بين المسلمين (2.8 مليار نسمة، أو 30 % من السكان) والمسيحيين (2.9 مليار، أو 31 % من السكان)، ربما لأول مرة في التاريخ. (PRS 2015).⁴

لنبلية للمسلمين، لا يعتبر الإسلام ديناً أو جزءاً من الثقافة فحسب، بل هو أسلوب حياة يوفر إرشادات حول كيفية إدارة الأعمال⁵. وبالتالي، للإسلام تأثير على الأنشطة اليومية للمسلمين، سواء في البيت أو في السفر. ووفقاً للمسلمين، فإن القرآن، يقدم إرشادات في جميع جوانب الأنشطة البشرية. لذا، فإن الإسلام يؤثر على خيارات وجهة الأفراد السياحية ويوجه سلوكهم وأنشطتهم أثناء ذلك. تتطلب المتطلبات المميزة للمسلمين من حيث الغذاء والصلاة اليومية وأنماط السفر بعض التعديلات في السياحة. لذا، فإن احتياجات المسلمين تؤثر على سلوكهم عند السفر، ويجب تلبية هذه الاحتياجات من قبل قطاع السياحة إذا أرادت خدمة المجتمع الإسلامي.

أنفق السياح المسلمون 177 مليار دولار على السفر في عام 2017 (لا يشمل ذلك نفقات الحجاج إلى البقاع المقدسة)، وبحلول عام 2020، من المتوقع أن يتجاوز هذا الرقم 180 مليار دولار. والأهم من ذلك، أن السكان المسلمين البارزين في العالم لديهم القدرة على المشاركة في مجموعة متنوعة من الأنشطة السياحية لأن المسلمين يحتاجون أيضاً ويريدون السفر من أجل زيارة الأصدقاء والأقارب، ولإدراك إبداع خلق الله وفق الآيات القرآنية. خلاصة القول، السياحة الحلال أمر مهم في تطوير السياحة المحتملة اليوم وفي العقود القادمة⁶.

3- سياحة إسلامية أم سياحة حلال؟

أحد الأسباب الرئيسية للسفر هو الرغبة في تلبية الحاجة الدينية أو الروحية. يُعرف هذا النوع من الأنشطة السياحية باسم "السياحة الروحية" أو "السياحة الدينية" أو "سياحة المعتقدات". في العديد من الأديان، يعتبر القيام برحلة إلى مكان مقدس (الطعم) دينياً للمؤمن، وفي هذه الحالة، يكون المكان الذي تتم زيارته أمراً مهماً.

هذه الرحلات التي تتم لأسباب دينية لا تقتصر على الإسلام فحسب، بل نجدتها في الديانات الأخرى مثل المسيحية واليهودية والهندوسية والبوذية والأديان الأخرى. في الإسلام، تُعرف الرحلة المقدسة إلى الكعبة في مكة المكرمة بالحج، ويلزم جميع المسلمين القيام بهذه الرحلة مرة واحدة على الأقل خلال حياتهم (عند الاستطاعة). أثناء الحج، يزور الحجاج عدداً من المساجد والأماكن الهامة، ويصلون ويؤدون الشعائر الدينية الأخرى. لهذه الأسباب، وصف سفر المسلمين إلى الأماكن المقدسة لأسباب دينية أو روحية بأنه "سياحة إسلامية". ومع ذلك، تستخدم مصادر أخرى مصطلح "السياحة الإسلامية" لتسمية جميع الأنشطة السياحية للمسلمين المسموح بها كلياً بموجب الشريعة الإسلامية (حلال). في المعنى الثاني هذا، ليس بالضرورة أن يكون المكان الذي تتم زيارته مكاناً مقدساً للمسلمين، ولا يجب أن يكون الهدف دينياً. القضية المهمة هنا هي أن الأنشطة السياحية يجب ألا تتضمن أي شيء غير مسموح به (حرام) من قبل الإسلام. لذلك، يتم أيضاً قبول السفر إلى فندق ساحلي للاسترخاء والترفيه بدون أي غرض ديني باعتباره "سياحة إسلامية" إذا كانت الأنشطة المدرجة ليست ضد الشريعة الإسلامية ("حلال"). لتمييز ذلك من السياحة إلى المواقع المقدسة التي تقودها أغراض دينية، يُطلق على هذا النوع من السياحة أحياناً "السياحة الحلال" أو "السياحة المتوافقة مع الإسلام".⁷

4- أوجه السياحة الحلال:

السياحة الحلال هي فئة فرعية من السياحة موجهة نحو العائلات المسلمة التي تلتزم بقواعد الإسلام. وتعرف السياحة الحلال بأنها أنشطة مسموح بها بموجب الشريعة الإسلامية.⁸ يمكن أن تتم السياحة الحلال في الوجهات الساحلية، في الفنادق، المنتجعات، مراكز التزلج، مخيمات الغابات، مراكز التسوق، أو في أي مكان آخر. الشرط الوحيد هو أن جميع هذه الأنشطة يجب أن تكون حلالاً (الترمز بمبادئ وإرشادات الإسلام والالتزام بالقيم الإسلامية).

وتنمو السياحة الحلال بشكل مطرد في السنوات الأخيرة. كونها تناسب الملتزمين دينياً، ويقصد بهذا النمط السياحي الجديد الفنادق والمنتجعات السياحية التي تحصر على عدم تقديم أي برامج أو وجبات أو مأكولات أو أنشطة مخالفة للشريعة الإسلامية، وفي صالونقوعات الخمور وصلات لعب القمار وأندية الديسكو ومرافق الترفيه المُنْفَصلة للرجال والنساء والمناسبة للأسر. وللمناطق الشاطئية الخاصة للنساء فقط، والمناطق الشاطئية المُنْفَصلة للعائلات مع مراعاة السياحة بالزبي الإسلامي.

لقد استخدمت الشركات السياحية في العالم أساليب في فهم واستكشاف أنماط الحياة والسلوك واحتياجات المسافر المسلم، وذلك من أجل تقديم إرشادات بخصوص السفر الحلال لجميع الشركات حول العالم. وتعد السياحة الحلال أحد أسرع القطاعات السياحية نمواً في العالم، يساعد هذا المؤشر كلا من الوجهات السياحية 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.

وقد ظهرت السياحة الحلال قبل عدة سنوات، بعد أن شهدت شركات الفنادق نجاح القطاع المصرفي والاستثماري المتوافق مع الشريعة الإسلامية ورأت فرصتها في ذلك. وهو يشمل الجوانب الرئيسية للمعيشة المتوافقة مع الشريعة الإسلامية مثل عدم تناول الكحول، والأطعمة الحلال، وغرف منفصلة للصلاة للرجال والنساء، وارتداء ملابس محتشمة. من أجل فهم أفضل لما هو مدرج في السياحة الحلال، سنناقش أهم ميزات⁹:

1- وفقاً لمبادئ الإسلام يجب على الرجال والنساء المسلمين ارتداء ملابس تستر العورة، بالإضافة إلى الكف عن النظر إلى من لا يرتدي الملابس المحتشمة؛

2- الخصوصية والعائلة هي أحد أهم القضايا في الإسلام. وفقاً للشريعة، لا يمكن للرجل والمرأة العيش معاً إذا لم يكونا متزوجين واستناداً إلى القواعد الإسلامية، لا يستطيع غير المتزوجون السفر معاً، أو البقاء في نفس الغرفة، أو تناول العشاء في مطعم، أو السباحة معاً كما يفعلون في المجتمعات ذات التوجه الغربي. بالإضافة إلى ذلك، يجب الحفاظ على الحياة الأسرية خاصة. بمراعاة هذه المتطلبات، سيتم تصميم عملية سياحية متوافقة مع الشريعة بطريقة تضمن مستوى عالٍ من الخصوصية. على سبيل المثال، أن لا يتم قبول غير المتزوجين في الفندق.

3- خدمة الطعام الحلال الذي يتوافق مع الشريعة الإسلامية ويمكن أن يستهلكه السياح المسلمون. حيث لا يُسمح للمسلمين بأكل لحم الخنزير وأطعمة مشتقة من لحمه، واللحوم والمنتجات المشتقة من الحيوانات آكلة اللحوم أو تلك التي تتغذى على الجيف. كما يعتبر حراماً إذا تم ذبح الحيوانات دون تصريحات دينية (ذكر اسم الله عليها). كما يحظر استهلاك أي طعام أو مشروبات ذات محتوى كحولي. علاوة على ذلك، لا يُسمح للمسلمين بزيارة الأماكن التي يستهلك فيها الكحول.

4- متطلبات أخرى للسياحة الإسلامية المتوافقة: بالإضافة إلى تلبية المتطلبات الرئيسية السابقة، ستوفر عملية السياحة الحلال الجيدة أيضاً ما يلي لضيوفها:

- سجادات الصلاة في الغرف (يفرض على المسلمين الصلاة خمس مرات في اليوم بما في ذلك خلال السفر والعطلات)
- علامات القبلة (مكة) أو الملصقات التي تشير إلى اتجاه مكة في الغرف (ضرورة للصلاة)؛
- نسخ من القرآن في الغرف أو مكتب الحجز، إذا أمكن؛
- وضع الأسرة ودورات المياه بعيداً عن اتجاه مكة (وهو عنصر احترام في الإسلام)؛
- دورات مياه مزودة بصنابير مياه (النظافة بعد استخدام الحمام مهم جداً في الإسلام)؛
- قاعات للصلاة للذكور والإناث ومجهزة بالقرآن ومرافق مكلمة موجودة خارج غرف الصلاة، إذا أمكن؛
- قنوات تلفزيونية محافظة؛
- فن لا يصور الأشكال البشرية والحيوانية؛
- عدم وجود موسيقى تعبر عن رسائل مغرية ومثيرة للجدل؛
- عدم وجود كازينو أو آلات قمار أو عدم تخصيصها في الأماكن العامة (لا يُسمح للمسلمين بزيارة الأماكن التي يمارس فيها القمار)؛
- الترفيه المناسب للمسلمين.

بالإضافة إلى ذلك هناك بعض الصناعات الأخرى التي تساهم في انتشار السياحة الحلال مثل تطبيق معايير الصناعات الصيدلانية الحلال بصفة عامة، وصناعة مواد التجميل الحلال تحديداً، ففي السنوات القليلة الماضية، يزداد الطلب على مستحضرات التجميل ومنتجات العناية الشخصية الحلال بشكل هائل. وقد أدى ذلك إلى إدخال معيار مستحضرات التجميل الحلال الذي يفرض القواعد الصارمة للشريعة الإسلامية ومتطلبات المعايير والعملية المتضمنة في شهادة الحلال والمسؤولية المفروضة على مخالفة شهادة الحلال والمكونات الحلال التي تطلبها السلطات المختصة.¹⁰

كما تعتبر الموانئ الجهات الفاعلة الرئيسية في سلسلة التوريد الحلال، ويجب تنفيذ العمليات الرئيسية لتسليم المنتجات الحلال إلى المستهلك النهائي من خلال بوابتها. يمكن أن تعزى الأهمية المتزايدة للموانئ في شبكة سلسلة التوريد الحلال إلى دورهم

الرئيسي في سلسلة إمدادات حلال فعالة. لذلك، يتطلب الدور المحوري للميناء اهتماما خاصا ويحتاج إلى استكشاف كيف يمكن أن تعزز وظيفتها الفعالة أداء سلسلة التوريد الحلال.¹¹

الحاجة إلى المراقبة الفعالة لصحة الغذاء، لكونه أمرا مهما للسلطة ومنتجي الأغذية. إن الالتزام القوي والدعم المستمر من الحكومة من خلال وكالات مختلفة من شأنه أن يضمن سلامة الأغذية نفسها، من حيث الصحة والجودة. ومن هنا تبرز أهمية إنشاء المختبرات واستخدام التقنيات التحليلية (أساليب) لضمان سلامة الأغذية وحماية المستهلكين من الاحتيال والخداع.¹²

المحور الثاني: نماذج دولية عن السياحة الحلال

1- أرقام عن السياحة الحلال عبر العالم:

1-1- قراءة في مؤشر السفر الاسلامي العالمي:

يشهد قطاع السياحة الحلال ازدهاراً كبيراً ومجالات سياحية متنوعة من الناحية الثقافية، والتاريخية، والدينية والشاطئية. وتلقى المنتجعات الشاطئية المراعية للمبادئ الإسلامية شعبيةً واسعة على وجه الخصوص، فيما تقوم حكومات منطقة الشرق الأوسط والشرق الأقصى بتوسيع نطاق خدماتها ومرافقها لتلبيةً لاحتياجات العدد المتزايد من المسلمين المسافرين. كما بدأت خدمات السفر عموماً بمراعاة الخصوصيات والقيم الإسلامية كي توفر عروضاً ملائمة للمسلمين المسافرين بدءاً من شقق الإجازات بنظام المشاركة لوقت محدد في ديوصولاً إلى مجموعة متنامية من التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تلبي احتياجات المسلمين المسافرين. وبالفعل، من المتوقع أن تدعم رقمنة السياحة الحلال ازدهار القطاع الذي سيستفيد من خاصية التعلم الآلي ومن القدرة على تقديم توصيات سياحية مصممة وفق معطيات العميل الخاصة بفضل توظيف خدمات السياحة الحلال لتحليل البيانات المتجمعة. هذا وقد بلغ الإنفاق الإسلامي على قطاع السياحة الحلال 177 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقع أن يبلغ 274 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.¹³

ووفق تقرير GMTI (Global Muslim Travel Index 2018) لعام 2018، فقد حلت دول من الشرق الأوسط والاقصى و شمال إفريقيا ضمن المراكز العشر الأولى، وهو تقرير يصدر بشكل سنوي عن شركة "كريسنت ريتنغ" بمشاركة "ماستركارد"، ويرتب دول العالم من حيث معايير السياحة الإسلامية. تجدر الإشارة إلى أن شركة كريسنت ريتنغ تعتبر الهيئة الرائدة في مجال السفر الحلال والسياحة. وتتطلع الشركة إلى القيادة والابتكار ودفع عجلة النمو في هذا القطاع من خلال حلول عملية وملائمة، مما يجتبر اليوم من أكثر الفئات نمواً في قطاع السفر، وتستخدم الشركة أساليب في فهم واستكشاف أنماط الحياة والسلوك واحتياجات المسافر المسلم، وذلك من أجل تقديم إرشادات بخصوص السفر الحلال لجميع المنظمات حول العالم. تأسست الشركة في عام 2008، وتستخدمها جميع قطاعات صناعة السياحة، من الهيئات الحكومية ووكالات السياحة إلى مزودي خدمات الضيافة، لخدمة احتياجات المسافر المسلم على نحو أفضل. وتشمل الخدمات التي تقدمها كريسنت ريتنغ: التصنيف والاعتماد، والبحوث والاستشارات، وورش العمل والتدريب، والترتيب والمؤشرات، وتقديم الدعم أو الشراكة للفعاليات والمناسبات، إلى جانب توفير المحتوى، وتنشر شركة كريسنت ريتنغ على موقعها الإلكتروني (crescentrating.com) عددا كبيرا من المصطلحات والتعاريف الخاصة بالسياحة الحلال وضوابطها وشروطها وتدعو الفنادق ووكالات السفر العالمية للالتزام بها. حيث أن كثرة المصطلحات قد تسبب بعض اللبس للمتعاملين مع هذه الصناعة وأن وضع تعريفات للمصطلحات الرئيسية من شأنه أن يجعلها أكثر قربا من المتعاملين في مجال السياحة بشكل عام.¹⁴

ومن خلال قراءة آخر تقرير للعام 2018 تستمر ماليزيا في تصدر المؤشر للسنة الثامنة على التوالي. فقد تمكنت ماليزيا من الحفاظ على قيادتها كواحدة من أفضل الوجهات للمسافرين المسلمين من حيث المعايير المختلفة التي تم تحليلها. وقد ارتقت إندونيسيا إلى الوصافة تعادلا مع الإمارات العربية المتحدة في المركز الثاني وجاءت تركيا في المركز الرابع. في حين احتفظت سنغافورة

بمكائنها الأولى بين الوجهات غير الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي مع تحسن كبير في مكائنها إلى جانب اليابان وتايوان. وتتمتع وجهات منظمة المؤتمر الإسلامي بميزة واضحة على المؤشر بسبب توفر المرافق والخدمات المناسبة للمسلمين. ومع ذلك، فقد تمكنت الدول غير التابعة لمنظمة المؤتمر الإسلامي من الارتقاء بمستوى التصنيف جيداً من خلال تحسين خدماتها لجذب سوق السفر الإسلامي بشكل أفضل. والجدول الموالي يوضح أفضل الوجهات للسياحة الحلال في العالم (تقرير 2018) للدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي والدول غير الاعضاء فيها.

الجدول 01: أفضل الوجهات للسياحة الحلال في العالم تقرير 2018

أعضاء منظمة التعاون الإسلامي				غير أعضاء في منظمة التعاون الإسلامي			
الترتيب	الترتيب العالمي	الدولة	التنقيط	الترتيب	الترتيب العالمي	الدولة	التنقيط
1	1	ماليزيا	80.6	1	6	سنغافورة	66.2
2	2	اندونيسيا	72.8	2	16	تايلندا	56.1
2	2	الامارات	72.2	3	22	المملكة المتحدة	53.8
4	4	تركيا	69.1	4	25	اليابان	51.4
5	5	السعودية	68.7	5	27	تايوان	49.6
6	6	قطر	66.2	6	27	هونج كونج	49.6
7	8	البحرين	65.9	7	32	جنوب افريقيا	47.7
8	9	عمان	65.1	8	35	ألمانيا	45.7
9	10	المغرب	61.7	9	36	فرنسا	45.2
10	11	الكويت	60.5	10	37	استراليا	44.7

Source: Mastercard & Crescentrating Global Muslim Travel Index 2018, P18.

يتضح جلياً من خلال الجدول السابق أن الدول الغير اسلامية تستثمر بشكل جيد في السياحة الحلال، فقد ظهرت خدمات سياحية جديدة في العديد من الدول الأوروبية لجذب المزيد من السياح المسلمين، حيث صار المصحف وسجادة الصلاة ومؤشر القبلة من الأشياء الضرورية على قائمة الخدمات الفندقية لعدد متنام من السياح. ويأتي اهتمام عدد كبير من الفنادق بتوفير كل متطلبات السائح المسلم استجابة لتزايد عدد الراغبين من السياح المسلمين في التأكد من عدم تجاهل معتقداتهم خلال ابتعادهم عن الديار.

إن سوق الحلال أصبح حالياً موضع اهتمام الكثير من الدول غير الإسلامية مثل استراليا وسنغافورة وتايلاند نظراً لعائداته الكبيرة ومع تزايد عدد المسلمين في العالم ازدادت التوقعات بانتعاش هذا السوق، فقد دفع ارتفاع الطلب على المنتجات الحلال بالشركات والمطاعم والفنادق في أنحاء العالم إلى السعي إلى تلبية احتياجات الزبائن المسلمين، وفي هذا الاتجاه، تقود دول مثل سنغافورة وتايلندا والمملكة المتحدة واليابان الطريق لتحويل مطاعمها وفنادقها إلى أماكن تقدم المنتجات الحلال حتى تتمكن من استقطاب المزيد من السياح من الدول الإسلامية.

1-2- أفضل 10 وجهات - سهولة الوصول:

احتلت تركيا المرتبة الأولى في معيار سهولة الوصول بالنسبة لوجهات السياحة الحلال ويحتوي هذا المعيار على معايير فرعية تتمثل في متطلبات الحصول على التأشيرة والربط الجوي والبنية التحتية للنقل. في حين جاءت ماليزيا في المرتبة الثانية تليها

كل من سنغافورة والإمارات العربية المتحدة وهونغ كونغ كأفضل خمس وجهات. وكان من بين الوجهات العشرة الأولى في ترتيب هذا المعيار دول أخرى غير أعضاء في منظمة التعاون الإسلامي. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 02: أفضل 10 وجهات من حيث سهولة الوصول

الترتيب	الدولة	لربط الجوي	متطلبات التأشيرة	البنية التحتية للنقل	المجموع
1	تركيا	100.0	81.3	49.2	230.5
2	ماليزيا	71.0	96.0	56.4	223.4
3	سنغافورة	64.4	71.4	85.4	221.1
4	الإمارات	92.0	65.5	56.7	214.3
5	هونغ كونغ	47.8	77.1	88.3	213.2
6	ألمانيا	77.4	58.7	75.5	211.6
7	هولندا	70.0	58.7	79.9	208.7
8	فرنسا	72.4	58.7	74.1	205.3
9	المملكة المتحدة	75.2	54.7	73.7	203.6
10	كوريا الجنوبية	53.5	84.4	60.7	198.6

Source: Mastercard & Crescentrating Global Muslim Travel Index 2018, P20.

3-1- أفضل 10 وجهات - الاتصالات:

تصدر ماليزيا التصنيف العالمي للاتصالات الجيدة من بين الوجهات التي يقصدها مسافرون المسلمون. وسجلت إندونيسيا أقوى النتائج من حيث التوعية. مع تسجيل نقص كبير في الحضور الرقمي القوي من قبل معظم الوجهات. وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 03: أفضل 10 وجهات من حيث الاتصال

الترتيب	الدولة	سهولة الاتصال	الحضور الرقمي	التوعية	المجموع
1	ماليزيا	95.3	68.1	76.3	239.6
2	إندونيسيا	83.0	59.7	93.8	236.5
3	سنغافورة	77.9	48.6	51.3	177.8
4	تايلندا	36.8	51.4	63.8	151.9
5	اليابان	19.1	58.3	62.5	139.9
6	الإمارات	71.0	23.6	38.8	133.4
7	نيوزيلندا	53.4	36.1	40.0	129.5
8	بروناي	78.4	23.6	26.3	128.3
9	البحرين	71.5	22.2	31.3	125.0
10	أستراليا	53.4	23.6	46.3	123.3

Source: Mastercard & Crescentrating Global Muslim Travel Index 2018, P20.

4-1 - أفضل 10 وجهات - البيئة:

سجلت سنغافورة أقوى وجود من حيث معيار البيئة المستدامة والتي يمكن أن تدعم المسافرين المسلمين. الملاحظ أن غالبية الوجهات التي لديها بيئات داعمة هي دول غير اسلامية. والجدول التالي يوضح ذلك بالتفصيل:

الجدول 04: أفضل 10 وجهات من حيث البيئة

الترتيب	الدولة	مناخ مناسب	الأمن والثقافة	لرؤار الوافدين	المجموع
1	سنغافورة	98	100	36	234
2	الامارات	70	96	53	220
3	تركيا	49	80	85	215
4	ماليزيا	62	96	56	214
5	هونج كونج	86	100	17	203
6	السعودية	61	80	60	202
7	كازخستان	51	96	52	199
8	اسبانيا	78	80	39	197
9	اليابان	87	100	9	196
10	البحرين	56	84	54	194

Source: Mastercard & Crescentrating Global Muslim Travel Index 2018, P21.

5-1 - أفضل 10 وجهات - الخدمات التمكينية:

إن وجود نقاط اتصال لخدمات مثلى هو مفتاح الترحيب بالمسافرين المسلمين والاحتفاظ بهم في كل وجهة. الملاحظ أن جميع الدول في قائمة العشرة الأوائل من معيار "الخدمات التمكينية" هي دول اسلامية، بسبب توفر المرافق والخدمات المناسبة للمسلمين، حيث تصدر ماليزيا القائمة. وجاء الترتيب على النحو التالي:

الجدول 05: أفضل 10 وجهات من حيث الخدمات التمكينية

الترتيب	الدولة	مطاعم	أماكن الصلاة	مطار	تجارب فريدة	فنادق	المجموع
1	ماليزيا	95.0	100.0	100.0	10.2	75.2	380.4
2	اندونيسيا	90.0	100.0	100.0	18.0	59.4	367.4
3	السعودية	95.0	100.0	100.0	9.2	62.9	367.1
4	الامارات	80.0	100.0	100.0	10.4	72.3	362.7
5	مصر	85.0	100.0	80.0	53.8	37.9	356.7
6	تركيا	75.5	100.0	86.7	40.8	51.5	354.5
7	قطر	90.0	100.0	100.0	9.6	54.6	336.1
8	عمان	80.0	100.0	100.0	9.6	46.5	336.1
9	البحرين	70.0	100.0	100.0	20.8	44.8	335.6
10	ايران	85.0	100.0	80.0	33.2	34.4	332.6

Source: Mastercard & Crescentrating Global Muslim Travel Index 2018, P21.

2- الأوائل في السياحة الحلال:**1-2- ماليزيا الريادة في سوق الحلال:**

كما أشرنا سابقا أوضح مؤشر السياحة الحلال 2018 لمؤسسة «كريست رينتنغ» من سنغافورة أن ماليزيا حافظت على مركز الريادة في السياحة الحلال للعام الثامن تواليًا، من بين 130 دولة شملها المؤشر، وأنها تحتذب أكبر نسبة من السياح المسلمين. لم يكن ذلك مصادفة فماليزيا تعد من بين الوجهات السياحية المفضلة لما يمكن وصفه بالسياحة الحلال، لأنها تستند إلى المعايير المحافظة. ولا يعتبر هذا النوع من السياحة حكرا على المسلمين، بل هناك من يرغب في السياحة الحلال من أولئك الذين ينتمون إلى ديانات أخرى.

وقد حققت ماليزيا فقرة نوعية في هذا المجال، وأصبحت تمثل المقصد المثالي للسياحة الأسرية، لأنها تقدم كل الخدمات اللازمة، ولأنها تعرف احتياجات الباحثين عن السياحة الحلال ويرجّح أن يشكل النجاح الماليزي حافزا لبقية الدول الإسلامية لاعتماد سياسة سياحية مشابهة، دون خوف ملئيّ تأثيرات سلبية في مجتمعاتها، وفي القيم التي تقوم عليها.

2-2- اندونيسيا النمو في سوق الحلال:

السياحة الحلال هي مفتاح النمو الاقتصادي في إندونيسيا ومن المتوقع أن يكون أكبر مصدر للعملة الأجنبية في البلاد في المستقبل. وقد سلط مؤشر (GMTI) الضوء على توصيات للابتكار والنمو في قطاع السفر الإسلامي في إندونيسيا. وشملت التوصيات تحسين الاتصال والبنية التحتية وكذلك بناء المحتوى والموارد عبر الإنترنت لجذب المزيد من السياح الدوليين، مع تحسين العلامة التجارية العالمية للوجهة الحلال في البلاد. ويساعد تحسين الأنظمة الخاصة بالسياحة الحلال على دفع عجلة نمو القطاع، وقد بدأت إندونيسيا بالطلب من الشركات الحصول على شهادات الحلال والامتثال لفرامات.

بالنظر إلى جمالها الطبيعي وراثتها الثقافي، توفر السياحة فرصة نمو هائلة لإندونيسيا. وبفضل مكانتها كأكبر دولة إسلامية من حيث عدد السكان، تمتلك إندونيسيا البنية التحتية الأساسية والبيئة الملائمة لتلبية احتياجات المسافرين المسلمين.

في عام 2016، تم إعداد فريق تسريع وتطوير السياحة الحلال من قبل وزارة السياحة الإندونيسية، لمعالجة تطوير وترويج السفر الحلال في إندونيسيا وسط المنافسة المتزايدة من دول أخرى لتطوير مبادراتها الخاصة بالسياحة الحلال. عملت إندونيسيا على تطوير البنية التحتية والخدمات لجذب السياح المسلمين، وتحسنت باستمرار مكانتها العالمية في مؤشر (GMTI) لنتقل من المركز السادس في عام 2015 إلى المركز الثاني في عام 2018.

في ديسمبر 2018 تم اطلاق ما يسمى بمؤشر السفر الإسلامي الإندونيسي، وذلك لوضع الدولة كرائد في سوق السفر الإسلامي الذي تقارب قيمته 220 مليار دولار وتحقيق هدف خمسة ملايين سائح مسلم في عام 2019. وقد اشار التقرير إلى عشر مقاطعات إندونيسية على استعداد لاستقبال السياح المسلمين، لكن ثلاث مقاطعات هي لومبوك وآتشيه وجاكرتا تعتبر كوجهات رئيسية جديدة للسياحة الحلال في اندونيسيا. أثبتت لومبوك التي تصدر المؤشر أنها واحدة من أكثر الوجهات المجهزة للمسافرين المسلمين في إندونيسيا من حيث المعايير المختلفة التي تم تحليلها. تليها آتشيه وجاكرتا. تشتهر لومبوك بشواطئها النقية واحتضانها لأكثر من ألف مسجد، وكانت في طليعة تطوير وجهة السياحة الحلال للبلدت السلطات الإقليمية التزاماً قوياً بتوعية أصحاب المصلحة وتعزيز الوجهة كوجهة ودية للمسلمين.¹⁵

3-2- الامارات الاستثمار في سوق الحلال:

احتلت دولة الإمارات المركز الأول عالميا في الإنفاق على السياحة الحلال بنحو 17.6 مليار دولار خلال العام 2017، بحسب دراسة نشرتها غرفة تجارة وصناعة دبي، كما أنها استمرت في صدارة منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من حيث توفر أكثر بيئات العمل تنافسية للاستثمار في أنشطة السفر والسياحة وجاهزية التكنولوجيا المتقدمة، وتقديم أفضل البنى التحتية للنقل

الجوي في العالم . كما يتم توفير خيارات تلبية المتطلبات الأكثر شعبية مثل الشقق المشتركة لفترة مؤقتة في دبي، وتوظيف موقع **Have halal, Will Travel** لخاصية جمع البيانات التلقائي لغرض إطلاق واجهة محادثة ذكية تقدم توصيات خاصة للعملاء.

كما كانت الامارات اول دولة اسلامية وثاني دولة بالعالم ترتيبا في معيار البيئة المستدامة والتي يمكن أن تدعم المسافرين المسلمين للعام 2018، من خلال الزوار الوافدين إليها وتوفر الامن والثقافة بالإضافة الى كون المناخ بها مناسباً للقيام بالنشاطات المرتبطة بهذا النوع من السياحة.

2-4- تركيا الجذب في سوق الحلال:

تركيا هي بلد يقع جغرافيا بين آسيا وأوروبا بين البحر الأسود في الشمال والمتوسط في الجنوب. لديها 7200 كم من الساحل مع مئات من الشواطئ الجميلة، منها 436 من الشواطئ ذات العلم الأزرق (برنامج العلم الأزرق هو علامة طوعية بيئية للشواطئ والمراسي. وهو برنامج يتم تشغيله من قبل منظمة التعليم البيئي (FEE) وهي منظمة غير حكومية ذات نفع عام، ولها ممثلين في 73 دولة لغاية جوان 2015. لقد كانت بداية برنامج العلم الأزرق عام 1987 في أوروبا، وذلك بهدف تشجيع الشواطئ للتماشي مع المعايير الأوروبية لجودة مياه البحر. وتم منذ ذلك تطوير معايير البرنامج لتسلط الضوء على مجال أوسع للقضايا البيئية والصحة والسلامة. ويشهد البرنامج اليوم زيادة ملحوظة في طلبات الشواطئ والمراسي التي ترغب برفع العلم الأزرق). لذلك، من بين 50 دولة، احتلت تركيا المرتبة الثانية في برنامج العلم الأزرق لعام 2015، بعد إسبانيا مع 578 شاطئاً، وتعتبر السياحة الشاطئية على وجه التحديد مجال نمو هام وقيلين ذلك جلياً في المنتجعات التركية الملائمة سر التي حققت عائدات بلغت 184 مليون دولار أمريكي في العام 2017.

لا توجد بيانات إحصائية عن عدد السياح الحلال في تركيا أو عن حصة السياحة الحلال في السياحة التركية. ومع ذلك، قد يقدم عدد من المصادر الثانوية بعض المعلومات عن وضع السياحة المتوافقة مع الإسلام في تركيا. على سبيل المثال، تحتل تركيا المرتبة الرابعة بين الوجهات المسلمة الصديقة الحلال بين دول منظمة التعاون الإسلامي (OIC)، بعد ماليزيا واندونيسيا والإمارات العربية المتحدة .

ووفقاً لنتائج البحث الذي أجري في عام 2013، هناك ما مجموعه 152 منشأة سياحية حلال تنتشر في جميع أنحاء تركيا. وحيث أن إجمالي عدد المنشآت السياحية في تركيا يبلغ 3830، فإن حصة المرافق السياحية الحلال تبلغ حوالي 4٪. يمكن العثور على مزيد من المعلومات حول السياحة الحلال على موقع إنترنت يسمى (halalbooking.com) والذي يتضمن وجهات سياحية حلالاً اعتباراً من أكتوبر 2015، يستضيف هذا الموقع ما مجموعه 280 وجهة سياحية حلال في تركيا. وقد انشأت تركيا هيئة اعتماد الحلال التي تمنح الشهادات للفنادق، ومراكز التزلج، والبواخر السياحية وغيرها من الشركات العاملة في مجال السياحة والخدمات ذات الصلة.

النتائج والتوصيات:

- عندما يسافر الناس للوفاء بالتزاماتهم الدينية أو لزيارة الأماكن المقدسة المرتبطة بدينهم ، فإن هذه الرحلات هي جزء من السياحة الدينية. ولأن هذه الرحلات تتضمن مسلمين ، فإن السياحة الدينية غالباً ما توصف بأنها "سياحة إسلامية". ومع ذلك، فإن مصطلح "السياحة الإسلامية" يستخدم أيضاً للأشطة السياحية للمسلمين والتي ليس لها غرض ديني ولكنها تمثل لقواعد الإسلام (هي حلال). لهذا السبب، من أجل تجنب الارتباك، الأفضل هو استخدام مصطلح "السياحة الحلال" أو "السياحة الإسلامية المتوافقة" بدلاً من السياحة الإسلامية.
- السياحة الحلال هي فئة فرعية من السياحة الموجهة نحو العائلات المسلمة التي تلتزم بقواعد الإسلام. وهو يغطي جميع أنواع الأنشطة السياحية في الوجهات الساحلية والفنادق والمنتجعات ومراكز الترفيه ، ومخيمات الغابات، ومراكز التسوق، أو في أي مكان آخر طالما أنهم يطيعون المبادئ التوجيهية واللوائح الإسلامية. لكي تعتبر العملية السياحية حلالاً ، يجب أن تتبع بدقة الشريعة الإسلامية فيما يتعلق بثلاثة معايير رئيسية: قواعد اللباس والخصوصية وخدمة الطعام الحلال.
- يشكل النجاح لدول مثل ماليزيا، اندونيسيا، الامارات وتركيا حافزا لبقية الدول الإسلامية لاعتماد سياسة سياحية مشاهمة، دون خوف ملهيّ تأثيرات سلبية في مجتمعاتها، وفي القيم التي تقوم عليها.
- الدول العربية والإسلامية ومن بينها الجزائر بحاجة إلى تسخير قوتها الاقتصادية لدعم وتطوير مثل هذه الأفكار الواعدة، بدلاً من الاعتماد على نسخ الثقافة الوافدة - التي لا تتوافق مع قيمنا في الغالب - بدون أي ابتكار، ويقع هذا على عاتق الحكومات ورجال الاعمال وكذا وسائل الاعلام.
- ضرورة اعتماد معاهد ومراكز للتقييس مهمتها منح حق استعمال علامة الجودة طبقا لموصفات المنتجات الحلال، وذلك بغية تنظيم هذا السوق ووضع مقياس واضح لوجهات السياحة الحلال.
- الاستمرار في الحصول على المزيد من الخدمات والمرافق الصديقة للمسلمين هذا سيحسن نتائج الترتيب والتصنيف وسيحافظ على ترتيب قوي لضمان أن تبقى الوجهات السياحية متوافقة مع السياحة الحلال خاصة في شهر رمضان.
- تطوير خطط إستراتيجية لتقديم منتجات وخدمات جديدة تجتذب المسافرين خلال هذه السنوات. هذا يمكن أن يشمل أيضا سوق سفر الأعمال.
- تطوير الجهود التسويقية الوجهة التي تتضافر والتركيز على الترحيب بالمسافرين المسلمين إلى هذه الوجهات.
- في الاخير تجدر الاشارة الى ان الفنادق الاسلامية تواجه تحديا عالميا يتمثل في ان تخليها عن بعض الامور المتعارف عليها عالميا سيحرمها من الادراج ضمن التصنيفات العالمية للفنادق من حيث وضعها في سلم الدرجات المتعارف عليه في هذا الجانب، لذلك يجب الضغط من أجل تجنب هذه النقطة السلبية.

المراجع:

- ¹ منظمة العمل الدولية، دليل الحد من الفقر من خلال السياحة، 2013، ص 03.
- ² نفس المرجع ، ص 03.
- ³ اقتصاد شمولي دعائمه الأخلاق، تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي 19/2018، ص 03.
- ⁴ Fikret Tuna, **The Role and Potential of Halal Tourism in Turkey: Role, Potential Development and Sustainability** , *Alternative Tourism in Turkey*, GeoJournal Library, Volume 121, 09 December 2016, pp 260-261.
- ⁵ See Sulhaini, Akhmad Saufi, Rusdan, **Developing Halal Tourist Destination: Investigating Lombok's Potentials from Destination Marketing Perspective**, Balancing Development and Sustainability in Tourism Destinations, **27 September 2016**, P 68.
- ⁶ Fikret Tuna, *Op.cit*, pp 260-261.
- ⁷ Fikret Tuna, **The Role and Potential of Halal Tourism in Turkey: Role, Potential Development and Sustainability** , *Alternative Tourism in Turkey*, GeoJournal Library, Volume 121, 09 December 2016, pp 259-260.
- ⁸ See Norlin Nor, Norlida Mohd Noor, Azmi Mohd Nor, Noor Junenita Mohd Nor, **Exploring Challenges and Business Strategies of Muslim Women Entrepreneurs in Halal Hospitality Industry: The Malaysian Experience**, Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry, Selected Papers from the International Halal Conference 2014, 25 June 2016, PP 37-46.
- ⁹ Fikret Tuna *Op.cit*, pp 261-263.
- ¹⁰ See Aspiyati Jusoh, Liziana Kamarulzaman and Zalina Zakaria, **The Implementation of Halal Cosmetic Standard in Malaysia: A Brief Overview**, Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry, Selected Papers from the International Halal Conference 2014, 25 June 2016, PP 37-46.
- ¹¹ See Arash Asiaei, Azmin Azliza Aziz, Suhaiza Zailani, **The Significant Role of Halal Ports in Malaysia Logistics Industry**, Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry, Selected Papers from the International Halal Conference 2014, 25 June 2016, PP 347-357.
- ¹² See Irwandi Jaswir, Muhammad Elwathig S. Mirghani, Hamzah M. Salleh, Noriah Ramli Fitri Octavianti, Ridar Hendri, **An Overview of the Current Analytical Methods for Halal Testing**, Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry, Selected Papers from the International Halal Conference 2014, 25 June 2016, PP 291-300.
- ¹³ اقتصاد شمولي دعائمه الأخلاق، تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي 19/2018، ص 05.
- ¹⁴ موقع شركة crescentrating.com تاريخ الاطلاع 2019/01/01.
- ¹⁵ موقع شركة crescentrating.com تاريخ الاطلاع 2019/01/01.