

السياحة الحلال مقومات وتحديات وتجارب دولية.

Halal tourism is an ingredient, challenges and international experiences.

بن عمار نوال¹

¹ جامعة الحاج لخضر باتنة-1 (الجزائر)

تاريخ الاستلام: 2020/08/03 تاريخ القبول: 2020/08/04 تاريخ النشر: 2020/08/07

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على نوع من أنواع السياحة ألا وهي السياحة الحلال أو السياحة الإسلامية، التي تعتبر نمط سياحي جديد وظاهرة حديثة في مجال صناعة السياحة العالمية سواء من الناحية النظرية أو العملية، ففي الماضي كانت مرتبطة بالحج والعمرة فقط، لكن منذ عهد قريب، شهدت سوق السياحة تدفقا غير مسبوق للمنتجات والخدمات المصممة خصيصا لتلبية احتياجات قطاعات الأعمال والترفيه ذات الصلة بالسياح المسلمين في جميع أنحاء العالم، ولقد شهد سوق السياحة الإسلامية توسعا سريعا على مر السنين وبرز كأحد أسرع القطاعات نموا في سوق السياحة العالمية، بحيث سجلت سنة 2014 مبلغ 145 مليار دولار مقابل 80 دولار فقط عام 2006، وفي 2015 واصلت سوق السياحة الإسلامية العالمية نموها بتسجيل قدره 4.9% وبلغت 151 مليار دولار، ومن المتوقع أن يبلغ حجم هذه السوق 243 مليار دولار في 2021 بمعدل نمو سنوي قدره 8.3 في المائة. كلمات مفتاحيه: السياحة، السياحة الحلال، مقوماتها، مكونات وتحديات السياحة الحلال، تجارب دولية في السياحة الحلال.

تصنيفات JEL : L8، L، L83.

Abstract:

This research paper aims to identify a type of tourism, which is Halal tourism or Islamic tourism, which is a new tourist pattern and a modern phenomenon in the field of global tourism industry, whether in theory or in practice, in the past it was related to Hajj and Umrah only, but since recently The tourism market witnessed an unprecedented flow of products and services specifically designed to meet the needs of the business and leisure sectors related to Muslim tourists around the world. The Islamic tourism market has expanded rapidly over the years and has emerged as one of the fastest growing sectors in the global tourism market, recording NH 2014 amount to \$ 145 billion, compared to \$ 80 only in 2006, and in 2015 continued global Aaoslamah tourism market growth registration of 4.9% and stood at \$ 151 billion, and is expected to reach the size of this market is \$ 243 billion in 2021 annual growth rate of 8.3 per cent.

Keywords: Tourism, Halal tourism, its components, components and challenges of halal tourism, international experiences in Halal tourism.

JEL Classification Codes: L، L8، L83.

على مدى العقود الماضية شهد النشاط السياحي الدولي نموا كبيرا ومتواصلا سواء من حيث الإيرادات السياحية أو عدد السياح الوافدين، وهذا ما نتج عنه آثارا اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية واسعة النطاق لتشمل كل بقاع المعمورة تقريبا. كما أ النشاط السياحي الدولي يولد فوائد اقتصادية جمة تعود بالنفع على البلدان المستضيفة للسياح وبلدان إقامتهم على حد سواء، ووفقا لمنظمة السياحة العالمية فقد ارتفع عدد الوافدين من السياح الدوليين من 998 مليون سائح سنة 2011 إلى 1235 مليون في 2016، أي بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 4.4%. كما ارتفعت خلال الفترة ذاتها العائدات الناجمة عنهم، أي عائدات السياحة الدولية من 1073 مليار دولار إلى 1220 مليار بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي، أي بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 2.6%، وبلغت عائدات السياحة العالمية في 2016 ما يناهز 3.34 مليار دولار لليوم أو ما يعادل 988 دولار لكل سائح وافد.

ويتميز النشاط السياحي الدولي أيضا باتساع رقعته الجغرافية وتنوع الوجهات والمنتجات السياحية بشكل متواصل، وعلى الرغم من أن الجزء الأكبر من النشاط السياحي الدولي ما يزال مركزا في المناطق المتقدمة في أوروبا والأمريكيتان، إلا أنه تم تسجيل انتشار مهم لأسواق مستقبلية للسياح في المناطق النامية، فوفقا لبيانات منظمة السياحة العالمية، فإن المنطقتين الأكثر استقبالا للسياح في العالم (أوروبا والأمريكيتان)، قد استقطبتا معا 70.7% من إجمالي عدد السياح الوافدين في العالم في عام 2011، لكن هذا الرقم سجل تراجعاً بحلول عام 2016 ليستقر على نسبة 66.9% مقابل ارتفاع هذا الرقم في المناطق النامية مثل منطقة آسيا والمحيط الهادئ، وبين عامي 2011 و2016 كان الانخفاض المسجل في حصة أوروبا من عائدات السياحة العالمية الأكثر حدة من باقي المناطق التي شهدت تراجعا، بحيث تراجعت من 44.8% إلى 36.7% لصالح المناطق النامية في العالم، وقد صارت السياحة الدولية أحد أهم النشاطات الاقتصادية ومصدرا مهما من مصادر عائدات النقد الأجنبي والعمالة في العديد من الدول النامية، لذلك يتم إيلاء اهتمام كبير لتنمية السياحة في السنوات الأخيرة عند صياغة استراتيجيات التنمية الوطنية في العديد من البلدان النامية، كما نجدها على جدول أعمال العديد من المؤتمرات الدولية المعنية بالتنمية المستدامة المنعقدة مؤخرا.

وتوفرها على تنوع وغنى على مستوى المعالم الطبيعية والجغرافية والتاريخية والثقافية، فإن دول منظمة التعاون الإسلامي كمجموعة تزخر بإمكانيات هائلة تسمح لها بتنمية قطاع السياحة الدولية تنمية مستدامة، ولكن نظرا للحصة المتواضعة لمنطقة المنظمة في سوق السياحة العالمية

وانحصار النشاط السياحي فيها في عدد قليل من بلدانها فقط دون غيرها، يبدو أن جزءاً مهماً من هذه الإمكانيات تبقى خارج نطاق الاستثمار والاستفادة منها، ويتجلى هذا الوضع في الحصر المتواضعة نسبياً للدول الأعضاء في عدد الوافدين من السياح الدوليين وعائدات السياحة العالمية والتي سجلت 14.9 و 10.1% في عام 2015، إن المشاكل التي تواجهها السياحة وتنمية قطاع السياحة الدولية المستدامة في دول المنظمة متنوعة بتنوع الخصائص السياحية لكل بلد ومستوى التنمية فيه فضلاً عن أولوياته وسياساته الإنمائية الوطنية.

وتعتبر نشأة السياحة الإسلامية (الحلال) من بين العوامل الأخرى الواعدة للدول الإسلامية في مجال السياحة، فعدد متزايد من سكان هذه الدول يؤثرون اللجوء إلى الاستفادة من المرافق والخدمات السياحية المصممة وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية. ووفقاً لأحدث التقديرات فإن الطلب على السياحة الإسلامية وخدماتها سيستمر في النمو ومن المتوقع أن يصل إلى 243 مليار دولار بحلول عام 2021، وهذا التوجه الإيجابي الملحوظ في السياحة الإسلامية لا يعزز القطاع السياحي بشكل عام في الدول الإسلامية فحسب، بل يدفع أيضاً بالزيادة في الأنشطة السياحية البينية في البلدان الإسلامية ما دامت تتوفر جُل مرافق وخدمات السياحة الإسلامية في هذه البلدان، ومع ذلك تتمركز سوق السياحة الإسلامية بشكل عال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (MENA) التي تمثل المصدر الرئيسي لصناعة السياحة الإسلامية العالمية، وبنفقات سياحية تقدر بأكثر من 108 مليار دولار، استأثرت هذه الدول بنحو 72% من إجمالي النفقات السياحية للمسلمين خلال 2015، وفي العام ذاته احتلت تسعة من أسواق السياحة الإسلامية مكانة ضمن عشر أكبر الأسواق ذات الريادة في هذا الصنف من السياحة، كما أظهر مؤشر السفر العالمي للمسلمين (GMTI) لعام 2017 أن ماليزيا والإمارات العربية المتحدة وإندونيسيا وتركيا والمملكة العربية السعودية وقطر تعتبر من أكبر وجهات السياحة الإسلامية.

وبشكل عام فإن السياحة تعتبر قطاعاً على جانب كبير من الأهمية ويمكن أن تلعب دوراً هاماً في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للعديد من الدول الإسلامية إذا ما وضعت لها خطط ملائمة وأديرت بشكل سليم، وهذا لا يرجع فقط لتوفر هذه البلدان على الموارد السياحية الغنية القائمة وتلك الممكن توفرها، بل أيضاً لأن مواطنيها يسافرون بأعداد كبيرة لجميع أنحاء العالم سواء بغرض العمل أو الترفيه أو لأغراض أخرى، كما تقرر تحديد السياحة على أنها واحدة من المجالات الست ذات

الأولى للتعاون في استراتيجية الكومسيك المعتمدة حديثا ذات الهدف الاستراتيجي لتطوير السياحة المستدامة والتنافسية في منطقة الدول العربية.

1. الإشكالية:

سادت في السنوات الأخيرة منذ بداية الألفية الثالثة بعض التوجهات السياحية الجديدة، بدأت تفرض نفسها بقوة على الساحة الدولية ومنها السياحة المحافظة أو ما يطلق عليها "السياحة الحلال"، التي تهدف إلى توفير وجهات سياحية يمكن أن تقصدها العائلات المسلمة الملتزمة بقواعد الشريعة.

وهي السياحة التي أصبحت وجهة الدول الإسلامية وغير الإسلامية لتكون وجهة وقبله للسياحة الحلال ومركز جذب لتوافد السياح المسلمين إليها، انطلاقا مما تتوفر عليه من عوامل مساعدة التي تعتمد عليها في هذا المجال، وما تتمتع به من طبيعة ومناخ معتدل، وكذلك ثقافة الشعوب ومدى ترحيبه بالسائح إضافة إلى التقدم العلمي والتكنولوجي والمعماري الذي يلعب دورا هاما ومؤثرا على السياحة في هذا العصر تبعا للاهتمام المتزايد بالسياحة الحلال من قبل الملايين من السياح المسلمين على المستوى العالمي.

ولقد تسارعت العديد من الدول والمنظمات ورجال الأعمال للاستثمار في هذا القطاع لما له من مزايا متعددة على مستوى العوائد التي تحققها، سيما أن طالبي هذا النوع من السياحة هم من السياح المسلمين ذوي الدخل المرتفعة القادمين من دول الخليج العربي تحديدا، وأصبحت "السياحة الحلال" من النماذج السياحية التي تحظى باهتمام الباحثين والكتاب والهيئات الرسمية القائمة على شؤون السياحة، من أجل تحقيق محتوى هذا المفهوم الجديد والوقوف على الاستراتيجيات التي تتبناها الحكومات والمنظمات السياحية من أجل الترويج لهذه السياحة، ومن هذا المنطلق يمكن تحديد مشكلة البحث والمتمثلة في السؤال الرئيسي التالي: ما هي السياحة الحلال؟ وما هي المقومات والتحديات وفرص السياحة الحلال في الدول الإسلامية وغير الإسلامية؟

2. الهدف من البحث:

يمكن حصر أهداف البحث في النقاط التالية:

- الإطلاع والتعرف على المفاهيم المتعلقة بالسياحة الحلال.
- التعرف على المقومات والفرص وتحديات السياحة الحلال.

● الاتجاهات العالمية في صناعة السياحة الحلال.

3. التأصيل المفاهيمي للسياحة:

حاول الباحثون عبر الزمن تقديم مفهوم شامل للسياحة، ويرجع تاريخ تلك المحاولات إلى عام 1910م، عندما وصف تشولارد السياحة من وجهة نظره الاقتصادية قائلاً: "مجموع العمليات ذات الطبيعة الاقتصادية والتي ترتبط مباشرة بالدخول والبقاء والتحرك الذي يقوم به الأجانب داخل أو خارج دولة معينة أو مدينة أو إقليم"، هذا وتعتبر معظم الدراسات أن أوقيلفي Ogilive 1933 من أوائل الباحثين في وصف مصطلح السائح وقد فسره بأنه شخص تتوفر في تحركاته حالتين:

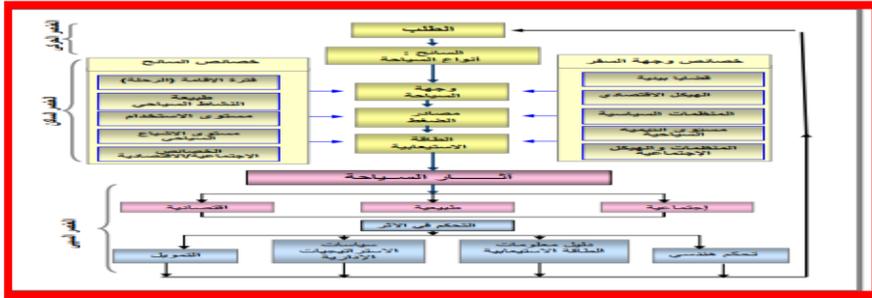
● غياب الشخص عن موطنه لفترة قصيرة نسبياً ولا تتجاوز العام الواحد.

● إنفاق الشخص خلال غيابه عن الموطن من ماله غير المكتسب من مكان الزيارة.

يؤكد الاقتصاديان السويسريان هونزيكر وكرايف (Hunziker & Krapf) بأن السياحة هي: "مجموع الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر والبقاء في مكان غير مكان الموطن بالكيفية التي لا تقود إلى إقامة دائمة أو الارتباط بأي نشاط للكسب المادي." (عبلة عبد الحميد بخاري، 2012، ص5-

(6

شكل رقم 01: الإطار المفاهيمي للسياحة.



المصدر: (عبلة عبد الحميد بخاري، 2012، ص6)

وعرفت الرابطة الدولية للخبراء العلميين السياحة بأنها: "مجموعة العلاقات المتبادلة والظواهر التي تنشأ من سفر الناس وبقائهم في أماكن ليست محل إقامتهم الدائمة، ولا مكان عملهم سواء لقضاء وقت الفراغ أو الأنشطة المقترنة بالعمل والدراسة." (عبلة عبد الحميد بخاري، 2012، ص8) ويهدف توحيد أسس الإحصائيات السياحية قامت المنظمة العالمية للسياحة "OMT" بتحديد تعريف لهذه الظاهرة وهو كالاتي "السياحة تشمل أنشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة، ويقومون فيها لمدة لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى، وتتألف

البيئة المعتادة للشخص من منطقة محددة قريبة من مكان إقامته مضافا إليه كافة الأماكن التي يزورها بصورة مستمرة ومتكررة." (المنظمة العالمية للسياحة، 1995، ص10)، وفي هذا الصدد حددت منظمة السياحة العالمية 185 نشاطا في مجال العرض والذي له روابط كبيرة بقطاع السياحة، وتشمل هذه الأنشطة خدمات مختلف القطاعات مثل النقل والاتصالات والفنادق والسكن والأغذية والمشروبات الهائلة من الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والبنية التحتية اللازمة لتقديم الدعم لها، وتعتبر السياحة من أكبر القطاعات في العالم فضلا عن كونها عنصرا مهما في التجارة الدولية.(السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات، 2015، ص1)

4. المفاهيم العامة للسياحة الحلال (السياحة الإسلامية):

كما هو واضح من الاسم تستهدف السياحة الإسلامية بالأساس الأشخاص ذوي المعتقدات الإسلامية على وجه الخصوص، على الرغم من أنه يمكن أن تستهدف أيضا كل الأشخاص على الصعيد العالمي حتى من غير المسلمين وذلك لعدة أسباب مثل التسعير العادل والسلام والأمن والبيئة الودية للأسرة والنظافة وما إلى ذلك، وقد تعددت المصطلحات المستخدمة للدلالة على مفهوم السياحة الإسلامية سواء في النظرية والممارسة السياحية، فنجد مصطلحات من قبيل السياحة الحلال وسياحة الشريعة والسياحة الودية للمسلم الأكثر شيوعا والتي تستخدم مكان السياحة الإسلامية، وعلاوة على ذلك هناك بعض المصطلحات ذات الصلة مثل "الضيافة الحلال" و"الفنادق المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية" و"السفر الودي الحلال" الخ.

✿ **المفهوم الاقتصادي:** يركز المفهوم الاقتصادي للسياحة الإسلامية على إدراج أسواق ووجهات سياحية جديدة، وهذا المفهوم هو الأكثر عرضة للنقاش والفهم على نطاق واسع في البلدان الإسلامية وغير الإسلامية، فيعتبر الفاعلون الرئيسيون في السياحة أن الدول الإسلامية كواحدة من الأسواق السياحية الناشئة التي تتوفر على إمكانات اقتصادية وديمغرافية ووجهات ضخمة، وهناك العديد من المحافل الإقليمية والدولية مثل المؤتمر الإسلامي لوزراء السياحة (ICMT) والمجلس العربي لوزراء السياحة (ACMT) المعنية بتوضيح الأبعاد الاقتصادية لسوق السياحة الإسلامية، فقد قدم الاجتماع الثالث لـ ICMT رؤية جديدة في هذا الصدد من خلال اعتماد "إعلان الرياض"، الذي يهدف إلى تسهيل التأشيرة وتعزيز الاستثمار السياحي في الدول الإسلامية وتنظيم الفعاليات التسويقية المشتركة وتسهيل إحياء التراث الثقافي الإسلامي.

✿ المفهوم الثقافي: يتضمن المفهوم الثقافي للسياحة الإسلامية الرؤى والأفكار التي تحدد إدراج المواقع الثقافية الدينية والإسلامية في البرامج السياحية مع عناصر "تربوية"، وبناء الثقة بالنفس وتغلب غايته في تشجيع إعادة التوجيه داخل الوجهات السياحية من المواقع الأقل استهلاكاً والغنية بـ"الثقافة الغربية" نحو المواقع الإسلامية التاريخية والدينية والثقافية.

✿ مفهوم المحافظة الدينية: يستند مفهوم المحافظة الدينية للسياحة الإسلامية على التفسير والفهم المحافظ للإسلام، فيمكن لدمج عناصر نمط الحياة الإسلامية المحافظة على صناعة السياحة الحديثة وتقديم خيارات وفضاءات ومجالات سياحية جديدة، ومن أجل سوق سياحية بينية محافظة متنامية داخل البلاد العربية والإسلامية لا بد من تنفيذ مفهوم المحافظة الدينية في التخطيط السياحي كخيار إضافي وكإدراج في التيار السياحي الموجود يمكن بالفعل أن يكون له أثر اقتصادي واجتماعي إيجابي. (Al-Hamameh, A, & Steiner, C, 2004)

جدول رقم 01: الاختلافات بين السياحة التقليدية والدينية والسياحة الحلال.

الجوانب	السياحة التقليدية	السياحة الدينية	السياحة حلال
المضمون	الطبيعة، والثقافة، والتراث.	مكان العبادة، الأماكن الثقافية الدينية، التراث الديني	كل أنواع السياحة
الهدف	الترفيه	زيادة الروحانية	زيادة الروحانية عن طريق الترفيه وزيادة الوعي الديني
الدليل	الاستمتاع بالمناظر وزيارة الأماكن التاريخية	لفهم تاريخ المعلم الديني ومواقع ذات الجذب السياحي.	استحضار السياح مشاعر الشريعة وإدخال السعادة الداخلية في نفوسهم
علاقة المجتمع ببنية السياحة	مبنية على الربح	مبنية على الربح	مبادئ متكاملة وقائمة على تفاعل الشريعة.
الجدول الزمني للسفر	في كل مره	أوقات معين	بالتوقيت

Source : Ana Jaelani, 2017, p11.

5. مفهوم السياحة الحلال:

ظهر مصطلح "السياحة الحلال" عقب سلسلة ثورات الربيع العربي وأصبح الجدل حول هذا المصطلح حديث الساعة، فمن جانب استغله الليبراليون للتهريب من الفكرة الإسلامية والداعين لها، بدعوى أن الإسلاميين سيحرمون السياحة وسيقصرونها على سياحة المساجد وحدائق الحيوانات، وسيحطمون الآثار ويغلقون الشواطئ ومن ثمة ستنهار صناعة السياحة، ويضيع الاقتصاد وعلى الجانب الآخر يسعى الإسلاميون ي ظل الصحوة الحالية إلى استغلال هذه اللحظة، لفرض أطروحاتهم الفكرية ورؤاهم في مجالات الاقتصاد والسياحة والإعلام والتعليم...نافين أراجيف الليبراليين وتخوفاتهم عبر برامج علمية وأطروحات تسعى للتنفيذ.

وتعريف السياحة الحلال لا يختلف كثيرا عن مفهوم السياحة المتعارف عليه لكن بزيادة عبارة (فيما لا يغضب الله)، (أو فيما لا يخرق قيم وعادات وشريعة البلد)، وهو أمر لا خلاف عليه بل ويعمل به في كافة دول العالم.

تعتبر السياحة الحلال نوعا من السياحة التي: "توفر وجهات يمكن أن تقصدها العائلات المسلمة الملتزمة بقواعد الشريعة، وتضم فنادق لا تقدم الكحوليات، وحمامات سباحة، ومرافق صحية تفصل بين الرجال والنساء، وتقدم صناعة السياحة الحلال أيضا رحلات جوية لا تُقدم على متنها المشروبات الكحولية أو لحوم الخنزير، وتعلن عن أوقات الصلاة وتعرض برامج دينية ترفيهية وتوفر مصاحف في جيوب المقاعد، وأماكن خاصة تتيح الفصل بين المسافرين الذكور والإناث"، ولا ينحصر هذا النوع من السياحة في الشواطئ والآثار فقط، بل هناك السياحة الرياضية والسياحة العلاجية وسياحة المؤتمرات والندوات، وسياحة المعارض والأسواق، والسياحة الصحراوية، السياحة الريفية، وغيرها من الأنواع التي أهملت عن قصد وعمد. (<http://taseel.com/Display/Author/AuthorsPub.aspx?ID=357>)

ومن هنا يمكن تعريف السياحة الحلال بأنها: "الطلب على المنتجعات، الفنادق والنقل الحلال، وإحجام الأفراد والعائلات المحافظة على السفر على مواقع وأماكن ذات الطابع الغربي، والابتعاد عن سلوك السفر الذي لا يحترم التعاليم الإسلامية.

6. أنواع السياحة الحلال:

تتعدد أشكال وأنواع السياحة الحلال حسب الهدف والغاية منها، وذلك ومن هذه الأنواع ما يلي: (هايل طشطوش، 2015، ص2)

- سياحة الاستطلاع والاستكشاف، ويمكن تسميتها بالسياحة الجغرافية، التي تهدف إلى التعرف على التضاريس والأماكن وتفصيل الكون المختلفة. للتدبير في خلق الله تعالى وإبداعاته الكونية؛
- السياحة الترويحية (السياحة الترفيهية)، والغاية منها هو الترويح عن النفس، لأن النفس تصاب بالملل والكلل عن أنس بن مالك قال صلى الله عليه وسلم: "روحوا القلوب ساعة وساعة"؛
- سياحة التأمل والمشاهدة، وتهدف إلى مشاهدة إبداعات الأمم والشعوب؛
- السياحة العلمية، غايتها هي الدراسة الاستزادة من العلم والمعرفة؛
- السياحة الثقافية، لمشاهدة المعالم التاريخية الحضارية والتعرف على ثقافات وتراث الشعوب؛

● السياحة الدينية(الإيمانية)، والتي غايتها التعبد وتغذية الروح وهي التي تكون للأماكن المقدسة والبقاع الطاهر.

7. مقومات السياحة الحلال ومقوماتها وآثارها:

تعتمد السياحة الحلال الأكثر نجاحا على مقومات تساهم في نمو وتطور هذه السياحة على مستوى عام يشمل جميع المجالات.
أولا: مجالات السياحة الحلال.

تشير التقديرات إلى أن ما يقرب من 1,619 مليار مسلم في 200 دولة يشكلون 23% من سكان العالم، يعيش 62,1% من المسلمين في منطقة آسيا والمحيط الهادئ، و19,9% في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، و15% في جنوب صحراء إفريقيا، و2,7% في أوروبا، و0,3% في الولايات المتحدة الأمريكية وفي حالة استمرار نمو عدد المسلمين فإنه من المتوقع أن يشكل المسلمون 26,4% من إجمالي سكان العالم في عام 2030. (<http://Islamicnews.net>)

1. العلامة التجارية الإسلامية:

إن نمو سوق الاستهلاك الحلال مهم للمشركات، لأن القطاع الحلال يشمل جوانب مختلفة من الحياة اليومية، مثل الغذاء، مستحضرات التجميل، الطب، المنسوجات والتمويل، التغليف، العلامات التجارية، التسويق، السفر والسياحة، وبالتالي فإن مفهوم "الحلال" يشير إلى عدة جوانب ليس فقط الإطعام.

أ- العلامة التجارية الإسلامية من خلال الامتثال:تركز هذه العلامات التجارية بشكل خاص على المستهلك المسلم، ومع ذلك، فإن العديد من العلامات التجارية تعمل بشكل متزايد على توسيع نطاق جاذبيتها لجذب سياح آخرين على سبيل المثال أكثر من 60% من عملاء الفنادق الإسلامية في دبي هم من غير المسلمين؛

ب- العلامة التجارية الإسلامية حسب المنشأ: تكتسب هذه الماركات وصف "إسلامي" أساسا لأن مصدرها دولة إسلامية، وبالتالي لا تروج هذه المنظمات لنفسها على أنها متوافقة مع الإسلام على سبيل المثال (الإمارات العربية المتحدة):

ت- العلامة التجارية الإسلامية من قبل السائح:هذه العلامات تصدر من الدول غير إسلامية مصممه خصيصا لاستهداف العميل المسلم على سبيل المثال، أصل غير مسلم الشركات متعددة الجنسيات مثل، L'OréalNestlé,Colgate، تستثمر الطعام الإسلامي، نمط الحياة واحتياجات الاستهلاك.

2. شهادة الحلال:

شهادة الحلال وثيقة تبين أن المنتجات والخدمات تتوافق مع القواعد الإسلامية وأسلوب الحياة، والغرض الأساسي من استخدام المنظمات لشهادة الحلال هو إعلام العملاء بالمنتج الحلال.

وهناك نوعان من شهادة الحلال: (Tawfik Salah Mohamed Al Nahdi.Md, 2011, p121-122)

● النوع الأول: هي شهادة تسجيل الموقع الذي يشير إلى أنه منظمة إنتاج أو منظمة طعام أو مسلخ، أي أن هذه المنظمة تتعامل مع المنتج الحلال أو تقديم الطعام الحلال، لكن هذا لا يعني أن جميع المنتجات الغذائية التي يتم تصنيعها أو معالجتها في مثل هذه المنظمة معتمدة حالاً، إذ لا يجوز استخدام شهادة الموقع كشهادة منتج حلال.

● النوع الثاني: يتعلق بمنتج معين، تشير الشهادة إلى أن المنتج يفي بمعايير الحلال، ويجب أن يتم إدراجها عبر منظمة إسلامية، أو وكالة إصدار شهادة الحلال في القائمة المعتمدة لكل بلد.

3. السياحة الحلال:

هي منتج جديد للسوق المسلم وغير المسلم، السياحة الحلال تشمل الغذاء والمنتجات والخدمات المختلفة. إنها سوق ديناميكي مع عدد متزايد من السياح المسلمين، حيث أصبحت صناعة الحلال العملية واحدة من الصناعات الأكثر نمواً في العالم.

هناك نقطة يجب ملاحظتها وهي أنه لا ينبغي استهداف السياح المسلمين بالطريقة نفسها التي يستهدف بها السياح غير المسلمين، وتتمثل أحد الاختلافات الرئيسية في تقديم الأنشطة التي تقضي تماماً على القمار والشرب وجميع الممارسات الأخرى المحرمة في الدين الإسلامي، ويمكن أيضاً أن يتضمن الزيارات إلى المساجد والمواقع الإسلامية في مسارات الرحلة، ومن المهم أيضاً تقديم وجبات الطعام الحلال وتخصيص وقت للصلاة طوال الجولة كسياحة متخصصة في السوق، "ودية الحلال" تشمل فنادق حلال، النقل الحلال (شركات الطيران حلال)، مطاعم حلال، باقات الرحلات الحلال والتمويل الحلال. (محمد صالح المنجد، ص23) لذلك تتكون السياحة الحلال من خمسة قطاعات مختلفة تتعلق ببعضها البعض، والتي يمكن أيضاً عرضها كما يأتي: (Mohd, Rizal& al, 2013, p317)

318)

أ- فنادق الحلال: تقدم فنادق الحلال خدمة حلال للمسافرين المسلمين، لا تقتصر هذه الفنادق فقط على خدمة الطعام الحلال كما أن تشغيل الخدمة وإدارة الفندق يجب أن ينظم مع المبادئ الإسلامية. يتم عرض المؤشرات الرئيسية لفندق إسلامي أدناه:

- ✓ لا يتم تقديم أو استهلاك الكحول في المبنى؛
 - ✓ الأطعمة الحلال (المذبوحة باسم الله وباستثناء جميع منتجات الخنازير وبعض الأصناف الأخرى)؛
 - ✓ القرآن، سجادة والسهم التي تشير إلى اتجاه مكة في كل غرفة؛
 - ✓ المراحيض والحمامات،
 - ✓ غرف الصلاة؛
 - ✓ الموظفون في الغالب مسلمون؛
 - ✓ اللباس المحافظ للموظفين؛
 - ✓ مرافق ترفيهية منفصلة للرجال والنساء؛
 - ✓ جميع الطوابق النسائية؛
 - ✓ قانون زي الضيوف؛
 - ✓ التمويل الإسلامي
 - ✓ الموظفات الإناث في الطوابق النسائية الوحيدة، والموظفون الذكور في الطوابق الفردية لذكور؛
 - ✓ لا توجد أماكن للترفيه مثل النوادي الليلية؛
 - ✓ يجب أن لا يصف الفن في الفندق الصورة البشرية؛
 - ✓ خدمة تلفزيونية محافظة؛
 - ✓ يجب على الفندق إتباع مبادئ الزكاة (وإعادتها للمجتمع)؛
- 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 أو غرب أوروبا.
- ب- مرافق الصلاة: تعد الصلاة من أهم العبادات في الدين الإسلامي فهي ركن من أركان الإسلام، وفقا لتقارير " New Research center's From on Religion and Public life " ما نسبته 63% من المسلمين يؤدون الصلوات الخمس في اليوم، لكن أثناء السفر فإن بعض

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 الصلاة، مزودة بأماكن للوضوء، وتحدد جهة القبلة وكل ما يحتاجه المصلي لأداء صلاته على أكمل وجه.

ت- خدمات رمضان: على الرغم من أن هناك عددًا 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 احتياجاتهم الخاصة خلال هذا شهر الفضيل، كمثال على ذلك تقديم وجبات السحور في الفنادق ووجبات الإفطار في مواعيدها.

ث- دورات المياه الصحية: بالنسبة للمسلمين تلعب المياه دورًا رئيسيًا في الطهارة والنظافة وكلاهما جانب مهم من الجوانب الأساسية للإيمان، وتعد النظافة الجسدية عنصر مهم للفرد المسلم ولهذا تولي عناية واهتمام خاص بنظافة الحمام والمراحيض، حيث يسبب عدم وجودها إزعاج للمسافرين.

ج- 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 لمنتجعات القمار وغيرها.

ح- 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 الاستخدام للرجال والنساء؛

- الشواطئ التي توفر مجالات للذكور والإناث في التمتع بالخصوصية؛

4. الممارسات التي تساهم في تحقيق شهادة الحلال:

هناك مجموعة من الممارسات التي تساهم في تحقيق شهادة الحلال تشمل:

http://www_mypremiuimeurope.com

- ✚ ممارسات التوثيق الحلال: هي الوثائق اللازمة من المنظمة من أجل الحصول على شهادة الحلال، والأنشطة والسلوكيات في تقديم المشتدات الحلال التي تحتوى على معلومات مثل بيانات المنظمة، تسجيل المنظمة، مراقبة الوثائق والمعايير وإجراء التشغيل والتجهيز ونظام الإدارة وبرنامج التدريب.
- ✚ مسؤولية الإدارة: تشير مسؤولية الإدارة في ضمان فعالية تنفيذ نظام مراقبة داخلية حلال، ويجب التأكد من أن الإداريين مدربين، على مبادئ الحلال وتطبيقاته، وضمان مواد كافية (القوى العاملة، المرافق، البنية التحتية المالية) من أجل تنفيذ نظام حلال.
- ✚ المواد الخام: يتكون محتوى المواد الخام من المواد المصنعة أو الإضافات حلال.
- ✚ موقع الشركة: من المهم تحديد موقع الشركة في أكثر المواقع المستدامة كون أن الموقع قد يؤثر على أنشطة الابتكار وعملية الإنتاج والكفاءة، مع وجود منفذ للتخلص من النفايات لمنع التلوث المتبادل من خلال الأفراد والمعدات.
- ✚ العوامل الخارجية: يشير إلى الظروف والكيانات والأحداث والعوامل المحيطة التي تؤثر في المنظمة، تحديد الفرص والمخاطر. ويشير المجال الخارجي لأنشطة وسلوكيات الفندق في توفير مجالات تكون نظيفة والامتثال لممارسات التصنيع الجيدة.
- ✚ فرضية الأنشطة والسلوكيات: من خلال توفير المبنى على نظام الصرف الصحي والجدران والأسقف والأبواب، ونظام الإضاءة، التهوية وغيرها، بحيث تكون في حالة جيدة ونظيفة، فيكون تصميمها وبنائها وتجديدها مهياً للسيطرة على مخاطر التلوث.
- ✚ التسهيلات: تشمل المرافق إمدادات المياه والتخزين وغرف التجميد والمصارف، المراحيض والنقل، حيث تكون مركبات النقل مخصصة ومناسبة لنوع من الطعام الحلال فقط وتلبية شروط النظافة والصرف الصحي.
- ✚ الأدوات والمعدات: هي أنشطة وسلوكيات توفير الأجهزة، الآلات، تكون نظيفة ولا تحتوي على مواد مخالفة للشريعة وأن تستخدم فقط للطعام الحلال.
- ✚ الموظفين: فعالية المؤسسة تعتمد على المعرفة والمهارة من الموظفين الذين يساهمون في تطوير الخدمات والتحلي بأخلاقيات العمل، وأن يتميزوا بالرعاية الصحية والنظافة الشخصية وارتداء الملابس المناسبة.

✚ **مكافحة الآفات:** هو تطبيق ورصد مجموعة متنوعة من المواد الكيميائية المستخدمة لقتل الحشرات والقوارض.

✚ **إدارة النفايات:** هي الأنشطة والسلوكيات للتخلص من النفايات وتحقيق وفورات في التكاليف، وكفاءة أفضل، من خلال تنفيذ تدابير لإدارة النفايات على نحو فعال، وأن يتم تخزين المواد الكيميائية الضارة على النحو الملائم وبعيد عن الأطعمة الحلال.

5. تأثير شهادة الحلال في الصناعة السياحية:

تحت تأثير العولمة ظهر العديد من منتجات العلامة التجارية الإسلامية التي بدأت تعزز نفسها عبر الحزم الإسلامية الخاصة. ويجب القيام بجهود في القطاع المصرفي والتأمين وامتد إلى قطاع السياحة، فمن وجهة نظر إسلامية فإن المنتج وعملية الإنتاج يجب أن تكون حلال، وتظهر القوانين الحلال أنواع الأطعمة التي هي مشروعة بحيث يكون إعدادها ومعالجتها ونقلها وتخزينها وفقا ما تنص عليه الشريعة. ويعرف الحلال بوصف للأشياء والإجراءات التي تسمح بممارستها الشريعة الإسلامية بحيث تتوفر فيها الشروط التالية: (RAMLI.N, 2009, p310)

- أن لا يحتوي على أي أجزاء أو منتجات الحيوانات التي هي غير حلال للمسلمين أو منتجات الحيوانات غير مذبوحة وفق الشريعة الإسلامية؛
- أن لا يحتوي على أي مكونات تعتبر نجس وفق الأحكام الشرعية؛
- أن تكون المنتجات آمنة وغير ضارة؛
- أن لا يتم إعدادها ومعالجتها وتصنيفها باستخدام معدات التي تلوثت مع الأشياء التي هي نجسة وفق الأحكام الشرعية؛
- الغذاء أو مكوناته لا تحتوي على أي جزء من أجزاء الإنسان.

شهادة الحلال تتمثل في عدة خطوات لإثبات أن المواد وعملية الإنتاج متوافقة مع الشريعة الإسلامية وشهادة الحلال هي شهادة مهمة كونها تلي متطلبات الثقة من خلال أربع فوائد: (فوزية بوصفصاف، 2018، ص 289)

- ثقة المستهلك في المنتجات الحلال، والذي يسمح للمستهلكين بقرار الشراء؛
- إعطاء ميزة تنافسية، حيث يمكن المصنعين من استخدامه كأداة التصويت؛
- جانب الجودة، حيث تشير أن المنتجات ليست فقط حلال ولكن أيضا تلي شروط النظافة؛

● توفر آلية التدقيق والمراقبة، تشير شهادة الحلال إلى فحص عمليات بدءا من الذبح

والتنظيف والتجهيز والمعالجة والتطهير والتخزين والنقل فضلا عن الممارسات الإدارية.

تطبيق السياحة الحلال في الفنادق يتطلب تقديم خدمات تكون متوافقة مع مبادئ الشريعة

الإسلامية. وهذا لا يقتصر على الأكل والمشروبات الحلال، وإنما تكون إدارة متكاملة للفندق وفق

خصائص معينة منها: لا كحول أكل حلال فقط، وجود القرآن وسجادة الصلاة في الغرفة، أن لا يكون

موقع السرير والمرحاض في اتجاه القبلة، وجود مصلى في الفندق، والفصل بين النساء والرجال.

ثانيا، مقومات السياحة الحلال:

إن أهم المقومات الرئيسية لنمو السياحة والسفر الحلال عالميا هي: (Mohd, Rizal& al, 2013,

p318-320)

1- تزايد نمو عدد سكان المسلمين:

إن عدد سكان المسلمين في نمو وتزايد سريع، ومن المتوقع أن يزيد عددهم في العالم بمعدل نمو

73% في السنوات القادمة. مرتفعا بذلك من 1,6 مليار مسلم في عام 2010 أي نسبة 23% من سكان

العالم إلى 2,8 مليار مسلم بحلول عام 2050، أي بنسبة 30% من إجمالي عدد السكان العالم، وستأتي

الغالبية العظمى من سكان المسلمين من الاقتصاديات الناشئة مثل إندونيسيا، ماليزيا، تركيا ودول

الخليج.

وهذا ما يعني أنه من بين 3 مواليد بين عام 1990 و2030 فإن مولودًا واحدًا سيكون مسلما.

وزيادة عدد المسلمين يعني زيادة حاجاتهم ومتطلباتهم المتوافقة مع الشريعة والتي من بينها السياحة

والسفر الحلال، وهذا ما سيؤدي إلى نمو هذا القطاع أكثر مستقبلا.

2- نمو الطبقة الوسطى وارتفاع دخلها المتاح:

إن الطبقة الوسطى في الدول ذات الغالبية المسلمة في تزايد واتساع وتشمل الدول الخليجية،

إندونيسيا، ماليزيا، تركيا، نيجيريا، بنغلاديش.

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 الاستهلاكية المتزايدة وهذا بدوره

سيؤثر على نمو سوق السياحة الحلال.

3- 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 إطلاعا وتأثيرا في التخطيط للسفر في رحلات عائلية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية.

4-زيادة فرص الحصول على معلومات السفر:

إن انتشار استخدام الانترنت مع انتشار استخدام الهواتف الذكية، جعل التخطيط للسفر أمراً سهلاً بشكل عام، البلدان ذات الأغلبية المسلمة مثل المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة هي من بين 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 الاجتماعي 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.

5-زيادة توافر الخدمات المرافقة للسياحة للمسلمين:

لقد شهدت السنوات الأخيرة بداية العديد من المنظمات والوجهات السياحية تكييف منتجاتها وخدماتها لتلبية احتياجات المسافرين المسلمين، وهذا ما يعني أن هناك زيادة في الخدمات الصديقة للمسلمين.

ثالثاً، الآثار المترتبة عن السياحة الحلال.

يمكن تلخيص أهم التأثيرات التي تساهم فيها السياحة الحلال اقتصادياً، اجتماعياً، سياسياً

وبيئياً في النقاط التالية:(Lina Munirah Kamarudin, Hairul Nizam, 2013, p398)

🌍 اقتصادياً: توفر السياحة الحلال على الكثير من فرص العمل للسكان المحليين خاص لأولئك

الذين يركزون على نمط الحياة الإسلامية، على سبيل المثال في مجال الضيافة، عادة ما تكون

هذه الصناعة بتوظيف العمال الذين لا يريدون الحجاب لاسيما خدمة الفندق، وبالمثل فقد

أفضت السياحة الحلال إلى إنشاء فندق متوافق مع الشريعة، حيث يتمتع العمال بحرية

ارتداء الحجاب لخدمة عملائهم، ففي عام 2011 أنتجت صناعة السياحة ز السفر

98.013.500 وظيفة مع 3,3 % من إجمالي العمالة حول العالم ومن المتوقع أن تنمو إلى

292.100.000 مع نمو 2,3% و3,4% من إجمالي العمالة في عام 2012 ، مع وجود منتجات

سياحية جديدة ومن المتوقع أن يتم توظيف 470.120.00 وظيفة مباشرة في الوظائف الشاغرة للسفر والسياحة في 2022.

- اجتماعيا: تعمل السياحة الحلال كعامل لزيادة العلاقة بين المسلمين حول العالم، فهي تعمل كوسيلة للحفاظ على الحضارات الإسلامية وحفظها.
- سياسيا: تساعد السياحة الحلال على التعاون بين الدول في جميع الجوانب، مما يساهم في هذا المجال في الاستقرار السياسي خارجيا وأيضا النمو الاقتصادي الإيجابي لكلتا المنطقتين بسبب كثرة الرحلات الجوية بين الدول الإسلامية .
- بيئيا: تساهم السياحة الحلال بآثار بيئية أقل لأن هذا المنتج يرتبط عادة بالأماكن الخاضعة للرقابة مثل زيارة المساجد، تناول الطعام الحلال، والنظر في النظافة إلى حد كبير، بما أن الإسلام يدرسه بشكل خاص للغاية.

8. مكونات السياحة الحلال:

تتداخل نشاطات السياحة الحلال مع العديد من المجالات، وفي ما يلي عدة مكونات رئيسية للسياحة الحلال التي يجب أخذها بعين الاعتبار في أي عملية: (Akyol, MandKlinc.O, 2014, p98)

1- النقل الحلال (الخطوط الجوية):

تشتمل المؤشرات الرئيسية للنقل الحلال ما يلي:

- النظافة؛
- الأمان والراحة؛
- حسن الاستقبال؛
- المشروبات غير الكحولية والمنشورات التي هي منسقة مع الإسلام.

2- منشآت الطعام الحلال:

- تقديم المشروبات الغير الكحولية في المكان،
- الأطعمة التي تقدم في المطعم يجب أن تكون حلالا؛
- كما يجب ذبح جميع الحيوانات وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية.

3- حزم الجولات الحلال:

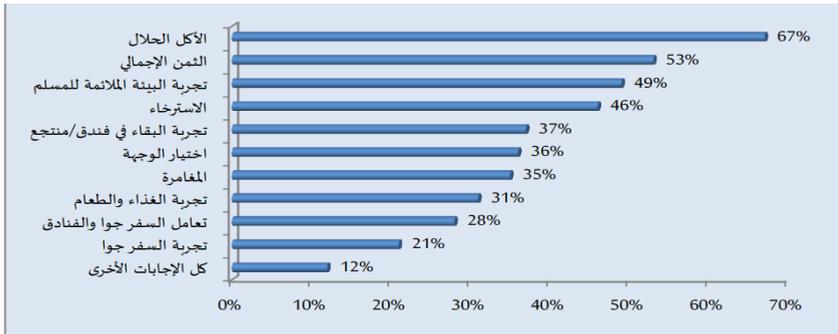
يجب أن يسند محتوى حزم الجولات السياحية على موضوع إسلامي، تشمل البرامج السياحية الإسلامية زيارات إلى المساجد والآثار الإسلامية وتعزيز الحدث خلال شهر رمضان.

4- التمويل الحلال:

ويعني أن تكون الموارد المالية الخاصة بالفندق والمطعم ووكالات السفر وشركات الطيران متسقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية، ويتطلب التمويل الإسلامي المشاركة في تقاسم الربح والخسارة بين جميع الأطراف التي تشارك في هذا المشروع المالي، كما يحظر التمويل الإسلامي أيضا الفائدة.

لا تختلف السياحة الحلال في مكوناتها الرئيسية عن مكونات السياحة التقليدية، مثل الفنادق والمطاعم والنقل والإمداد والتمويل وحزم السفر، ومع ذلك فإن تقييم قيمة المنتجات السياحية في حالة السياحة الحلال تتطلب عملية مختلفة تماما بسبب متطلبات الإسلام، وتسمى هذه المتطلبات لمبادئ الشريعة الإسلامية في أبسط مستوى هذه المبادئ، تمنع الزنا، القمار واستهلاك لحوم الخنازير وغيرها من الأطعمة الحرام وبيع وشرب الخمر وارتداء الملابس غير اللائقة، بالإضافة إلى ذلك، يتوقع من المسلم أن يقيم الصلوات العادية في بيئة نظيفة والصوم في رمضان، وفي التعاليم الإسلامية، يتوقع أيضا من المسلمين الامتناع عن الاستهلاك والتبذير غير الضروريين.

شكل رقم 02: المكونات الأساسية المحددة لقرار السياح المسلمين عند السفر.



Source : Dinar Standard, 2015.

هناك في أوساط السياح المسلمين تباينات كبيرة من حيث الوعي واعتماد مختلف الممارسات الإسلامية، فيعمد عدد كبير منهم إلى السفر إلى وجهات عالمية غير إسلامية مثل أوروبا والتكيف مع أي قيود من خلال السعي وراء بدائل للطعام الحلال، فضلا عن الاعتبارات الدينية الأخرى مثل فضاءات الصلاة وما إلى ذلك.

ثانيا، مبادئ السياحة الحلال:

حتى تحقق السياحة الحلال غاياتها وأهدافها المنشودة، فإنه لا بد لها العديد من الضوابط

والأسس التي تركز عليها وهي كالآتي: (Gayatri.G, Chew.J, 2013, p472-490)

✦ توفير الحماية والأمان للسياح على اختلاف جنسياتهم وأديانهم وأعراقهم وألوانهم خلال مدة إقامتهم وسياحتهم في البلد، وواجب الحماية هو أمر دعا إليه ديننا الحنيف باعتبارهم ضيوف يجب حمايتهم ورعايتهم؛

✦ تقديم كل مستلزمات الرعاية والعناية والخدمة بكل أنواعها وأشكالها (طبية، نظافة، طعام، شراب، مسكن مريح، وسائل النقل، راحة) للسياح خلال مدة إقامتهم في البلد؛

✦ توفير أشخاص مؤهلين يقومون على خدمة السياح وينقلون لهم المعلومات بكل دقة وموضوعية كالمترجمين والمرافقين وأداء السياحيين والخدمة؛

✦ عدم تقديم أو فعل المنكرات والقيام بالتصرفات اللاأخلاقية أمام السياح أو تشجيعهم عليها لأنها تعطي فكرة سيئة للسائح عن تدني المستوى الأخلاقي؛

✦ تقديم النشرات التعريفية التي تقدم صورة حسنة ومشرفة عن البلاد العربية والإسلامية لينقلوها إلى غيرهم عند عودتهم إلى بلدهم.

وبعد أن تأكد لنا أن الإسلام أباح السياحة الحلال وفق الضوابط والشروط والغايات النبيلة التي ذكرناها لا بد من العناية بصناعة قطاع السياحة الحلال في البلاد العربية والإسلامية على اعتبار أنها رافد من روافد الدخل القومي الذي يساهم في تنمية موارد تلك الدول مما يعود على شعوبها بالخير الوفير.

وهناك بعض الدول العربية والإسلامية التي نادت لعقد قمم خاصة وعالمية للسياحة الحلال وهي مبادرات طيبة وعظيمة لبناء صناعة السياحة الحلال في البلاد الإسلامية.

9. تحديات وفرص السياحة الحلال:

تعتبر السياحة الحلال ظاهرة حديثة، على الرغم من كل التطورات الإيجابية، فإن سوق السياحة الحلال لا تزال مجزأة بتنوع مصطلح حلال ومستوى الدخل ومستوى الوعي والموقع والدين والعرق. وهذه هي بعض العقبات الرئيسية التي تواجهها "دول منظمة التعاون الإسلامي" في تعزيز نشاطها في السياحة الإسلامية.

أولا، تحديات السياحة الحلال:

تواجه السياحة الحلال بعض التحديات الخاصة التي تحد من تنميتها في "دول منظمة التعاون الإسلامي" ومن الفرص المتاحة أمامها لتطوير سوقها، ومن هذه التحديات ما يلي: (منظمة التعاون الإسلامي، 2015، ص33)

1- عدم وجود معايير وشهادات عالمية موحدة:

لا توجد أية معايير وشهادات عالمية موحدة تخص الحلال في الصناعة السياحية، وفي الواقع، ليس هناك هيئة رسمية في معظم بلدان دول "منظمة التعاون الإسلامي" للمصادقة على الفنادق والوجهات وفقا للمتطلبات الإسلامية، وفي الوقت نفسه، هناك شركة خاصة مقرها في "سنغافورة" تحت اسم "كريسانترينغ"، وهي رائدة في تقديم شهادة السفر الودي الحلال عبر تصنيف الفنادق، المنتجعات بناء على خمسة معايير "كريسانترينغ".

2- القيود المالية:

تعتبر أحد الأقسام الناشئة الجديدة في صناعة السياحة العالمية، حيث لم تتلق السياحة الحلال موارد مالية كافية، وربما سيدفع تزايد قصص نجاح المستثمرين لإيلاء الاهتمام الواجب لهذا القسم الناشئ من خلال النظر في إمكانياته وحجم سوقه المتزايد.

3- النوع الاجتماعي:

يعتبر تشغيل الإناث في القطاع السياحي، في كثير من البلدان ذات الأغلبية المسلمة مشكلة لأسباب اجتماعية وثقافية مختلفة، بالإضافة إلى ذلك، لا يسمح للنساء بالسفر في غياب محرم في بعض البلدان الإسلامية، وبالتالي فإن نسبة كبيرة من السكان المسلمين في العالم هي افتراضيا خارج نطاق سوق السياحة الإسلامية.

4- اختلاف في تأثير القيم والمعتقدات الإسلامية:

هناك اختلافات كثيرة بين دول "منظمة التعاون الإسلامي" بشأن فهم وتأثير القيم والمعتقدات الإسلامية، وتنعكس هذه الاختلافات الموجودة أيضا في سياستها لتنمية قطاعها السياحي. ففي الوقت الذي تتعامل بعض دول المنظمة بأريحية وترحيب تجاه السياح، تبقى بعضها أكثر تحفظا وأقل اهتماما.

ثانيا، فرص السياحة الحلال:

تعمل السياحة الحلال على ضرورة تضافر جميع الجهود، للعمل على تحويل التحديات الراهنة إلى فرص يمكن الاستفادة منها وخاصة في مجال السياحة، بما يساهم في مواجهة وتخطي الأزمات التي

R., Ibrahīm.H, Kamarudin, 2012, p760-765) تواجه السياحة الحلال والتي تتمثل في:

(Shabudin.A

❖ المقومات السياحية الإسلامية من أجل النمو الاقتصادي:

بما أن العديد من الدول "منظمة التعاون الإسلامي" تتوفر بالفعل على البنية التحتية والبيئية الأساسية من أجل تلبية متطلبات السياح المسلمين، فبإمكانها أن تستفيد من سوق السياحة الحلال، ولذلك فإن تطوير السياحة الحلال يمكنه أن يلعب دورًا حيويًا في النمو والرخاء الاقتصادي في هذه البلدان.

❖ المنتجات السياحية المبتكرة:

هناك فرص لبلدان "منظمة التعاون الإسلامي" لحزم الحج وتجارب السفر الدينية التقليدية مع الأنشطة المتعلقة بالثقافة والتراث لتحضير حزم سياحية فريدة ومبتكرة. وبالنسبة للوجهات التي تتوفر على المواقع التراثية والإسلامية فإن هناك فرصًا متزايدة لتطوير وتسويق إمكاناتها من خلال تصميم برامج سياحية ثقافية ملائمة للمسلم.

❖ وسائل الإعلام الاجتماعية:

توفر الانترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية منصة اتصال هامة لتقديم وتحديد وتسويق العلامات التجارية والمنتجات والخدمات الخاصة بالسياحة الإسلامية لجمهور أوسع.

ثالثًا، غايات وأهداف السياحة الحلال:

يهدف الدين الإسلامي من وراء دعوته للسياحة إلى أهداف تخدم الأمة كمجتمع وتخدم اقتصادها كمصدر لرفاهية أفرادها ومن غايات ومقاصد السياحة الحلال (Global Muslim Travel index, 2015, p25)

- التعرف على الآخرين: معرفة تفاصيل الشعوب والأمم والتعرف على عاداتهم وتقاليدهم، وبالتالي اكتساب المفيد منها، وطرح الضار وغير المتوافق مع قيم الدين الإسلامي؛
- تحقيق المنافع العلمية: وذلك من خلال الاستزادة من العلوم والمعارف الموجودة لدى الشعوب والأمم الأخرى، ونقلها إلى البلاد الأخرى للاستفادة منها؛
- تحقيق المنافع الثقافية: بدراسة ثقافات الشعوب الأخرى، والتعرف على تراثهم وتاريخهم وأخذ العبرة منه، ونقل المنافع من ثقافات الشعوب إلى البلاد الأخرى؛

- تناقل العلوم والمعارف: وذلك بالتعريف بحضارات الشعوب الإسلامية، وإعطاء صورة طبية عن الأمة الإسلامية والدين الإسلامي الحنيف؛
- تحقيق المنافع الاقتصادية والمادية: كون العائدات الإسلامية تهدف إلى التبادل التجاري مع الآخرين، بما يعود بالنفع على اقتصادها وعلى شعوبها؛
- تحقيق المنافع الاجتماعية: تتمثل في تكوين الصداقات والتعارف مع الشعوب الأخرى، والتي قد تقضي إلى روابط أقوى، كالنسب والمصاهرة من خلال الزواج ما يؤدي إلى نشر الدين الإسلامي؛
- تحقيق المنافع الطبية: من أجل الحصول على العلاج والأدوية والعقاقير الغير متوفرة في بلد السائح، وكذلك الراحة النفسية التي قد يجدها أثناء سياحته في بلدان إسلامية غير بلده الأصلي.

رابعاً، العوامل المساهمة في تنشيط للسياحة الحلال:

العوامل المساهمة في اللجوء للسياحة الحلال نوردها في ما يلي: (خديجة عرقوب، 2018،

ص73-75)

1. تزايد نمو عدد سكان المسلمين، حيث يشهد عدد السكان المسلمين نمواً متزايداً، ويتوقع زيادة عدد سكان المسلمين إلى 2,8 مليار مسلم بحلول 2050 أي نسبة 30% من إجمالي عدد سكان العالم؛
2. نمو الطبقة الوسطى في الدول ذات الغالبية المسلمة كالدول الخليجية، اندونيسيا، ماليزيا، تركيا،
- نيجيريا، بنغلادش. فضلاً على أن الجيل الثاني والثالث من المسلمين في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية أصبحوا ذوي تعليم عالي ومن بين القوى العاملة، الأمر الذي زاد من قيمة الدخل المتاح فئة كبيرة من المسلمين والذي أصبحت السياحة الحلال من بين عناصرهم الاستهلاكية المتزايدة؛
3. يتميز المسلمين بكثرة الفئات الشابة والأصغر سناً مقارنة بباقي المجموعات الدينية الكبرى، حيث يصل الفرق إلى سبع سنوات عن متوسط العمر من غير المسلمين، وهذه الفئات الشابة هي الأكثر تخطيطاً للسياحة في رحلات عائلية؛

4. انتشار استخدام الانترنت مع زيادة استخدام الهواتف الذكية جعل التخطيط لرحلات السياحة أمراً سهلاً؛

5. توفر الخدمات والمرافق الصديقة للمسافرين المسلمين كالطعام الحلال ومختلف الخدمات التي تلبي احتياجات المسافرين المسلمين.

10. تجارب دولية في السياحة الحلال:

يستحوذ المسلمون على أهمية متزايدة في القطاع السياحي العالمي الذي يشهد تحولات كبيرة ولملموسة منذ سنوات في الوقت الذي يتكرس فيه مفهوم "السياحة الحلال" على المستوى العالمي، حتى بات يستحوذ على نسبة مهمة من الحركة السياحية في العالم، ويرى بعض المراقبين أن الدول التي ترغب بالحفاظ على نسب نمو عالية لقطاعها السياحي يتوجب أن تظل صديقة للسياح المسلمين، وتقدم لهم الخدمات التي يحتاجونها ويتوقعون الحصول عليها حسب ما تمليه رغباتهم وحاجاتهم لهذا النوع من السياحة.

أ. تجربة بريطانيا في السياحة الحلال:

تشهد " السياحة الحلال " توسعا حقيقيا في المملكة البريطانية المتحدة، إحدى الدول الكبرى المصدرة للسياح وذلك لصالح الجالية المسلمة الهامة التي يحتضنها هذا البلد: " شمس، بحر حلال " هم إحدى الشعارات الأكثر جاذبية التي اختارتها وكالات الأسفار التي تتخصص أكثر فأكثر في هذا المجال، مستفيدة من الطلب المتزايد لدى جالية يرتفع عدد أفرادها إلى 2.5 مليون شخص، كانت وكالات الأسفار التي تقدم خدمات " السياحة الحلال " تعد على رؤوس الأصابع حسب تشارلز جونسون وكيل الأسفار في لندن، وكان هذا النوع من السياحة يقتصر في الماضي على الرحلات إلى المملكة العربية السعودية لأداء العمرة أو الحج أو حتى التنقلات في اتجاه باكستان والهند، البلدين اللذين تنحدر منها غالبية المسلمين المقيمين في بريطانيا. إلا أن الأوضاع تغيرت الآن، حيث إن الأجيال الجديدة من المسلمين، التي لا تعتبر نفسها ملزمة بقضاء عطلتها في بلدها، الأصلي تسعى لقضاء العطلة في بلدان أخرى، مع التمسك بالتعاليم الدينية.

حسب بعض الدراسات أن المواطن المسلم، كما هو الحال بالنسبة لأي بريطاني متوسط الدخل، يسافر مرة واحد على الأقل إلى الخارج سنويا، فاعتنمت الوكالات هذا التطور لتتخصص حصريا في هذه السياحة التي تحترم القيم الإسلامية من بينها "كريسنت تاورز" و "إسلاميك ترافلرز" وتبدأ الخدمة، الموجهة عموما للعائلات، برحلة في الطائرة لا تقدم المشروبات الكحولية والمأكولات التي

تتضمن دهون لحم الخنزير، بل حتى أنها تعلن الأذان للصلاة وترشد إلى اتجاه القبلة. كما أن العديد من الفنادق التي دخلت غمار المنافسة للحصول على حصص من هذا السوق المتوسع باستمرار تقدم مأكولات تتماشى مع الشريعة الإسلامية، وخدمات أخرى عصرية وكانت دراسة أصدرها العرض العالمي للسياحة سنة 2007 في لندن.

قد أظهرت أن " السياحة الحلال " ستشهد تطورا هاما في السنوات المقبلة، مشيرة إلى أن الشرق الأوسط، الوجهة المفضلة للسياح المسلمين، وستعرف ارتفاعا في عائدات رحلاتها بنسبة 108 في المائة سنة 2011، لتصل إلى 51 مليار دولار. وأكدت نفس الدراسات أن هذا التطور يتيح فرصا ضخمة للسياحة الحلال، مبرزة أن هذه الفرص ستعزز بالطلب المتزايد لدى المسلمين القادمين من العالم بأسره، خاصة أوروبا، والولايات المتحدة الأمريكية.

إن السائح المسلم في الدول الغربية، مازال هو الاستثناء وليس القاعدة فيما تقدمه الفنادق والمنشآت السياحية في هذه الدول. وهو في أغلب الأحيان يعتمد على نفسه في طلب الطعام الحلال تحديدا. واتجاه القبلة عن طريق الهواتف والبرامج الإلكترونية، لكن في بريطانيا لا توجد صعوبة في الحصول على وجبات حلال سواء من المطاعم العربية أو الآسيوية المنتشرة في كافة المدن البريطانية، بالإضافة إلى السوبر ماركت التي تباع اللحوم الحلال. وأيضا العديد من المنشآت الرياضية والأندية المستشفيات، الفنادق، المدارس والكلية. حيث تؤكد جهات بريطانية أخرى أنها لا تقدم سوى اللحوم الحلال، لأن معظم روادها يفضلون اللحوم الحلال عن غيرها.¹

ب. تجربة السياحة الحلال في ماليزيا:

تعد ماليزيا من أهم الدول في مجال صناعة الأطعمة الحلال وإنتاج السلع الحلال، حيث تشتهر بمعاييرها الصارمة في مجال الإنتاج الحلال، مما جعلها من الدول الرائدة في هذا المجال حيث تحتل مركز الصدارة في الصناعة الحلال.

جدول رقم: تطور السياح الوافدين لماليزيا (بالملايين) ما بين 2010-2017.

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد السياح (مليون)	24577	24714	25033	25715	27437	25721	23,2	25,9 (مليار)

المصدر: (مركز الأبحاث الإحصائية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، 2017، ص 50)

يبين الجدول أعلاه أن عدد السياح الوافدين إلى ماليزيا في تزايد مستمر، حيث بلغ عددهم 25.721 مليون سائح في سنة 2015 ثم 23.2 سنة 2016 وذلك راجع إلى حجم المسيرات التي كانت تندد بوقف الفساد ثم 25.9 سنة 2017، مما يدل على تمتعها بمقومات جذب سياحي مميزة وتبنيها لاستراتيجيات تدعم هذا القطاع.

1- واقع السياحة الحلال في ماليزيا(الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي).

تعتبر السياحة الحلال مفهوم سياحي جديد يستقطب عددا كبيرا من السياح المسلمين، وقد حقق تطورا كبيرا، على مستوى هذه الدول التي هذا النوع من السياحة

أ- البعد الاقتصادي للسياحة الحلال في ماليزيا: يعتبر القطاع السياحي ثاني أكبر قطاع

بعد الصناعة، حيث أولت الحكومة الماليزية كافة إمكانياتها اللوجستية والمالية لخدمة

هذا القطاع، ومن المتوقع أن تظل صناعة السياحة واحدة من أكبر القطاعات المساهمة

مساهمين في الاقتصاد الوطني لماليزيا. وقد بلغت قيمة صناعة السياحة 36,9 مليار

رينجيت ماليزي من إجمالي الدخل القومي(GNI) في عام 2009، وتهدف ماليزيا إلى

تحقيق هدف وهو وصول السياح إلى 38 مليون سائح، وإيرادات قدرها 138 مليار

رينجيت ماليزي سنة 2020، بسبب المنافع الاقتصادية لصناعة السياحة. وهدفها أن

تصبح دولة متقدمة الدخل المرتفع، تم تصنيف ماليزيا كوجهة سياحية في آسيا، حيث

كانت واحدة من ثلاث دول في آسيا (بعد تاوان وهونغ كونغ) التي حققت نموا مزدوج،

الرقم في إيرادات عام 2010 بلغ عدد الزوار الأجانب لماليزيا 24,6 مليون مع إيصالات

56,5 مليار رينجيت ماليزي (Tawfik Salah Mohamed Al Nahidi, Mj Aminal

Islam, 2011, p122، تم اختيار ماليزيا سنة 2017 كأفضل وجهة للسياحة الإسلامية

من قبل تصنيف MasterCard لمؤشر السياحة الحلال، كما تم تصنيفها كأفضل بلد في

العالم من ناحية الرعاية الصحية من قبل الموقع internationalling.com سنة 2017،

وقد استقبلت ماليزيا 25,9 مليون سائح، يتراجع نسبي 3% فيما ارتفع عائد السياحة

0,1% ليصل إجمالي الإيرادات 165,821 مليار رينجيت ماليزي، كما استقبلت ماليزيا

125 ألف و 973 سائح من الشرق الوسط (Anwar hussin.Bhuyan,

chamhurisiwar, 2013, p11-12) وورشحت كأبرز الوجهات السياحية الناشئة، حيث

لديها فرص كبيرة لتطوير السياحة الحلال لتحقيق الاستدامة الاقتصادية وتعزيز الروح الدينية.

البعد الاجتماعي والبيئي للسياحة الحلال في ماليزيا: ركزت على رضا السائح من خلال مرافق عالية الجودة وتطوير البنية التحتية، وحفظ وصيانة الموارد السياحية والحفاظ عليها من خلال المحافظة على الغابات والتلال والأراضي الرطبة، ومواقع التراث والتقاليد التنافسية بطريقة مستدامة من خلال: (فوزية بوصفصاف، 2018، ص16)

● تعيين منطقة كوالالمبور سيتي سانتر، باعتبارها منطقة التسوق الحيوية، وقد وضع هذا المشروع ممرات المنظمة ووسائل النقل العام، مثل السكك الحديدية وخدمة الحافلات لتسهيلات تنقل السياح؛

● إنشاء ثلاثة منافذ جديدة فاخرة (اسكندر ماليزيا، سببانغ، بينانغ)، من أجل دعم السياحة، من حيث تتطلع ماليزيا أن تكون وجهة التسوق الكبرى في آسيا؛

● المغامرة: إنشاء مراكز عالمية للتنوع البيولوجي من أجل دعم السياحة المسؤولة والمستدامة، وركزت على التنوع البيولوجي للغابات المطيرة والبيئات البحرية والنباتات والحيوانات المحلية، توفير التميز في الخدمة وحزمة المنتجات الاستخدام المستدام للموارد؛

● المرح العائلي: من خلال إقامة مناطق ترفيهية مخصصة، وتوفير الخبرات المحلية وتنظيم أفضل لصناعات المنتجعات الصحية؛

● في مجال التمويل الإسلامي: تدشين أول سند اسلامي أخضر في العالم (27 جوان 2017)، الصكوك الخضراء، أو السندات، وهي خطوة كبيرة إلى الأمام لسد الفجوات في التمويل الأخضر، وستستخدم حصيلتها في تمويل مشاريع البنية الأساسية المستدامة بيئيا، مثل مزارع الطاقة الشمسية في ماليزيا وبناء منشأة لتوليد المتجددة؛

(<http://www.mcf-online.com/?P=1727322>)

● يجب على المرشدين في الضيافة الأخذ بعين الاعتبار العمارة الإسلامية في تصميم الفندق؛

● من الأفضل تقديم السواك للسياح المسلمين في غرفهم؛

● تخصيص موظفات للنساء والموظفين الذكور للرجال، مثل توافر السيارات الأجرة مع خدمة السائقين الإناث للركاب الإناث؛

● تسوق ماليزيا نفسها على أنها وجهة سياحية معفاة من الرسوم الجمركية على السلع السياحية، لجذب السياح الأجانب، ويساهم هذا المشروع بزيادة قدرها 35% في عدد السياح ويساهم في توفير 64000 وظيفة؛

● إنتاج مستحضرات تجميل وفق معايير الشريعة الإسلامية، جاءت الفكرة من حاجة المرأة المسلمة، خاصة في ماليزيا، ويشترط في المواد الأساسية لصناعة مستحضرات تجميل والأدوية ألا تحتوي على مكونات مشتقة من الخنزير، وأن لا تكون مصدرها حيوانات لا تذبح على الطريقة الإسلامية أو احتوائها على الكحول.

ت. تجربة تركيا في السياحة الحلال:

تعتبر تركيا غنية جدا بالإمكانيات السياحية، فموقعها الجغرافي ومناخها والطبيعة المتعددة الثقافات لتكوينها السكانية والتاريخ المتنوع جعلها من الوجهات الأكثر جاذبية في العالم، وحاليا تحتل المرتبة الثانية من حيث الوجهات الأكثر شهرة للسياح الملمين كما أن سوق السياحة الإسلامية الملائمة للعائلات تنمو بسرعة في تركيا مع الطلب القوي على السفر الداخلي والوارد.

كما أن الخطوط الجوية التركية تنمو بسرعة في محاولة لتصبح مركزا للنقل يخدم أوروبا وأفريقيا والشرق الأوسط وآسيا، ومن حيث الطعام الحلال تقرر خطوط الطيران على موقعها الإلكتروني أن جميع الوجبات التي تقدم في رحلاتهم تتوافق مع المعتقدات الإسلامية، والمطار المركز للخطوط الجوية التركية "مطار أتاتورك" الدولي في اسطنبول هو أحد أسرع المطارات نموا في العالم، وبشكل عام يتم تلبية الاحتياجات الإسلامية الأساسية إلى حد كبير في المطار.

والعديد من الفنادق في تركيا توفر العطلات المحافظة التي تستهدف السكان المسلمين الأثرياء والورعين، ومن بين هذه الفنادق 'فندق بيرا' وهو الأكثر شهرة، كما يوفر فندق سلطان بيتش عددا كبيرا من الخدمات الملائمة لتعاليم الإسلام مثل الطعام الحلال وأحواض سباحة منفصلة للنساء ومرافق الصلاة وحظر على المشروبات الكحولية.

جدول رقم: وجهات السياح المسلمين للدول الإسلامية وغير الإسلامية.

النتيجة	وجهات غير منتمة لمنظمة التعاون الإسلامي	الترتيب حسب GMTI 2015	النتيجة	وجهات منظمة التعاون الإسلامي	الترتيب حسب GMTI 2015
65.1	سنغافورة	9	83.8	ماليزيا	1
59.2	نرويج	20	73.8	تركيا	2
55	المملكة المتحدة	25	72.1	الإمارات العربية المتحدة	3
51.1	جنوب أفريقيا	30	71.3	المملكة العربية السعودية	4
48.2	فرنسا	31	68.2	قطر	5
47.5	بلجيكا	32	67.5	أندونيسيا	6
47.5	هونغ كونج	33	66.7	سلطنة عمان	7
47.3	الولايات المتحدة الأمريكية	34	66.4	الأردن	8
46.5	إسبانيا	35	64.4	المغرب	10
46.2	كندا	36	64.3	بروناي	11

المصدر: ماستركارد وكريسانت ريتينغ، 2015.

حققت العديد من البلدان ذات الأقلية المسلمة تقدما كبيرا في تلبية احتياجات ومتطلبات السياح المسلمين، ومن بين هذه الدول سنغافورة وتايلاند والمملكة المتحدة وجنوب أفريقيا وفرنسا وهي أفضل 5 وجهات سياحية إسلامية غير منتمة للدول الإسلامية .

خاتمة:

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 التزلج، ومخيمات الغابات، ومراكز التسوق، أو في مكان آخر طالما أنهم يطيعون المبادئ التوجيهية واللوائح الإسلامية، لكي تعتبر العملية السياحية حلالا يجب أن تتبع بدقة الشريعة الإسلامية فيما يتعلق بثلاثة معايير رئيسية: قواعد اللباس والخصوصية وخدمة الطعام الحلال.

قائمة المراجع:

1. المنظمة العالمية للسياحة (1995)، مفاهيم، تعاريف، وتصانيف لإحصاءات السياحة، دليل في رقم 01.
2. خديجة عرقوب (2018)، " مقومات نجاح السياحة الحلال في ماليزيا"، رسالة ماجستير، جامعة 20 أوت 1955 قسنطينة.
3. عبلة عبد الحميد بخاري (2012)، اقتصاديات السياحة، مقدمة في اقتصاديات السياحة.
4. فوزية بوصفصاف (2018)، "تسويق السياحة الحلال آفاق وتحديات آفاق وتحديات، دراسة مقارنة بين ماليزيا وفرنسا"، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد ، العدد 03.
5. منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (2015)، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات، ركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسريك) أنقرة، تركيا.

6. مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (2017)، "خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية"، أنقرة، تركيا.
7. هایل طشطوش (2015)، "اقتصاديات السياحة الحلال"، مجلة العرب، الرياض، المملكة العربية السعودية، العدد 30، ص2.

8. Ana Jaelani (2017), **Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects**, MPRA Munich Personal RePEc Archive, 7 January.
9. AL-Hamameh, A. and Steiner, c. (2004), **Islamic tourism: "Rethinking the strategies of tourism Development in the Arab word"**, comparative studies of south Asia, Africa and the Halal East, Vol.24, N°1.
10. Akyol, MandKlinc.O, (2014), "**Internet and Halal tourism marketing**", Electronic Turkeystudies, volume9/8
11. Anwar hossin.Bhuyan, chamhurisiwar, shredding Mohamed Ismail, (2013), "Tourism Development in Malaysia from the perspective of Development Plans", **Social science**, Asian, vol.9, N° 3.
12. Iberahim.H, Kamarudin .R., Shabudin.A, (2012), **Halal development system: The institutional framework, issues and challenges for Halal logistics**, "Symposium on Business Engineering and Industria Applications" Bandung, Indonesia.
13. Dinar Standard (2015), **Halal Tourism – An Overview**, WHTS15: The World Halal Travel Summit and exhibition), Abu Dhabi, UAE.
14. Gayatri.G, Chew.J, (2013), "How do Muslim consumers perceive service quality", **Journal of Marketing and Logistics**, N°25 (3), Asia. Poddar, A. Madupalli, R, (2012), "Problematic customers and turnover intentions of customer service ployees", **Journal of Services Marketing**, vol.26.
15. "Global Muslim Travel index", (2015), March.
16. Lina Munirah Kamarudin, Hairul Nizam, (2013),"Islamic Tourism the impacts to Malaysia's tourism industry", **proceeding of international conference on development**.
17. Mohd .Rizal, Razalli Rasha miZein Yusuf, Maizatul Wahidar Mohd Roslan, 2013, **A frame work of Halal certification practices for hotel industry**, "Asian social science", Vol 9, N°11.

18. Master Card and Crescent Rating (2015), Global Muslim Travel Index 2015 (GMTI 2015), Master Card-Crescent Rating, Singapore.
19. RAMLI.N, (2009), "Halal Tourism: The Way Forward In", **International Conference on Law and Social Obligation**, Kashmir, India.
20. Tawfik Salah Mohamed Al Nahdi. Md , Amina Islam, (2011), **Factors influencing Malaysian Muslims to patronage Halal restaurants**, "Ambience As Mediator Business Review", Vol.6,N°2 in the Arab word», comparative studies of south Asia, Africa and the Halal East, Vol.24, N°1.
21. <http://taseel.com/Display/Author/AuthorsPub.aspx?ID=357>
22. <http://Islamicnews.net/Document/:showdoc02.asp?Doc1D=49392typeID=49392typeD=2TAbldex=1>
23. http://www_mypremuimeurope.com
24. <http://www.mcf-online.com/?P=1727322>