

استراتيجيات تعافي السياحة الإسلامية في ماليزيا خلال جائحة كوفيد 19

*Islamic Tourism Recovery Strategies in Malaysia During the Covid-19 Pandemic*فاطمة الزهرة بن زيدان¹

جامعة حسنية بن بوعلوي بالشلف - الجزائر

f.benzidane@univ-chlef.dz

تاريخ النشر: 2023/11/11

تاريخ القبول: 2023/09/03

تاريخ الاستلام: 2023/03/10

ملخص:

تمتلك ماليزيا جميع الخصائص التي تجعلها وجهة سياحية إسلامية مثالية تلبي بشكل كاف متطلبات السياح المسلمين، هذا ما جعلها تحتل المرتبة الأولى عالميا في مؤشر العالمي للسفر الإسلامي خلال الفترة (2019-2022) رغم التأثير السلبي لكوفيد 19 على قطاع السياحة.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل آثار كوفيد 19 على السياحة الإسلامية في العالم عامة وفي ماليزيا خاصة والاستراتيجية التي اتبعتها للتعافي وإحياء قطاع السياحة الإسلامية خلال هذه الجائحة.

تشير نتائج الدراسة إلى أن السياحة الإسلامية بماليزيا تأثرت بشكل كبير بـ Covid 19 ، وهذا من خلال انخفاض في سعة الركاب الدوليين بنسبة 85% وإلغاء حجز 170.085 غرفة فندقية، هذا ما جعل قطاع صناعة السياحة والفنادق يفقد أكثر من 80% من أعمالها. وللنهوض بهذا القطاع اتبعت ماليزيا خطة للتعافي تمثلت في إنعاش التحفيز السياحي، فقاعة سفر الأخضر، إجراء التشغيل القياسي لقطاعات السياحة.

الكلمات المفتاحية: السياحة الإسلامية، الصناعة الحلال، خطة التعافي، ماليزيا، covid 19.

Abstract:

Malaysia has all the characteristics that make it an ideal Islamic tourist destination that adequately meets the requirements of Muslim tourists, which made it ranked first globally in the World Islamic Travel Index during the period (2019-2022) despite the negative impact of Covid 19 on the tourism sector.

This study aims to analyze the effects of Covid 19 on Islamic tourism in Malaysia and the strategy it has followed to recover and revive the Islamic tourism sector during this pandemic.

The results of the study indicate that Islamic tourism in Malaysia was significantly affected by Covid 19, and this is through a decrease in international passenger capacity by 85% and the cancellation of 170.085 hotel rooms, which made the tourism and hotel industry sector lose more than 80% of its business..

Key words: Islamic Tourism, Halal Industry, Recovery Plan, Malaysia , covid 19.

مقدمة

تمثل السياحة الإسلامية أكبر سوق متخصصة غير مستغلة وأكثرها ربحاً في السياحة العالمية، تلبي هذه الأخيرة احتياجات المسافرين المسلمين، من حيث النظام الغذائي أو اللباس أو الطقوس وفقاً للتعاليم الإسلامية. أدى هذا التطور الجديد في السياحة الإسلامية إلى الحاجة إلى قيام الجهات الفاعلة في الصناعة والخدمات بما في ذلك المطاعم وشركات الطيران والفنادق ومنظمي الرحلات السياحية، بتعديل منتجاتها وخدماتها لتلبية احتياجات هذا القطاع المتنامي من السوق مع إمكانات السوق لأكثر من 57 دول إسلامية داخل منظمة التعاون الإسلامي وما لا يقل عن 1.9 مليار مسلم تنتظر الفرص الهائلة لأولئك الذين هم على استعداد لتلبية الطلب على المنتجات والخدمات السياحية الصديقة للمسلمين.

ومع ازدهار الطبقة الوسطى وزيادة الدخل المتاح تتطلع العديد من البلدان -سواء كانت مسلمة أم لا- إلى جذب هؤلاء المسافرين. ومن بين هذه الدول نجد ماليزيا الرائدة في التمويل الإسلامي والأغذية الحلال والمستحضرات الصيدلانية الحلال ومستحضرات التجميل الحلال، بالإضافة إلى السياحة الإسلامية التي تعتبر أحد أهم ركائز القطاع السياحي فيها، فهي تمثل ثاني أكبر رافد للقطاع السياحي، حيث تسعى ماليزيا جاهدة تصبح محوراً أساسياً للسياحة الإسلامية حول العالم وهذا ما تتمتع به والذي يؤهلها لأن تصبح رائدة القطاع السياحي الإسلامي العالمي خلال السنوات القادمة نظراً للإمكانيات الهائلة والتي توفرها الدولة من مناخ سياحي يجعلها وجهة سياحية إسلامية مثالية صديقة للمسلمين وتلبي بشكل كاف متطلبات السياح المسلمين مع وفرة من المأكولات الحلال ومرافق الصلاة ومناطق الجذب الإسلامية من الأماكن إلى المهرجانات. مع مزايا تشمل شبكة حلال واسعة ومتطورة، وبنية تحتية جيدة، وحوافز تجارية مدعومة من الحكومة، فضلاً عن الاستقرار السياسي والاقتصادي، ولكن لسوء الحظ ظهر تفشي وبائي في ديسمبر 2019 من مدينة ووهان مقاطعة هوبي الصين، التي أشعلت فيروس COVID-19 واجه العالم حالة طوارئ صحية واجتماعية واقتصادية عالمية غير مسبوقة مع جائحة COVID-19 الذي شل صناعة السفر والسياحة بطرق غير متوقعة تماماً ومع إلغاء أو تقليص الدعائم الأساسية لأعمال السفر الإسلامية والحج والعمرة، مما زاد من تفاقم الخسائر. مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف أثر كوفيد 19 على السياحة الإسلامية في ماليزيا، وماهي الاستراتيجيات المتبعة للتعافي خلال الجائحة؟

-الأسئلة الفرعية: للإجابة عن إشكالية الدراسة تم وضع الأسئلة الفرعية التالية:

-ما مدى تأثير فيروس كورونا على صناعة السياحة الإسلامية في العالم؟

-ماهي الاستراتيجية التي اتبعتها ماليزيا لتعزيز السياحة الإسلامية في ظل الجائحة؟

-الفرضيات: للإجابة على التساؤلات وضعنا الفرضيات التالية:

- انتشار فيروس كورونا تهديد حقيقي لصناعة السياحة العالمية عامة وللسياحة الإسلامية خاصة.

-تم وضع خطة تعافي تحت إشراف وزارة السياحة والثقافة (MOTAC) للتغلب على الآثار والبداية الجديدة للسياحة الإسلامية في

ماليزيا

-أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

-تحديد المفاهيم الأساسية بالسياحة الإسلامية.

- معرفة مكانة السياحة الإسلامية في الصناعة الحلال.

- قياس أثر أزمة وباء COVID-19 على صناعة السياحة الإسلامية باعتباره قطاعاً حساساً للامتيازات.

-تحليل آثار الوباء على السياحة الإسلامية بماليزيا ومعرفة الاستراتيجيات المتبعة من طرفها للتعافي .

-حدود الدراسة: تعالج هذه الدراسة أثر وباء COVID-19 على السياحة الإسلامية في العالم خلال الفترة (2019-2022)،

بالإضافة إلى الاستراتيجية التي اتبعتها ماليزيا خلال الجائحة للنهوض بقطاع السياحة الإسلامية من خلال إنعاش التحفيز السياحي وتشجيع السفر الداخلي بتشجيع أداة فقاعة السفر الأخضر .

- **منهج الدراسة:** تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي، حيث استخدام المنهج الوصفي من أجل الإحاطة بمختلف الجوانب المتعلقة بالسياحة الإسلامية ومكوناتها ومبادئها، أم المنهج التحليلي فقد تم الاعتماد عليه في تحليل تطور مكانة السياحة الإسلامية من حيث تطور حجم السوق وإيراداته، وأهم الآثار الاقتصادية للوباء على السياحة الإسلامية بماليزيا.

- **تقسيمات الدراسة:** قصد إثراء هذه الدراسة وقصد الإجابة على الإشكالية الرئيسية المطروحة تم تقسيما إلى:

- **المحور الأول:** السياحة الإسلامية: التعريف، المبادئ، والمكونات.

- **المحور الثاني:** الاتجاهات العالمية للسياحة الإسلامية خلال جائحة كورونا

- **المحور الثالث:** استراتيجيات تعافي السياحة الإسلامية في ماليزيا خلال جائحة Covid-19

المحور الأول: السياحة الإسلامية: التعريف، المبادئ، والمكونات

يمكن وصف مفهوم السياحة الإسلامية بمفهوم اقتصادي وثقافي وديني محافظ من حيث المفاهيم الاقتصادية، ينظر إلى هذه السياحة على أنها منصة لتعزيز الأنشطة السياحية بين المسلمين من خلال المساهمة في إنشاء وجهات جديدة للمنتجات السياحية كما يساعد المفهوم الثقافي للسياحة الإسلامية في الحفاظ على تراث المنتجات الإسلامية والحفاظ عليه مع إنشاء منتجات سياحية جديدة يتماشى مع الميزات الإسلامية مثل حزم الرحلات ذات الطابع الإسلامي.

أولاً: التفرقة بين مصطلحات السياحة الإسلامية، السياحة الحلال، والسياحة الصديقة للمسلمين.

هناك التباس فيما يتعلق بمصطلحات "السياحة الحلال"، "الصديقة للمسلمين" و"السياحة الإسلامية". والذي أصبح يمثل أحد التحديات التي يواجهها الأكاديميون والممارسون في تحديد المصطلحات الصحيحة، ونتيجة لذلك غالباً ما يستخدم الأكاديميون والممارسون مفاهيم "السياحة الحلال" و"السياحة الإسلامية" و"الصديقة للمسلمين" كما لو كانت المفاهيم متشابهة، معظم هذه التعريفات غير محددة بشكل دقيق، ولم تأخذ في الاعتبار الشريعة الإسلامية، العملاء المستهدفون (أي مسلمون أو غير مسلمين)، موقع النشاط (أي بلد مسلم مقابل بلد غير مسلم)، المنتج والخدمة المقدمة (أي الطعام والمرافق)، والغرض من السفر، لذا سنقدم مجموعة من الحجج للتفرقة بين هاته المصطلحات:

- **مصطلح الحلال** يعني "جائز" وفقاً للشريعة الإسلامية، أما مصطلح "إسلامي" ينطبق بدقة على ما يتعلق مباشرة بالعقيدة ومذاهبها (مثل الشريعة الإسلامية، والقيم والمبادئ والمعتقدات الإسلامية). لذلك فهو أقرب إلى المصطلح "الإيمان". الذي يستند إلى المصادر الإسلامية الأساسية القرآن والسنة النبوية، لذا فإن استخدام المصطلحين "إسلامي" و"حلال" كما لو كان لهما معنى مماثل أمر غير مناسب، لذا من الأفضل استخدام "حلال" كاسم علامة تجارية لأي منتج وخدمة ذات صلة في صناعة السياحة بدلاً من "إسلامي".¹

ومثال على ذلك عندما يسافر المسلم إلى وجهة أخرى لقضاء وقت الفراغ أقل من سنة يعتبر هذا السفر سياحة السؤال الذي يطرح كثيراً هذا النشاط سياحة الحلال أو سياحة الإسلامية؟

يمكن الإشارة إلى النشاط باسم السياحة الحلال إذا كانت جميع الأنشطة والمرافق والإجراءات والأهداف مسموح بها وفقاً للتعالم الإسلامية. وينطبق الشيء نفسه في حالة السياح غير المسلمين، لذلك يمكن للسائح غير المسلم أن يدعي أنه يستهلك الطعام الحلال ويحضر منافذ الترفيه الحلال طالما أن الأنشطة المتعلقة بادعائه مسموح بها حقاً في الإسلام. ومع ذلك، فإن تصنيف أنشطة السفر على أنها "سياحة إسلامية" يتطلب عنصراً آخر بالغ الأهمية ألا -وهو ما إذا كان النشاط مصحوباً بالنية من جانب المسافر، أي أن القصد من السفر هو البحث عن رضا الله أو من أجل تقوية إيمانه، فسيكون حلالاً وإسلامياً، فإن المصطلح "السياحة الإسلامية" هو الأنسب، ومع ذلك قد لا يكون المكان بالضرورة موجوداً في بلد مسلم أو في مواقع دينية.

على سبيل المثال، إذا سافر رجل إلى لندن لزيارة متحف لندن من أجل دراسة تاريخ الاستعمار البريطاني للعالم الإسلامي في سبيل الله، يمكن تصنيف السفر على أنه "عبادة" (عمل ديني) يستحق أجرا من الله، وبالتالي يمكن الإشارة إليه بشكل مناسب باسم "السياحة الإسلامية".

ولتعزيز أهمية عنصر "النية" نسلط الضوء على حقيقة أن مصطلح "الطعام الإسلامي" غير موجود والسبب هو أن الطعام ليس كائنا حيا ولن يكون له أي جانب من جوانب "النية" بالنسبة للطعام، فإن المصطلح المستخدم ليس طعاما إسلاميا بل "طعاما حلالا أو غير حلال".

- مفهوم السياحة الإسلامية والسياحة الحلال لا يمكن اعتبارهما مترادفين ففي السياحة الإسلامية تكون العوامل الدافعة التي تدفع الفرد إلى السفر دينية بشكل أساسي وتهدف إلى الحصول على رضا الله، وتشمل هذه العوامل في الغالب زيارة الأصدقاء والأقارب (صلة الرحم) والحج والعمرة، التجارة، والتأمل، تعتبر هذه الأخيرة من العوامل التي تدفع الفرد إلى السفر وبالتالي يمكن الاعتماد عليها للفرقة بين السياحة الإسلامية والسياحة الحلال.

إذن يمكن اعتبار الأنشطة السياحية التي تحركها هذه الدوافع والتي تهدف إلى كسب رضا الله في نطاق السياحة الإسلامية، بغض النظر عن نوع السفر والأنشطة التي يتم الاستمتاع بها خلال التجربة السياحية، فإن الأنشطة السياحية التي تتم بشرط الوفاء بالواجبات الدينية وعدم التورط في أي عمل يعتبر حراما يمكن اعتبارها ضمن نطاق السياحة الحلال.²

- يشير مصطلح "السياحة الصديقة للمسلمين" إلى محاولة جعل التجربة السياحية ممتعة للمسلمين الملتزمين على هذا النحو، فإنه يشبه تقريبا مفهوم "السياحة الحلال" ولكن في سياق أوسع ليشمل السماح للمسلمين بأداء الواجبات الدينية وبعبارة أخرى، فإن الوجهات الصديقة للمسلمين لا تقدم فقط الكثير من الخدمات "الحلال" (مثل الأطعمة والمشروبات الحلال، وحمائم السباحة التي تفصل بين الجنسين)، ولكن أيضا أماكن مريحة للمسلمين لأداء صلواتهم اليومية.

وأخيرا، فإن حالة سفر غير المسلمين إلى وجهات في البلدان الإسلامية لزيارة المواقع الدينية والثقافية التاريخية الإسلامية يمكن أن تكون حجة.³

- نقطة أخرى هي ما إذا كانت السياحة الإسلامية / الحلال هي نوع من السياحة أو النهج السياحي، في حين يدعي بعض الباحثين أن السياحة الحلال هي نوع من السياحة أو فئة فرعية من السياحة الدينية، ويؤكد البعض الآخر من الباحثين الذين يعترفون بالسياحة الحلال كنهج مثل السياحة المستدامة، لأنه يأتي في نطاق السياحة الحلال التي يجب على المرء الوفاء بها، بغض النظر عن الغرض من السفر والتزاماته الإسلامية والابتعاد عن المواقف أو الأفعال التي حرّمها الله عليها. لذلك، قد يستمتع المسلمون بتجربتهم السياحية بطريقة حلال بغض النظر عن نوع السياحة التي يشاركون فيها مثل السياحة العلاجية الحلال والسياحة الحرارية الحلال.⁴

مما سبق يستخدم في الغالب مصطلح "السياحة الإسلامية" على نطاق أوسع في الأدب السياحي ومع ذلك، فإن هناك الكثير من الباحثين الذين يؤكدون أن مصطلح السياحة الحلال يجب أن يحل محل مصطلح السياحة الإسلامية هو أن كلمة حلال تعتبر مصطلحا شاملا أو علامة تجارية وأنه يقلل من تأثير الإسلاموفوبيا في العالم الغربي. وتعتبر حوادث 11 أيلول/سبتمبر 2001 هي أهم عامل يسهم في تغيير النمط الدولي للتدفق السياحي وكما ادعى الغربيون، فإن الهجوم الذي شنته الجماعة الإرهابية الإسلامية أدى إلى زيادة كبيرة في الإسلاموفوبيا، التي تشير إلى المشاعر المعادية للمسلمين، والخوف غير العقلاني من المسلمين وكرهية الإسلام نظرا لأن السياح المسلمين كانوا يواجهون قيودا إلى حد ما على السفر إلى الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية، أصبحت البلدان الإسلامية وجهات شائعة بشكل متزايد حيث يبحث السياح المسلمون عن وجهات جديدة وأكثر أمانا. وهكذا تم تقديم السياحة الإسلامية كحل لإرباك أزمة الصورة في 2001/09/11.⁵

ثانيا: تعريف السياحة الإسلامية

تشكل السياحة الإسلامية مزيج من السياحة الدينية والسياحة الروحية والسياحة الثقافية وأنواع السياحة الأخرى طالما أن الأنشطة المعنية لا تتعارض مع القيم أو المبادئ الإسلامية كأسلوب حياة. يستعرض الجدول 1 معنى السياحة الإسلامية من وجهات نظر مختلفة توفر تعريفات السياحة الإسلامية إشارة إلى المشاركين في النشاط (أي المسلمين) ، والمواقع (أي الوجهات الإسلامية) ، والمنتجات (أي الإقامة ، والأغذية والمشروبات) ، والأبعاد (الاقتصادية والثقافية والدينية) ، والقيم (أي المتوافقة مع الشريعة الإسلامية) وإدارة عملية إنتاج الخدمة (أي التسويق والأخلاق).⁶

الجدول رقم 1 : التعاريف المختلفة للسياحة الإسلامية

التعريف	المصدر
المصطلح الرئيسي والوحيد لوصف المنتجات السياحية والأنشطة التي تتوافق تماما مع قواعد وتوجيهات مفهوم الحلال والشريعة الإسلامية.	El-Gohary (2016)
توفير منتج وخدمة سياحية تلبي احتياجات المسافرين المسلمين لتسهيل العبادة والمتطلبات الغذائية التي تتوافق مع التعاليم الإسلامية.	Mohsin, Ramli & Alkhalayfi (2016)
السياحة والضيافة التي يشترك في إنشائها المستهلك والمنتج وفقا لتعاليم الإسلام.	Razzaq, Hall & Prayag (2016)
السفر لأغراض ترفيهية واجتماعية، وعلى الرغم من أن دوافع السفر ليست بالضرورة روحية، إلا أن هناك رغبة في التصرف بطريقة تعتبر مسموحا بها، أو حالالا، وفقا للتعاليم الإسلامية.	Vargas-Sánchez & Moral-Moral (2019a)
يشير إلى حد كبير إلى السفر الترفيهي الذي يقوم به المسلمون دون الحاجة إلى المساس بمعتقداتهم.	Khan & Callanan (2017)
نوع سياحي ظهر نتيجة لتفضيلات الأفراد للسفر بغرض الحصول على رضا الله.	Boğan & Saruşik (2019)
نوع من السياحة الدينية التي تتوافق مع التعاليم الإسلامية فيما يتعلق بالسلوكيات واللباس والسلوك والنظام الغذائي.	World Travel Market (2007)
في الأساس تفسير سياحي جديد للحج يدمج السياحة الدينية والترفيهية.	Jafari & Scott (2014)
السياحة وفقا للإسلام تشمل أشخاصا من الديانة الإسلامية الذين يرغبون في الحفاظ على عاداتهم الدينية الشخصية أثناء السفر.	Carboni, Perelli & Sistu (2014)
الأنشطة التي يقوم بها المسلمون وفقا للقواعد الإسلامية وبما يتماشى مع الدوافع الإسلامية.	Özdemir (2012)

Source : Khan & Callanan. The "halalification" of tourism. Journal of Islamic Marketing, 8(4). (2017) p 558.

ثالثا - مبادئ السياحة الإسلامية :

من مبادئ السياحة الإسلامية أنها تهدف إلى إرضاء السياح الذين يبحثون عن وجهة يمكنها تلبية احتياجاتهم لكن وفقا للمبادئ التالية: **1- السمات الإسلامية للسائح** : "السائح المسلم" يختلف عن السائح من حيث ممارسة الأنشطة السياحية والخبرات والدوافع ، وبشكل عام يسافر المسلم من أجل زيارة الأصدقاء والأقارب أو لأغراض أخرى مع التقدير الكامل لعظمة خلق الله ، و يلعب الدين

دورا هاما في عملية صنع القرار فيما يتعلق بأنشطة السفر وتجارب الاستهلاك ، علاوة على ذلك قد لا يختار السائح المسلم وجهة معينة، إلا

إذا توفرت المعايير والقيم والممارسات الإسلامية ذات الصلة بالممارسات السياحية ، لذلك يجب على مسوقي الوجهات تصميم المنتجات والخدمات التي ترضي السياح المسلمين التي قد تزيد من عدد السياح الوافدين وتعزز النمو الاقتصادي .

2-مكان العبادة: الصلاة اليومية الخمس إلزامية للمسلمين هي وسيلة للتواصل مع الله ويجب على المسلمين في جميع أنحاء العالم ممارستها في أطر زمنية محددة وألا يؤخروها دون أي سبب وجيه، لذلك يجب على صناعات السياحة الإسلامية توفير مرافق كافية للمسلمين لأداء صلواتهم اليومية في الوقت المحدد. كما يجب أن تتضمن غرف الفنادق (غرفة الصلاة) علامات تشير إلى اتجاه القبلة للمسلمين الذين يرغبون في أداء الصلاة في غرفهم. وأن سهولة الوصول إلى الخدمات الإسلامية مهمة أيضا، حيث قد يؤدي توفر المساجد في الوجهات السياحية إلى زيادة مستويات الرضا، لذا يمكن اعتبار غرفة الصلاة نفسها نقطة جذب سياحي إذا كانت فريدة من نوعها ومتميزة، وبالتالي لا ينبغي اعتبار مكان العبادة مجرد مكان من البنية التحتية المتاحة في الوجهة السياحية ولكن يجب وضعها في مسارات حزمة الجولات السياحية للمسلمين.⁷

3-الطعام الحلال: اكتسبت الأغذية الحلال اهتماما من قبل بعض الشركات في صناعة السياحة الغربية، إذ يعد توفير الطعام الحلال قضية مهمة للغاية بالنسبة للمسلمين وكذلك المطاعم والموردين الذين يلبون احتياجات السوق الإسلامية. وإن تلبية احتياجات السياح المسلمين من حيث توفير الطعام الحلال في أي وجهة معينة قد يزيد من رضاهم وولائهم.

وبشكل عام يوجد لدى معظم الدول اليوم لوائح لوضع العلامات الغذائية لحماية شهادات الحلال لضمان دقة الملصقات الغذائية رغم ذلك لا يزال هناك قلق من قبل المسلمين بشأن ما إذا كانت الأطعمة حلالا بالكامل، لذا يقع على عاتق الوجهة السياحية ومزود الخدمة مسؤولية ضمان حصولهم على الطعام الحلال لأنه شرط إلزامي في الإسلام.

4-الفصل بين الجنسين. تحظر الشريعة الإسلامية منعاً باتاً على المسلمين الاختلاط الحر بين الجنسين لأنه سيؤدي إلى الفتنة وارتكاب أفعال غير لائقة وممارسات خاطئة، وبالتالي ينبغي لصناعة السياحة الإسلامية أن تفي بهذه المتطلبات من خلال الفصل بين الجنسين، أي غرف منفصلة للذكور والإناث في المؤسسات السياحية وخلال المناسبات العامة مثل المطاعم والصالات الرياضية وحمامات السباحة. بالإضافة إلى وجود الموظفين لخدمة الضيوف فقط من جنسهم والأزواج غير المتزوجين الممنوعين من شغل نفس غرفة النوم المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، قد تتسبب هذه الخدمة في خسارة الإيرادات، وبالتالي فإن هذا يمثل تحدياً كبيراً من حيث تنفيذه وقبوله، ليس فقط بين أصحاب الفنادق ولكن أيضاً المستهلكين.

5-حظر الكحول. ينص القرآن بوضوح على تحريم الكحول وجميع أشكال المسكرات سواء كانت خمور أو مخدرات، ليس حراماً فقط لأولئك الذين يقومون بشربه ولكن حتى على الذين يشاركون في توفيره وتقديمه والشخص الذي يستفيد من السعر المدفوع مقابل ذلك. ويرى بعض المسلمين أن استهلاك الكحول في الأماكن العامة مسيء للغاية، لذا يجب على مشغلي صناعة السياحة أن يكونوا على دراية بهذه الحقيقة ومعرفة كيفية التغلب على هذا الوضع.

6-حظر المقامرة. يحظر على المسلمين اتخاذ أي إجراء ذي صلة فيما يتعلق بالمقامرة سواء كانوا مقامرين أو يشاركون في صناعة المقامرة. كما لا يسمح لهم بزيارة الأماكن التي تمارس فيها المقامرة، لذا نجد أن الدول الإسلامية مثل المملكة العربية السعودية وإيران وبنغلاديش وباكستان تنفذ سياسات صارمة للغاية بشأن الاستهلاك العام للكحول والمقامرة، كما نجد دول أخرى تتساهل في الأمر مثل ماليزيا ومصر وتركيا.

7-حظر التساهل الجنسي : بما أن الشريعة تمنع المسلمين من ممارسة الزنا، يرى علماء مسلمون أنه من الحرام زيارة الأماكن التي تنطوي على التساهل الجنسي وأن لا يسمح بحدوثها في الأماكن العامة ويستند ذلك إلى العديد من الآيات في القرآن الكريم ، لذلك

يجب على المسلمين تجنب مثل هذه الأنشطة السياحية إذا كانت تسبب في ارتكاب الخطايا. وعمليا معظم الدول الإسلامية تحرم الزنا. ففي ماليزيا على سبيل المثال تحظر سياسة الترخيص الماليزية البغاء والسلوكيات غير اللائقة أو مظاهر المودة غير اللائقة بين زوجين غير المتزوجين في الأماكن العامة. علاوة على ذلك تحظر الشريعة الإسلامية تقنيات الترويج للجاذبية الجنسية في وجهة التسويق كاستخدام الصور الاستفزازية جنسيا كأداة تسويقية في الترويج لباقات الجولات الإسلامية.

8- حظر اللباس غير اللائق والكاشف: تحظر قوانين الشريعة الإسلامية على النساء المسلمات ارتداء ملابس غير لائقة واحترام اعتبارات المحافظة الدينية في أي منطقة معينة بما في ذلك قواعد اللباس المقررة. ويعتمد المسلمون على قواعد اللباس المحلية في تلك المنطقة بالذات في تحديد وجهات الجولات. وتتمثل هذه الاعتبارات في قياس مستوى التوافق مع معايير اللباس الإسلامي من أجل تحديد مكان الزيارة بهدف عدم تعريض أنفسهم وعائلاتهم لبيئات قد لا تفضل ممارستهم للملابس المناسبة، وبالتالي، من الضروري لمديري وجهات السياحة الإسلامية فرض مثل هذا القانون للسياح والموظفين لجذب السياح المسلمين.⁸

9- منع المرأة من السفر بمفردها: تنص الشريعة الإسلامية على أنه لا يسمح للمرأة بالسفر بمفردها دون وجود محرم إذا لم يكن ذلك ضروريا، وذلك لحمايتها من أي أذى لأن محرمن سيكون قادرا على حمايتها من الصحة السيئة وتجنب عنصر الاستغلال الذي قد يحدث أثناء الرحلة، لذا نجد العديد من البلدان الإسلامية، لا يسمح للنساء بتسجيل الوصول بدون محرم وينظر المسلمون إلى ذلك على أنه شعور بالاحترام تجاه المرأة.

وعلى الرغم من أن هذا القطاع يعرف نموا كبيرا، إلا هناك عددا قليلا جدا من الفنادق وشركات الطيران والوجهات السياحية قد تحركت لتلبية الطلب وجعله فرصة فريدة تضاف إلى برنامج المزيج التسويقي الخاص بهم.⁹

رابعا : المكونات الرئيسية للسياحة الإسلامية:

المكونات الرئيسية للسياحة الإسلامية ماثلة لتلك التقليدية مثل الفنادق والمطاعم والخدمات اللوجستية والتمويل وحزم السفر.

1- الفنادق الملتزمة بالحلال: تشمل بعض المؤشرات الرئيسية للفندق الإسلامي ما يلي:

- عدم تقديم المشروبات الكحولية أو لعب القمار وما شابه ذلك من المحرمات في الدين الإسلامي؛
- توفير الطعام الحلال فقط والمصاحف وسجادات الصلاة وبوصلة تشير إلى اتجاه القبلة في كل غرفة؛
- تصميم موضع الأسرة والمراحيض بشكل يتعارض مع اتجاه القبلة، وتوفير غرف للصلاة، بالإضافة إلى ولباس الألبسة المحافظة للموظفين وتوفير مرافق ترفيهية خاصة بالرجال وأخرى بالنساء منفصلة عن بعضها؛

2- النقل الملتزم بالحلال (الخطوط الجوية): تشمل المؤشرات الرئيسية للنقل الحلال النظافة وعدم تقديم المشروبات الكحولية والمنشورات التي تتعارض مع تعاليم الإسلام؛

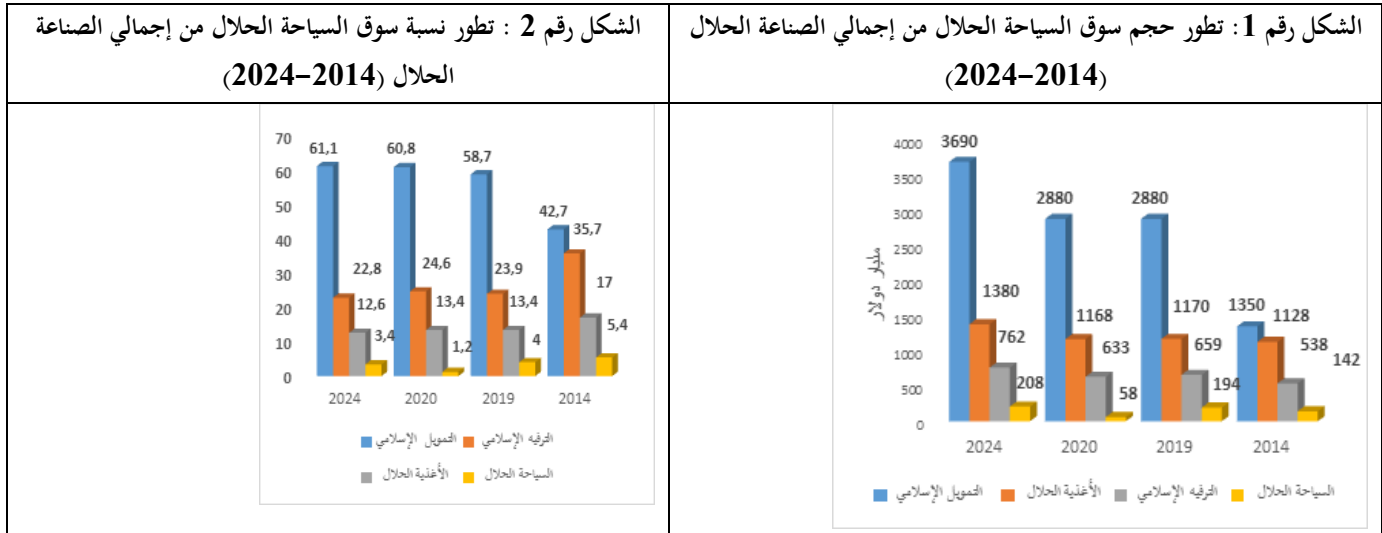
3- منشآت الطعام الحلال: يجب أن تكون الأغذية المقدمة في المطاعم حلالا وأن يتم ذبح الحيوانات على الطريقة الإسلامية، مع عدم تقديم أية مشروبات كحولية في مثل هذه المنشآت¹⁰.

4- برنامج الجولات السياحية الحلال: يجب أن يكون محتوى برنامج الجولات السياحية قائما على مواضيع إسلامية، بحيث تكون هناك زيارات إلى المساجد والآثار الإسلامية وتنظيم فعاليات خلال شهر رمضان.¹¹

5- التمويل الحلال: يجب أن تكون الموارد المالية الخاصة بالفنادق والمطاعم ووكالات السفر وشركات الطيران متسقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية. وبشكل عام، يتطلب التمويل الإسلامي المشاركة في تقاسم الربح والخسارة بين جميع الأطراف التي تشارك في هذا المشروع المالي، كما أنه يحظر التعامل بالفائدة¹².

المحور الثاني: الاتجاهات العالمية للسياحة الإسلامية خلال جائحة كورونا

عطلت جائحة كوفيد-19 النشاط الاقتصادي والحياة اليومية في جميع أنحاء العالم، فقد تأثرت بعض قطاعات الصناعة الحلال،



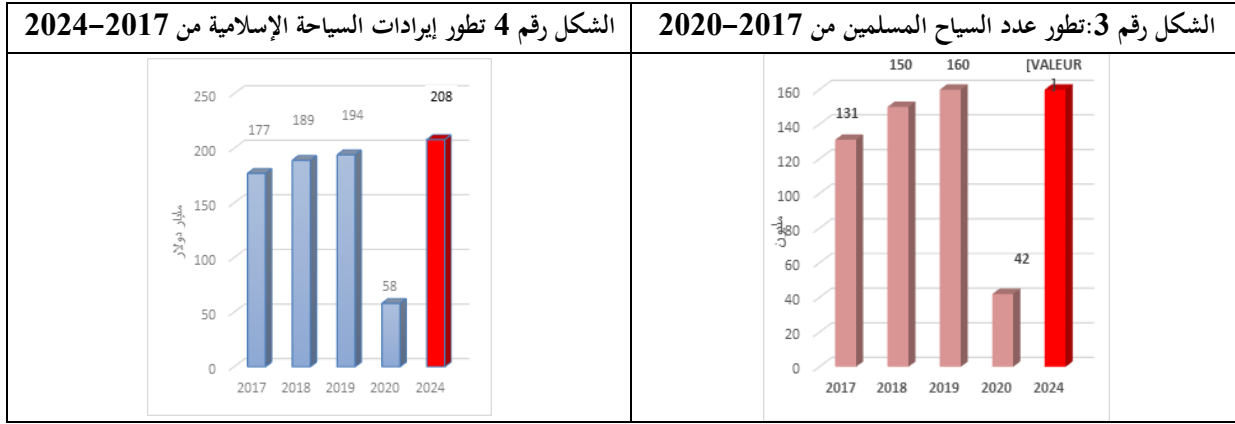
source : Organisation of Islamic Cooperation Statistical HALAL INDUSTRY IN OIC MEMBER COUNTRIES 2021, p12

من خلال الشكل رقم 1 نلاحظ أنه على المستوى القطاعي التمويل الإسلامي لديها أعلى حصة في صناعة الحلال العالمية وكانت محرك النمو خلال الفترة (2014-2020)، حجم سوق قطاع التمويل الإسلامي ارتفعت من 1350 مليار \$ سنة 2014 إلى 2880 مليار \$ في عام 2020 وحصلتها في صناعة الحلال قفزت من 42.7% إلى 60.8%.

- في نفس الفترة كان الغذاء الحلال ثاني أكبر قطاع من حيث قيمة السوق خلال الفترة (2014-2020)، والتي زادت بمقدار 40 مليار \$ خلال هذه الفترة، ومن المتوقع أن تصل إلى 1380 \$ في عام 2024. وتمثل حصة قدرها 24.6% في صناعة الحلال في عام 2020، بينما نمط الحياة الإسلامية والسياحة اكتسبت القطاعات حصصاً أصغر نسبياً مقارنة بقطاعي التمويل والغذاء داخل صناعة الحلال. ومع ذلك، فإن أهميتها الاقتصادية آخذة في الازدياد، حيث سجل حجم سوق قطاع نمط الحياة الإسلامية نمواً بنسبة 17.7% خلال الفترة (2014-2020) وستتجاوز 762 مليار \$ في عام 2024.

اكتسب قطاع السياحة الإسلامية زخماً خلال الفترة (2014-2019) وبلغ 194 مليار \$ في عام 2019. أدت الجائحة إلى تراجع تاريخي في هذا القطاع وحجم سوقه بمبلغ 58 مليار \$ في عام 2020. وبناءً على ذلك، فإن حصتها في الصناعة الحلال انخفضت من 4.5% في عام 2014 إلى 1.2% في عام 2020. بسبب القيود المفروضة على السفر وباقي الإجراءات المعتمدة لاحتواء الكوفيد، مع الانتعاش واستئناف خدمات السفر، وحجم السوق للسياحة الإسلامية من المرجح أن تصل إلى 208 مليار \$ في عام 2024، وهو ما يمثل 3.4% من صناعة الحلال.

2-تطور عدد السياح المسلمين: تشير الأرقام المبينة في الشكل رقم 2 إلى زيادة عدد السياح في سوق السياحة الإسلامية من 131 مليون المسجل في عام 2017 إلى 160 مليون في 2019 ، وهذا ما يمثل زيادة بنسبة 22 % لكن أزمة الجائحة ضربت بشدة هذا الزخم في نمو القطاع، ولم يتمكن سوى 42 مليون زائر دولي من السفر في 2020 في هذا السوق، وهذا ما يعكس تراجعاً بنسبة 71 % في عدد السياح الوافدين مقارنة بعام 2019 .

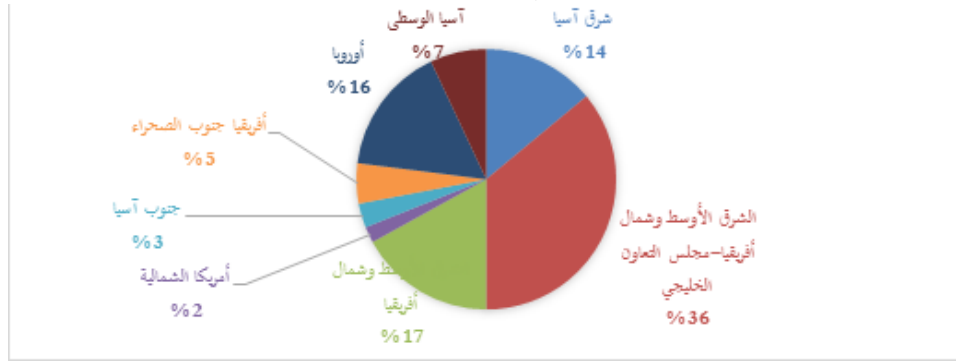


Source: organisation of islamic cooperat Opcit, p 23

من الشكل رقم 4 نلاحظ أنه سجلت سوق السياحة الإسلامية نمواً من حيث إيرادات السياحة قبل بداية تفشي الجائحة. فقد ارتفع حجم سوق السياحة الإسلامية على الصعيد العالمي من 177 مليار \$ المسجل في عام 2017 إلى 194 مليار \$ في عام 2019 ، لكن مع تفشي الجائحة والقيود المفروضة جراء ذلك على السفر في جميع أنحاء العالم تقلص حجم هذا السوق بنسبة 70 %، ليسجل بذلك قيمة 58 مليار \$ في عام 2020 وفي ظل التخفيف التدريجي للقيود من المرتقب أن يتعافى السوق ويبلغ حجمه 208 مليار \$ في 2024

3- الأسواق الرئيسية للسياحة الإسلامية: التوزيع الإقليمي لسوق السياحة الإسلامية العالمية يعكس مدى تركزها بشكل كبير في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (أنظر الشكل رقم 5) ، فقد استأثرت منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا خلال عام 2018 بحصة 36% من إجمالي نفقات السياحة الصادرة عن السياح المسلمين، وتلتها أوروبا وشرق آسيا بحصتي 16% و 14% على التوالي . وبالمقابل سجلت حصص المناطق الجغرافية الأربع أقل من 10% وخصص هذه المناطق كالاتي: آسيا الوسطى 7% وإفريقيا جنوب الصحراء 5% وجنوب آسيا 3% وأمريكا الشمالية 2% .

الشكل رقم 5: التوزيع الإقليمي لسوق السياحة الإسلامية لسنة 2018

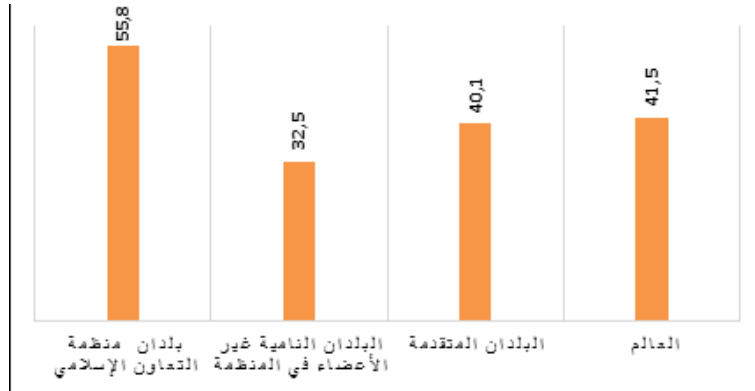


Source :Ali Hussein. The future of Halaal tourism: Challenges and Opportunities .
https://www.researchgate.net/figure/Top-10-destinations-in-2018-in-the-OIC-countries_tbl1_339850624. (2020). P 08

4- التوزيع الإقليمي لأداء دول العالم في المؤشر السفر العالمي للمسلمين، (GMTI) 2021

يساعد هذا المؤشر على تحديد الوجهات ومقدمي الخدمات السياحية، كما يساعد المستثمرين على متابعة صحة ونمو هذا القطاع السياحي حيث سجلت بلدان المنظمة التعاون الإسلامي أعلى الدرجات في مختلف المؤشرات التي تعنى بهذا المجال، مثل مؤشر السفر العالمي للمسلمين 2021 سجلت مجموعة بلدان المنظمة أعلى متوسط للدرجات 55.8 مقارنة بباقي مجموعات البلدان. وفي العام ذاته، بلغ المتوسط العالمي 41.5، والبلدان المتقدمة بلغ 40.1. (انظر الشكل 6)

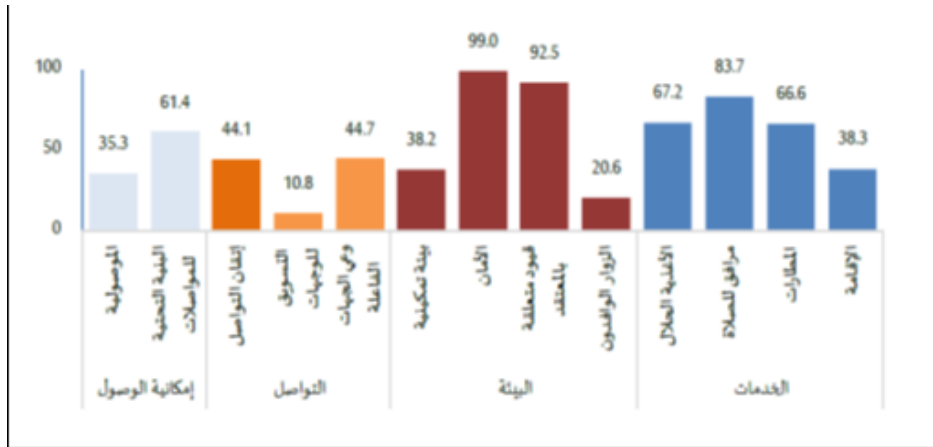
الشكل رقم 6: أداء الدول العالم في المؤشر السفر العالمي للمسلمين سنة 2021



المصادر : منظمة التعاون الإسلامي ، السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي 2022 الآفاق والتحديات في ظل جائحة كوفيد-1، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك)، تركيا (يونيو 2022)، ص 25

تعتبر منظمة التعاون الإسلامي من اللاعبين الرئيسيين في سوق السياحة الإسلامية في جميع أنحاء العالم بفضل نظامهم البيئي الصديق للمسلمين الموجود بالفعل وقد كان أدائها في المؤشرات الفرعية لمؤشر السفر العالمي للمسلمين 2021. (أنظر الشكل 7)، هذا ما جعلها تسجل درجات عالية بشكل خاص في المؤشر الفرعي المتعلق بالبيئة، إذ أنها تحطت عتبة 90 درجة كمتوسط في بعض أبعاد المؤشر الفرعي، مثل الأمان 99 والقيود المتعلقة بالمعتقد، 92.5 لكنها سجلت في المتوسط أدنى الدرجات من حيث بعد الترويج للوجهات 10.8 تحت المؤشر الفرعي المتعلق بالتواصل. كما سجلت مجموعة بلدان المنظمة درجات متدنية نسبيا في البعدين المتعلقين بعدد الزوار الوافدين 20.6 والموصلية 35.3 اللذان يعتبران من المجالات التي تحظى بقدر كبير من الاستثمار للنهوض بالسياحة الإسلامية .

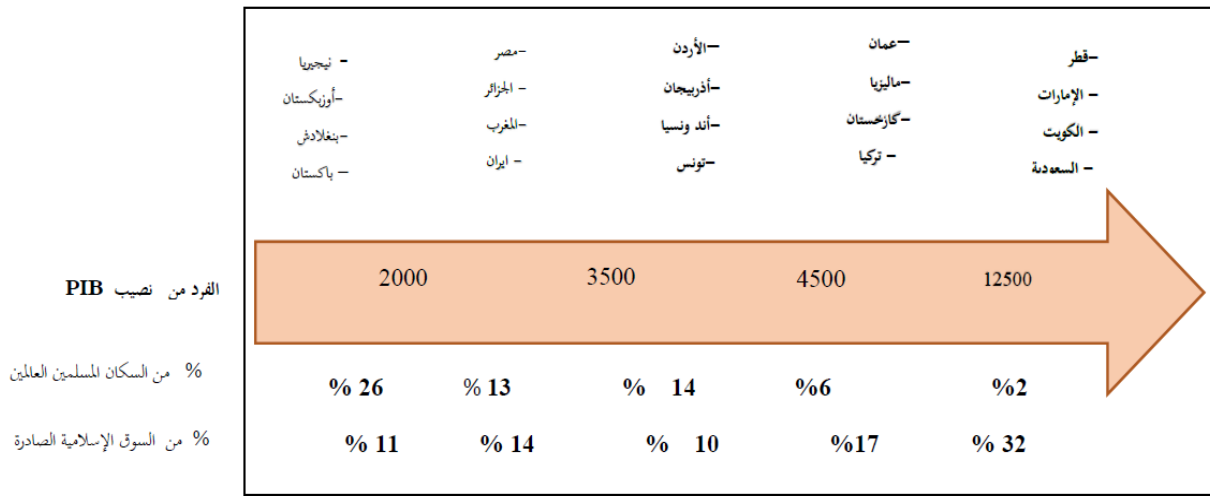
الشكل رقم 7: أداء بلدان منظمة التعاون الإسلامي على المؤشرات الفرعية لمؤشر السفر العالمي للمسلمين، 2021



المصدر: منظمة التعاون الإسلامي، السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي 2022 الآفاق والتحديات في ظل جائحة كوفيد-19، مرجع سبق ذكره، ص 25

تلعب بلدان منظمة التعاون الإسلامي دورا هاما في توفير بيئة ملائمة لتطوير أنشطة السياحة الإسلامية، فإن بعضها من بين الأسواق المصدر الرئيسة بحكم أنماط إنفاقها في هذا السوق المتخصص. وعلى وجه الخصوص هناك أفضل 20 سوقا صادرة لمنظمة التعاون الإسلامي تمثل 84% من إجمالي السوق الإسلامية الخارجية¹³ (انظر الشكل رقم 8)، حيث تربعت بلدان المنظمة الواقعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مثل المملكة العربية السعودية 24.3 مليار \$ والإمارات العربية المتحدة 17.2 مليار \$ وقطر 14.2 مليار \$ والكويت 13 مليار \$، احتلت هذه الدول على رأس قائمة أفضل البلدان أداء في العالم في 2019 من حيث الإنفاق على السياحة الإسلامية وتلت هذه البلدان كل من إندونيسيا، من منطقة جنوب آسيا، بمعدل إنفاق على السياحة الإسلامية بلغت قيمة 11.2 مليار \$ في نفس العام. وتبرز هذه الأرقام أيضا وجود مستوى عال من تركز أسواق السياحة الإسلامية في مناطق بعينها، لا سيما فيما يتعلق بأسواق المصدر (المنشأ)¹⁴.

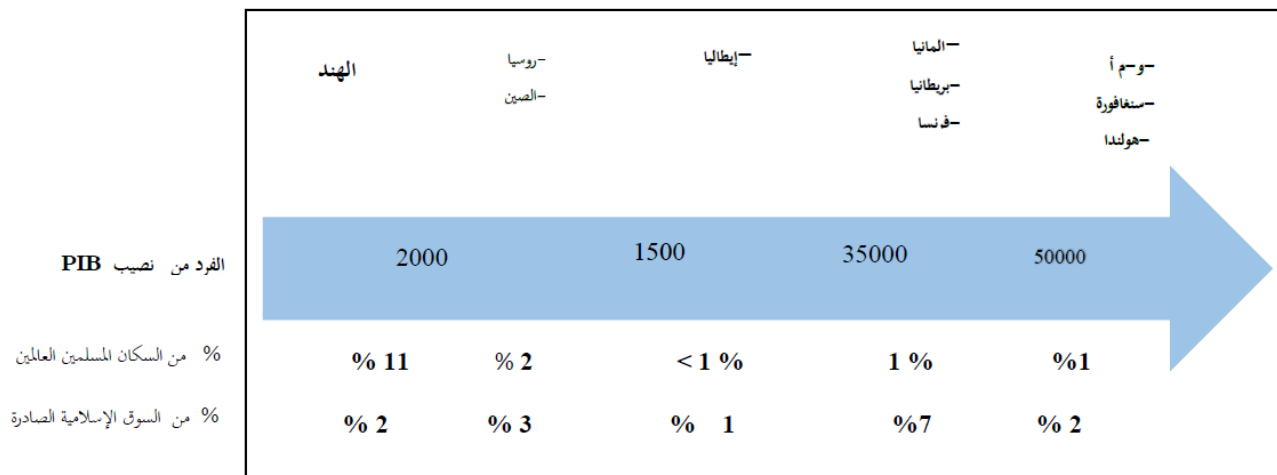
الشكل رقم 8 : أفضل 20 سوقا مصدر للسياحة الإسلامية سنة 2022



Source : Mastercard-CrescentRating ,GLOBAL MUSLIM TRAVEL INDEX2022 ,2022,P22

وهناك أيضا بعض البلدان غير الأعضاء في المنظمة التي تعتبر من الوجهات المفضلة للمسافرين المسلمين. فقد استقطبت روسيا 5.6 مليون مسافر مسلم في عام 2019 ، وفي نفس العام زار حوالي 5 ملايين مسافر مسلم فرنسا في هذا الصدد، شرعت العديد من الجهات الفاعلة في مجال السياحة في مثل هذه البلدان غير الأعضاء في المنظمة في إبداء اهتمام متزايد بالسياحة الإسلامية وطورت خدمات مخصصة للمسافرين المسلمين، مثل توفير سجادة للصلاة في غرفة الإقامة أو تقديم بوفيهات خاصة خلال شهر رمضان المبارك وهذا ما يدل على الاهتمام المتزايد من طرف البلدان غير الأعضاء في المنظمة بالسياحة الإسلامية والاستثمار فيها بحكم ما تعود به من مزايا اقتصادية هامة. ¹⁵ انظر الشكل(9)

الشكل رقم 9: أكبر 10 أسواق خارجية للسياحة الإسلامية غير منظمة التعاون الإسلامي سنة 2022



Source : Mastercard-CrescentRating ,opcit.,P22

5- افضل 10 دول في المؤشر السفر الإسلامي العالمي : صدرت الطبعة الأولى من المؤشر العالمي لسفر الإسلامي من ماستركارد-كريستاست (GMTI) في مارس 2015 ويغطي 100 وجهة. لتصبح 140 في 2021، هو أداة تساعد في فهم كيف يؤثر السفر الإسلامي على سوق السفر عموماً من خلال المساعدة على تحسين معيار الخدمات التي تقدمها الوجهات، كما يمكن للمسافرين استخدامه عند التخطيط للرحلات وقد تم إضافة معيارين جديدين هما الربط الجوي والقيود على التأشيرات¹⁶، وقد أدخلت هذه التحسينات للإشارة إلى الأهمية المتزايدة للسياحة الإسلامية، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه التغييرات تزيد من تعزيز المستوى الرئيسي للموارد المالية باعتباره مؤشر رئيسي لقياس مستوى الوجهة السياحية الصديقة للمسلمين¹⁷.

الجدول رقم 2: تطور أداء أفضل 10 دول في مؤشر السفر العالمي للمسلمين من (2019-2022)

قيمة المؤشر	2022 GMTI	قيمة المؤشر	GMTI2021	قيمة المؤشر	2019 GMTI
74	ماليزيا	74	ماليزيا	78	ماليزيا
70	إندونيسيا	70	إندونيسيا	78	إندونيسيا
70	السعودية	70	السعودية	75	تركيا
70	تركيا	70	تركيا	72	السعودية
66	الإمارات	66	الإمارات	71	الإمارات
64	قطر	64	قطر	68	قطر
63	ايران	63	ايران	67	المغرب
62	الأردن	63	الأردن	66	البحرين
62	البحرين	62	البحرين	66	عمان
62	سنغافورة	62	سنغافورة	65	بروناي

المصدر: من إعداد الباحثة تم إعداده اعتماداً على تقارير ماستركارد من سنة 2019-2022

فمن خلال الجدول رقم 2 حافظت ماليزيا على المرتبة الأولى في المؤشر من سنة (2019-2022)، فالقوة الرئيسية والفريدة لقصة نجاح ماليزيا في السياحة الإسلامية هي التزام وزارة السياحة التي أعطت الأولوية لسوق المسافرين المسلمين عام 2009 وإنشاء مركز السياحة الإسلامية الذي نشر في وقت لاحق وثيقة مخطط لتطوير هذا السوق. وتعتبر ماليزيا رائدة في تقديم معيار شامل للمنتجات الحلال من خلال المعيار الماليزي، ويعكس تصنيف هذا العام تلك الجهود التي تبذلها للحفاظ على مركزها الأول في GMTI 2022 ومع ذلك فإن الفجوة بين ماليزيا وغيرها من الوجهات الصديقة للمسلمين تضيق. كإندونيسيا، السعودية وتركيا تتقاسم المركز الثاني. ولا تزال سنغافورة الدولة الوحيدة غير الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي التي وصلت إلى ترتيب 10 دول الأولى في GMTI تصنيفات 2022.

ثانياً: تأثير جائحة كورونا على السياحة الإسلامية في العالم

على الرغم من أن الإسلام يشجع على السفر ويجفز المسلمين على السفر حول العالم، إلا أن هذا التشجيع يخضع لسلامة المسلمين أثناء القيام بذلك. وبناء على ذلك، قام جميع المسلمين الذين خططوا للقيام بأي أنشطة للسياحة الحلال قبل تفشي COVID-19

بالغاء أو على الأقل تعديل خطط سفرهم لتلبية متطلبات الصحة والحماية التي يفرضها عليهم دينهم، هذا الإجراء أثر بشكل مباشر على السياحة الإسلامية مثل أي أنشطة تجاري¹⁸. ومن بين الإجراءات المتبعة خلال الجائحة ما يلي:

1- تعليق جميع الرحلات في الدول العالم: علقت جميع البلدان جميع الرحلات الجوية القادمة والمغادرة (باستثناء بعض الرحلات التجارية في حالة بعض البلدان)، من بين تلك البلدان التي علقت حركة الرحلات الجوية نجد المملكة العربية السعودية ومصر وتركيا وماليزيا وما إلى ذلك . أدى هذا التعليق للرحلات القادمة والمغادرة إلى العديد من الخسائر المباشرة وغير المباشرة لجميع وجهات السياحة الإسلامية كان لهذه الخسائر تأثير سلبي ليس فقط على شركات السفر الحلال ولكن أيضا على السفر وصناعة السياحة بأكملها.¹⁹

2- وقف الحج والعمرة: يعد الحج أحد أكبر التجمعات الدينية السنوية في العالم .فبين عامي 2016 و 2019 ، أدى ما عدله 2.3 مليون مسلم فريضة الحج سنويا من بينهم 1.7 مليون حاج قادم من خارج المملكة العربية السعودية . كما أدى ما متوسطه 18.8 مليون مسلم سنويا مناسك العمرة بين عامي 2017 و 2020 وبلغت إيرادات الحج والعمرة أكثر من 12 مليار \$ ، وقبل ظهور الجائحة استأثرت المناسبتان بما يقرب من 30% من دخل القطاع الخاص في مدينتي مكة والمدينة المنورة سنة 2020.

في ظل المخاطر الصحية المرتبطة بكوفيد 19 -، فرضت المملكة العربية السعودية" قيودا على أداء فريضة الحج والعمرة لأول مرة منذ ثمانية عقود"، وذلك في إطار الجهود المبذولة لاحتواء الجائحة التي ظهرت في شهر مارس 2020 ومقارنة بفترة ما قبل الجائحة تمكن فقط 5.8 مليون مسلم من أداء مناسك العمرة في 2020 ، وأداء الحج كان مسموحا لعدد لا يتعدى 1000 حاج فقط ولمنع انتشار كوفيد-19 خلال موسم الحج لعام 2020 على سبيل المثال :

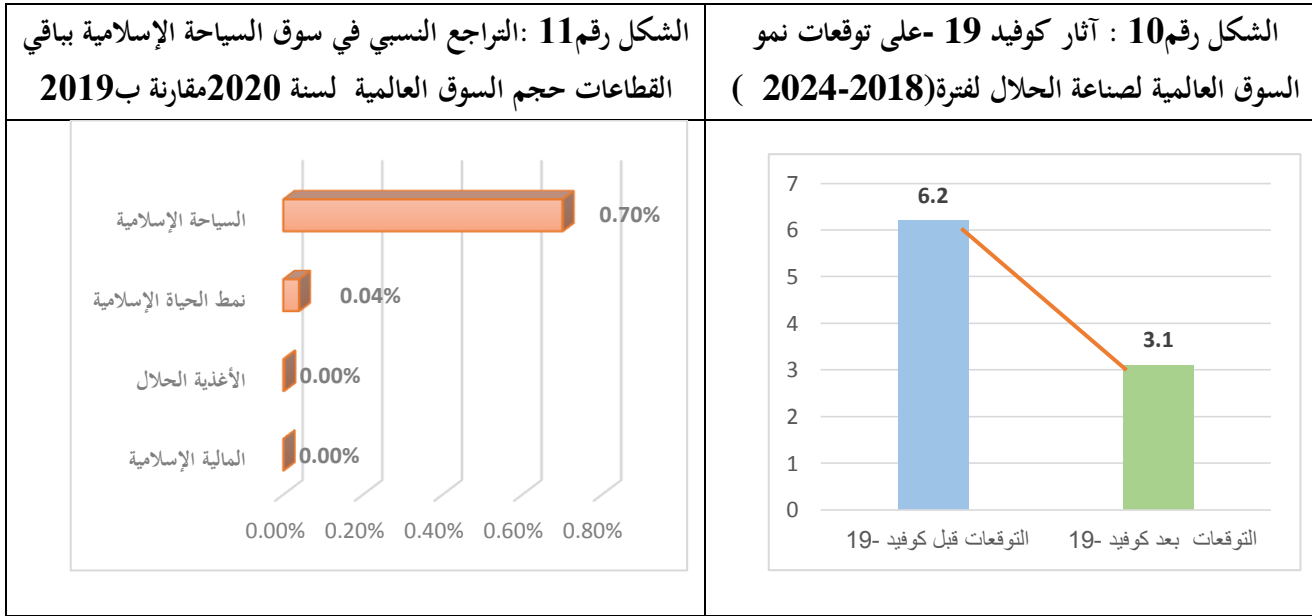
- اعتمدت وزارة الصحة السعودية خمسة معايير تحدد من خلالها الأهلية لأداء مناسك الحج وتم تنظيم الحجاج في مجموعات آمنة تضم 20 حاجا في مسارات محددة ورافقت هذه المجموعات موظفون في قطاع الصحة تلقوا تدريباً خاصاً؛
- كان على الحجاج ارتداء الكمامة الطبية في جميع الأوقات، ولم يُسمح لهم بمشاركة متعلقاتهم الشخصية وترك مسافة أمان 1.5 متر فيما بينهم؛

- وفرت للحجاج أحجار تيمم وسجادات معقمة ولم يُسمح لهم بلمس الكعبة، وفرض على الحجاج حجر صحي لمدة 14 يوما بعد انتهاء مناسك الحج؛

ونتيجة لهذه التدابير الصارمة، لم تسجل حالات مؤكدة للإصابة بفيروس كوفيد 19 -أثناء أو بعد الحج في عام 2020.²⁰ وفي عام 2021 ، حددت المملكة العربية السعودية عدد الحجاج ب 60 ألف مواطن ومقيم ممن تتراوح أعمارهم بين 18 و 65 عاما، ولم يسمح لجميع المسلمين من خارج المملكة القدوم لأداء مناسك الحج وأسفرت هذه القيود على عدد الزوار لأداء مناسك الحج والعمرة خلال عامي 2020 و 2021 عن تراكم المرشحين لأداء الشريعتين في قوائم الانتظار حسب ما تلميه قوانين الحصص الوطنية التي تعتمد عليها المملكة، وبرزت مشكلات متعلقة برد المدفوعات للأفراد الذين لم يتمكنوا من أداء فريضة الحج .لذلك أثرت العوامل المتمثلة في وقف الحج وفرض قيود على السفر والتنقل واعتماد تدابير التباعد الاجتماعي على الانتعاش الاقتصادي لقطاعية الضيافة والسفر في مكة والمدينة المنورة.²¹ مع الأخذ في الاعتبار تكلفة الحج والتي تتراوح من 5000 \$ إلى 15000 \$ للشخص الواحد (كما هو معلن في العديد من المواقع الإلكترونية المختلفة في جميع أنحاء العالم)، مع توفر حزم الحج الفاخرة الأكثر تكلفة والتي يمكن أن تكلف ما يصل إلى 27000 \$ ، فإن وقف الحج لعام 2020 كلف المملكة العربية السعودية خسارة حوالي 12 مليار \$ ناهيك عن الأموال الإضافية

الأخرى التي سينفقها كل حاج أثناء إقامته في المملكة العربية السعودية ، والتي يمكن أن تكون حوالي 100 \$ في اليوم لكل حاج. سيتم احتساب هذا مقابل خسارة إضافية قدرها 250 مليون \$.²²

إذا أخذنا في الاعتبار أيضا العمرة التي تكلف في المتوسط 3000 \$ لكل معتمر، فإن الخسائر من العمرة بين مارس وسبتمبر يمكن أن تكون في حدود 6 مليارات\$. بإضافة كل هذه الخسائر سيكون إجمالي الخسائر المحتملة لقطاع السياحة الإسلامية والضيافة في المملكة العربية السعودية في حدود 18 مليار \$ البيانات المتاحة من الهيئة العامة للإحصاء السعودية.²³

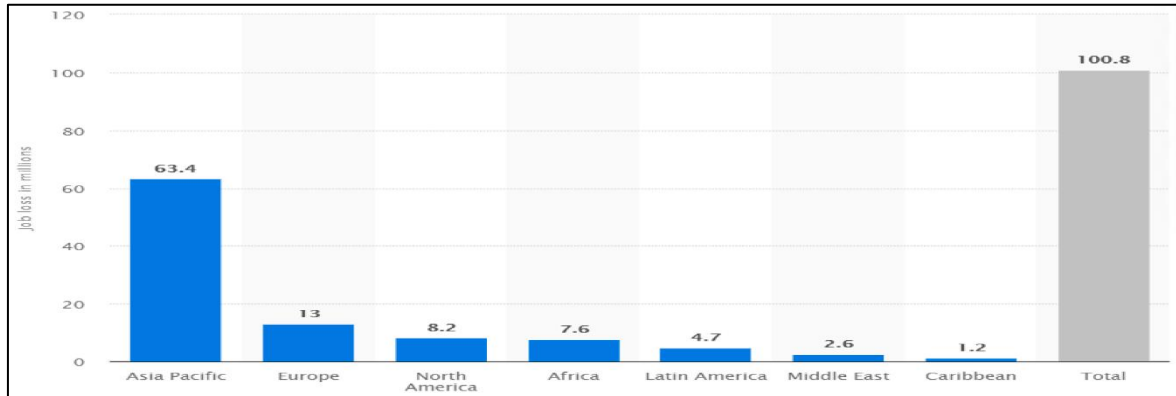


منظمة التعاون الاقتصادي، مرجع سبق ذكره، ص 24

3-التراجع في سوق السياحة الإسلامية: في سياق صناعة الحلال سجلت سوق السياحة الإسلامية أعلى مستويات التراجع بسبب القيود المفروضة على السفر وباقي الإجراءات المعتمدة لاحتواء كوفيد19. وبصورة عامة أسفرت الجائحة عن تغيير مسار تطوير قطاع الحلال، بما في ذلك السياحة الإسلامية سواء على المدى القصير والمتوسط. فقد تراجعت تقديرات نمو صناعة الحلال من 6.2 % إلى 3.1 % خلال فترة(2018 – 2024) ، كما تراجعت نسبة نمو قطاع السياحة الإسلامية بنسبة 70.10 % في سنة 2020 مقارنة بسنة 2019

4-خسائر الوظائف في قطاع السياحة: في عام 2020 مع بداية تفشي الجائحة، واتخاذ كل دول العالم مجموعة التدابير المتخذة لاحتواء انتشار الفيروس أدى إلى فقدان 100.8 مليون وظيفة في قطاع السياحة كانت أغلبها في دول آسيا والمحيط الهادي ب63.4 مليون وظيفة، تليها أوروبا ب13 مليون وظيفة، وتأتي كل من أمريكا الشمالية وإفريقيا ب 8.2 مليون و 7.6 مليون على التوالي ، وبهذه الخسائر ظل 272 مليون شخص من العاملين في هذا القطاع بلا عمل في جميع أنحاء العالم. وتبقى إمكانية فقدان الوظائف قائمة، خاصة مع ما تحظى به العديد من الوظائف من دعم من خلال برامج استبقاء الوظائف وتقليص ساعات العمل (أنظر الشكل رقم 12).

يوضح الشكل 12: خسائر التوظيف في قطاع السياحة في جميع أنحاء العالم بسبب COVID-19 لعام 2020



Source :Hatem El-Gohary. Perspectives: Travellers Views on COVID-19 and Halal Tourism. journal Islamic tourism, ., D. (2021)p15.

المحور الثالث: استراتيجيات التعافي السياحية الإسلامية في ماليزيا خلال جائحة Covid-19

ماليزيا هي واحدة من الوجهات الرئيسية للزوار المسلمين من جميع أنحاء العالم. وقد تم الاعتراف بها باعتبارها الوجهة رقم 1

خلال

الفترة (2016-2022) في مؤشر السفر الإسلامي العالمي وتم تحديدها على أنها الوجهة رقم واحد للمسافرين المسلمين لمدة أربع سنوات متتالية من قبل تصنيف الحلال من سنغافورة على أساس توافر الغذاء الحلال، والوصول إلى مرافق الصلاة والخدمات الصديقة الإسلامية في الفنادق، والاستقرار والأمن في البلاد.

أولاً: نظرة عامة حول صناعة السياحة الإسلامية في ماليزيا

ماليزيا وهي واحدة من الجهات الفاعلة في السياحة الإسلامية بتشكيل علامتها التجارية من خلال خلق هوية فريدة مناسبة للمجتمعات متعددة الثقافات والأجناس التي تعيش في وئام وتحترم الأديان والاحتفالات الأخرى.

فالقوة الرئيسية والفريدة لقصة نجاح ماليزيا في السياحة الإسلامية هي التزام وزارة السياحة التي أعطت الأولوية لسوق المسافرين المسلمين ابتداء من سنة 2009، وهذا بإنشاء مركز السياحة الإسلامية الذي نشر في وقت لاحق وثيقة مخطط لتطوير هذا السوق الذي يهدف إلى :

-تعتبر ماليزيا رائدة في تقديم معيار شامل للمنتجات الحلال سواء إنتاج الأغذية الحلال وإعدادها وتخزينها والمبادئ التوجيهية العامة التي مكنت قطاع السياحة الإسلامية في ماليزيا من التسويق ووضع نفسها كوجهة فريدة من نوعها بين بلدان أخرى بسبب وجود معايير الحلال التي تسيطر عليها وتراقبها السلطات الحكومية ؛

-يعتبر تطوير الخطة الرئيسية للحلال معلما آخر في الحالة الماليزية، فقد تناولت الخطة الرئيسية قضايا إصدار الشهادات التنموية القطاعية، والأطر الزمنية والمسؤوليات، مع إبراز الصورة الدولية للبلد كسلطة في مسائل المنتجات الحلال؛

-بدأت ماليزيا بتقديم منتجات وخدمات السياحة الإسلامية في الأسواق الفرعية المتخصصة مثل السياحة البيئية والصحية وقد مهد وجود مجموعة متنوعة من منتجات وخدمات السياحة الإسلامية الطريق إلى وضع ماليزيا كمركز للسياحة الإسلامية، والوصول إلى مجموعة واسعة من السياح المحتملين.²⁴

- لم تقم ماليزيا بتطوير منتجات وخدمات سياحية إسلامية فحسب، بل استضافت أيضا فعاليات دولية مثل أول مؤتمر ومعرض للسياحة الإسلامية العالمي لمنظمة التعاون الإسلامي، والمؤتمر الإسلامي العالمي في كوالالمبور سنة 2008، وقد ساعدها هذان الحدثان على بناء صورة لها كوجهة سياحية إسلامية، كما رفع الوعي حولها على الصعيدين المحلي والعالمي بهذا القطاع من حيث وسائل الإنترنت؛

- وضعت ماليزيا التطبيقات والأدوات الأزمة لاستهداف الزوار المحتملين. وفي هذا السياق أطلقت سياحة ماليزيا حزم جولات سياحية على الأنترنت وتطبيق " سياحة ماليزيا " ؛

- يقوم مجلس ترويج السياحة في ماليزيا بتنظيم رحلات تعريف منتظمة للصحفيين ووكلاء السفر خاصة من الشرق الأوسط كجزء من استراتيجية التسويق المستهدفة²⁵؛

معظم السياح الوافدين لماليزيا من دول منظمة التعاون الإسلامي نجد إندونيسيا وبروناي وبنغلاديش والمملكة العربية السعودية وباكستان. وغير دول الأعضاء نجد سنغافورة وإندونيسيا والصين وتايوان وبروناي وكوريا الجنوبية والهند والفلبين وأستراليا واليابان.²⁶

ثانيا: تأثير COVID-19 في صناعة السياحة الإسلامية بماليزيا

لقد شكل COVID-19 تأثيرا مدمرا على الأعمال السياحية لدرجة أنه تسبب في انخفاض كبير وحاد في صناعات السياحة والضيافة، نتيجة إلغاء الحكومة جميع باقات الرحلات لعام 2020، مما أثر بشكل كبير على القطاعات المكونة لسياحة (الفنادق والطيران السياحة)

1- التأثير على النشاط السياحي: أحد التأثيرات السلبية للجائحة على النشاط السياحي في ماليزيا هو إلغاء حملة *Visit Malaysia Year 2020 (VM2020)*، وذلك لأن 64 % من السياح يأتون من الصين وسنغافورة وإندونيسيا، والتي تأثرت هذه الدول بشدة بالوباء، مما أدى إلى انخفاض وإلغاء عدد كبير من الرحلات السياحية إلى ماليزيا، وأن وقف الحملة كان له تأثير هائل على الهدف الأولي للحكومة المتمثل في جذب حوالي 30 مليون سائح.²⁷

2- التأثير على صناعة الفنادق: ذكرت الرابطة الماليزية للفنادق (*MAH*) أنه اعتبارا من 16 مارس قبل فرض أمر مراقبة الطيران تم إلغاء حجز ما مجموعه 170.085 غرفة فندقية من 11 يناير سنة 2020 حتى 16 مارس 2020، مما تسبب في خسارة في الإيرادات التي بلغت 68,190,364 رينجيت ماليزي (أنظر الجدول رقم 2)، كان هذا بسبب بدء الناس في إيقاف جميع الأنشطة الاجتماعية والخارجية، حيث كانت الحالات الإيجابية لـ *COVID-19* تتزايد بسرعة مما يدل على خطورة انتشار *COVID-19* بين المجتمع.

إلى جانب ذلك، سجلت (*MAH*) إغلاق 30% من أصل 4888 فندقا مسجلا لدى وزارة السياحة والفنون والثقافة (*MOTAC*).

الجدول رقم 2 : عدد الغرف المملوغة والخسائر الناجمة عن الإلغاء في ماليزيا سنة 2020

الترتيب	المدينة	عدد الغرف المملوغة	الخسائر الناجمة عن الإلغاء (رينجيت ماليزي)
1	Kuala lumpur	55050	23.021.301
2	Sabah	32392	11.550.605
3	Pulau pinang	17753	8.908.000
4	selangor	22929	7.212.048
5	Negeri sembilan	13534	6.690.500
6	Johor	18455	5.626.470
7	kedah	3229	3.291.500
8	Perak	2403	1.022.289
9	melaka	4074	690.499
10	Pahang	180	144.628
11	Sarawak	76	22.525
	الإجمالي	170085	68.190.364

Source : Muhammad Syukri Mohd Ashmir. THE COVID-19 PANDEMIC AND ITS IMPACT ON ISLAMIC TOURISM IN MALAYSIA. The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research, 19(1). (June 2022).p26

على الرغم من الفترة القصيرة للسفر الداخلي بين يونيو وسبتمبر 2020 ، إلا أن قطاع السياحة فقد أكثر من 80% من أعمالها منذ 18 مارس 2020 ، بينما خسرت صناعة الفنادق وحدها حوالي 6.53 مليار رينجيت ماليزي مع خسارة متوقعة قدرها 300 مليون رينجيت ماليزي لكل أسبوعين، أما في عام 2021 فقدت الأعمال الفندقية بالفعل 5 مليارات رينجيت ماليزي ، وهو أعلى بكثير من سنة 2020 .

3-التأثير على صناعة الطيران: كان تأثير COVID-19 على الطيران أو أعمال شركات الطيران هو الأسوأ لأن السفر كان محظورا تماما، واضطرت جميع شركات الطيران إلى الإغلاق لفترة طويلة. وحسب الاتحاد الدولي للنقل الجوي (IATA) إن الوباء وجه ضربة قاسية لصناعة الطيران ليس فقط في ماليزيا ولكن أيضا على مستوى العالم، مما أدى إلى معركة من أجل البقاء في عام أطلق عليه "أسوأ عام في تاريخ الطيران"، وقد انخفض النقل الجوي للركاب الذي تم قياسه كإيرادات لكل كيلومتر بنسبة 90% على أساس سنوي في أبريل 2020 الذي أثر هذا الانخفاض على النشاط الاقتصادي والتجارة والشحن بنسبة 30%²⁸.

كما شهدت ماليزيا انخفاضا بنسبة 85% في سعة الركاب الدوليين في أبريل 2020. ويرجع ذلك إلى حظر السفر الذي فرضته الحكومة في 18 مارس 2020 ودول أخرى فرضت الحظر على الفور. كما عملت شركات الطيران الرئيسية الثلاث في ماليزيا هي طيران آسيا ، وماليندو ، والخطوط الجوية الماليزية على تقليل التكاليف عن طريق تخفيض رواتب العمال بنسبة 10% إلى 100% وتم إجبارهم على التقاعد القسري .

ثالثا : استراتيجيات المتبعة لتعافي السياحة الإسلامية في ماليزيا

تخضع خطة تنمية السياحة الإسلامية أيضا لنفس خطة إنعاش السياحة وقد أوكل إشراف السياحة الإسلامية إلى مركز السياحة الإسلامية (ITC) الذي احتضن التعامل مع المؤثرين الرئيسيين، وتعميق العلاقات معهم وهذا بتعزيز العلامة التجارية للسياحة الإسلامية محليا ودوليا. وبموجب هذه السياسة أعطيت الأولوية للسياحة الإسلامية، حيث تم تكليف مركز التجارة الدولية بتعزيز مكانة ماليزيا كأفضل وجهة في العالم للسفر الصديق للمسلمين من خلال:

- الاستفادة من المبادئ الإسلامية كأساس لرفع جودة خدمة الفنادق الصديقة للمسلمين؛
- إنشاء شراكات مبتكرة مع الوكالات ذات الصلة لتأسيس ماليزيا كمركز عالمي لشهادات الفنادق الصديقة للمسلمين؛
- جعل مركز التجارة الدولية هو المستودع الرائد لمعلومات السوق والمركز المرجعي للسياحة والضيافة الصديقة للمسلمين؛
- تصنيف ماليزيا كأفضل مكان لنمط الحياة الإسلامية المعاصرة من خلال المؤتمرات وعروض الأزياء ومعارض الفن والخط ومهرجانات وفن الطبخ؛

- إقامة شراكات ذكية بين مركز التجارة الدولية ووزارة الصحة ومجلس السفر الصحي الماليزي لتحويل ماليزيا إلى مركز رعاية صحية إسلامي رائد.²⁹

استنادا إلى سياسة السياحة الوطنية (2020-2030)، وضعت ماليزيا خطة تحول صاعدة إلى تسخير القدرة التنافسية لصناعة السياحة الماليزية من خلال زيادة الإيرادات وتمكين المجتمعات المحلية وضمان الاستدامة. ولسوء الحظ لم تتمكن ماليزيا من تنفيذ هذه الخطة بسبب Covid 19 الذي ضرب جميع أنحاء العالم، وبالتالي لكي تظل ماليزيا قادرة على المنافسة في صناعة السياحة طورت على الفور خطة إنعاش لتنشيط الاقتصاد الوطني من خلال قطاع السياحة وهذا باتباع الإجراءات التالية:

1- إنعاش التحفيز السياحي: لإحياء قطاع السياحة والاقتصاد الوطني أعلنت وزارة السياحة والفنون والثقافة (MOTAC) عن خطة إنعاش مفصلة من شأنها أن توفر حافزا لصناعة السياحة في ماليزيا. خطة الإنعاش نفذت بشكل أساسي من قبل وكالة السياحة الماليزية، بدعم من مختلف الوكالات واللاعبين في الصناعة بغية تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية أولها استعادة الثقة في السفر، ثانيا إنعاش السياحة الداخلية، ثالثا تعظيم الموارد في إطار خطة التعافي التحفيزية المحددة، حيث تم تخصيص 200 مليون رينجيت ماليزي في إطار ميزانية 2021 لتنشيط السياحة الداخلية وسط جائحة COVID-19. ومن بين الخطط:

- تنفيذ تعاون بين الوكالات ذات الصلة بالسياحة مع المنظمات غير الحكومية مثل الرابطة الماليزية للفنادق (MAH) وجمعية الفنادق الماليزية الاقتصادية (MyBHA) ومنصات السوق الإلكترونية للترويج لباقات العطلات والفنادق وهذا بمساعدة الفنادق ثلاثة نجوم وما دون ذلك، من خلال حملتي "Jom Nginap" و "Malaysia" ترحب بك".³⁰

- حملة "Cutti-Cutti Malaysia" مع شركات الطيران مثل الخطوط الجوية الماليزية بيرهاد وفاير فلاي وطيران آسيا وماليندو هدفها زيادة اتصال السفر داخل البلاد.

- الشراكة مع Karyaneka لتقديم خصومات على المنتجات الحرفية لزيادة الطلب على الحرف اليدوية الماليزية وتقديم قسائم وخصومات وحسومات نقدية أثناء استخدام التكنولوجيا الرقمية من خلال تطبيقات الهاتف المحمول والقسائم الإلكترونية للمشتريات عبر الإنترنت.³¹

- الدعم الاقتصادي لشركات السياحة في إطار حزم التحفيز *PEMULIH* و *PEMERKASA* و *PEMERKASA* Plus، والتي تضمنت تخفيضات فاتورة الكهرباء بالنسبة للفنادق والمنتزهات الترفيهية ومراكز المؤتمرات ومراكز التسوق ومنظمي الرحلات السياحية، ومساعدة نقدية لمرة واحدة قدرها 3000 رينغيت ماليزي ل 5335 وكالة سياحية، و 500 رينغيت ماليزي ل 5877 مرشدا سياحيا، و 1 000 رينغيت ماليزي ل 1 063 مرشدا سياحيا، و 600 رينغيت ماليزي ل 2861 مشغلا للإقامة المنزلية مسجلين لدى الوزارة، أما فيما يخص أفساط ضريبة الدخل الشهرية فقد تم تأجيلها لشركات السياحة والإعفاء من دفع ضريبة السياحة وضريبة الخدمات حتى 31 ديسمبر 2021.³²

2- فقاعة سفر الأخضر: خلال فترة الجائحة، وفي ظل القيود الدولية المفروضة على السفر أولت العديد من البلدان في جميع أنحاء العالم اهتماما خاصا لأنشطة السياحة المحلية كطريقة بديلة للحفاظ على نشاط قطاع السياحة وإنعاشه، وقد حذت العديد من بلدان منظمة التعاون الإسلامي مثل ماليزيا التي نظمت عدة حملات لتعزيز السياحة الداخلية لدعم قطاع السياحة والنمو الاقتصادي بشكل عام³³، لذا أدخلت *MOTAC* فقاعة السفر الأخضر كخطة تعافي وهذا بتعزيز السياحة الداخلية أثناء الوباء وهذا بالسماح للأفراد بالسفر داخل المناطق الخضراء دون إذن من الشرطة، ومع ذلك لا يمكنهم التوقف أثناء الرحلة بخلاف المناطق الخضراء، علاوة على ذلك إذا احتاج المسافرون من المناطق الخضراء إلى عبور منطقة حمراء فيجب عليهم الحصول على إذن من الشرطة قبل السفر.³⁴

سمحت فقاعة السفر الأخضر بقاعدة ثلاثة لكل سيارة والسعة الإجمالية في المركبات الخاصة والحافلات، كما يمكن للأفراد تقديم طلبات الحصول على إذن السفر بالجملة إلى الشرطة، ويجب على السياح من المناطق الخضراء تسجيل حالتهم الصحية من خلال تطبيق الهاتف المحمول *MySejahtera* مع إثبات حجز الإقامة أو التذاكر أو خط سير الرحلة أو أي وثيقة أخرى تحددها الشرطة ويحظر على المالكين الذين ليسوا من المناطق الخضراء استخدام هذه السياحة الداخلية للسفر دون إذن.³⁵

3- إجراء التشغيل القياسي لقطاعات السياحة: (MKN) هي وكالة رائدة تقوم بتنسيق السياسات المتعلقة بالأمن منذ إنشائها في عام 1971 مسؤولة عن تنسيق السياسات المتعلقة بالأمن القومي وتوجيه المسائل الأمنية.

قامت *(MKN)* بتقييم المخاطر تهديد قطاع السياحة ووقف انتشار *COVID-19*. وهذا بإصدار 12 إجراء تشغيليا للتحكم في العمليات التجارية أثناء مواجهة فترة الوباء. بالإضافة إلى ذلك، تم إصدار أنشطة وبروتوكولات قياسية لضمان سلامة قطاع السياحة في تقديم خدماته على سبيل المثال تطبيق *MySejahtera*، والمسافة المادية، والتخطيط المناسب لانتظار المنطقة وخدمة المصعد، وتطبيق معقم اليدين، والسجلات الصحية للموظفين، وارتداء قناع الوجه.³⁶

خاتمة:

أثرت جائحة *COVID-19* على صناعة السياحة في الحد من السياحة النشاط وشل صناعة الطيران وتشبيط اللاعبين في صناعات الفنادق، بناء على النتائج والمناقشات الموصوفة سابقا، يمكن استنتاج مايلي:

- كان للوباء تأثير كبير على القطاع السياحي بما في ذلك السياحة الإسلامية والقطاعات الفرعية لها مثل شركات الطيران والفنادق ووكالات السفر والمطاعم، نتيجة انخفاض عدد الزيارات السياحية المحلية والأجنبية؛

- نظرا للخسائر الفادحة التي واجهتها شركات ووجهات السياحة الإسلامية، بدأ بعض الممارسين وخبراء السياحة الإسلامية في إثارة بعض المخاوف بشأن فيروس كورونا كنقطة انطلاق لتغيير السياحة الإسلامية، وستستغرق بضع سنوات للتعافي من أزمة فيروس كورونا. هذه

المخاوف مدفوعة بطبيعة الوباء والآثار العميقة التي سببها على السفر وتنقل الأشخاص والأنشطة السياحية في جميع أنحاء العالم؛

- حققت ماليزيا نفسها باعتبارها وجهة إسلامية من خلال حملات واسعة النطاق ومن خلال مشاريع صغيرة مثل الفنادق ووكلاء السفر، حيث أن استراتيجيتها التسويقية تدمج مختلف الأطراف المعنية بطريقة ناجحة؛
- تعد الاستراتيجيات الإبداعية المتبعة أثناء الوباء من خلال اتباع خطة للتعافي في إطار MOTAC تحدي اقتصادي عالمي جديد استعدادا للانتقام السياحي من قبل السياح بعد التخلص التدريجي من الوباء.
- تركز الخطة الماليزية على تنشيط السياحة المحلية من خلال تقديم حزم سفر جذابة على البيئة الرقمية؛ وتقديم الحوافز عن طريق قسائم تخفيض والقسائم الإلكترونية وإرجاع مبالغ نقدية للسياح؛ والترويج للوجهات السياحية الريفية التي تعرف انخفاضا في عدد الزيارات. ومع عودة البلدان إلى الوضع الطبيعي أضحى عملية بناء الثقة في السفر والسياحة عاملا رئيسيا من شأنه أن يدفع بعجلة الانتعاش في هذا الجدي القطاع. وفي جميع أنحاء العالم، اجتمع أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص لتحديد العوامل الحيوية التي يمكن أن تساعد في إعادة بناء ثقة المستهلك في السفر والسياحة والتي تشمل، على سبيل المثال لا الحصر، ما يلي:
- تنفيذ بروتوكولات متينة تعنى بالصحة والنظافة والصرف الصحي والسلامة؛
- تخفيف سياسات التأشيرات الثنائية، والنظر في الاعتراف المتبادل ببطاقات التلقيح، وتطوير فقاعات السفر الإقليمية، وتقديم الحوافز مثل التخفيضات الضريبية المؤقتة، والإعانات لشركات الطيران إلى جانب وكالات السفر من شأنه أن يقلل من حجم الخسائر المالية المحققة وكذلك إنقاذ عدد من الوظائف المتأثرة بهذه الصدمة الاستثنائية.

الهوامش

¹ MD SIDDIQUE E AZAM MOHA ASRI ABDULLAH HALAL TOURISM: DEFINITION, JUSTIFICATION, AND SCOPES TOWARDS *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 18, Issue 3 (April) 2019.p 24

² Aam Slamet Rusydiana.. *Halal Tourism Indicators: A Bibliometric Study. Library Philosophy and Practice (e-journal) volume 23 nemuro 6*

³ Battour, M. (2016, 9). *Halal Tourism or Muslim-Friendly Tourism. Récupéré sur ?* <https://www.crescentrating.com/magazine/opinion/3925/halal-tourism-or-muslim-friendly-tourism.html>.

⁴ Yulia Belopilskaya, *How Halal Tourism is Reshaping the Global Tourism Industry* <https://hospitalityinsights.ehl.edu/halal-tourism-global-industry>

⁵ Mohd Hafiz Hanafiah *Managing Modern Muslim Travellers: Emerging Trends and Issues for Islamic Tourism Destinations Tourism and Hospitality* nu 3.2022 p 914

⁶ Intan Shafina Suid, Nor Ashikin Mohd Nor and , & Hamimi Omar). *A Review on Islamic Tourism and the Practical of Islamic Attributes of Destination in Tourism Business. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(12). (2017,p260

⁷ Intan Shafina Suid, Nor Ashikin Mohd Nor and Hamimi Omar *A Review on Islamic Tourism and the Practical of Islamic Attributes of Destination in Tourism Business International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 2017, Vol. 7, No. 12 p 255

⁸ Surianom Miskam, Norziah Othman, Nor'Adha Ab. Hamid, and N. A. W. (2015). *an Analysis of the Definition of Halal : Shari ' Ah Vs Statutes. World Academic and Research Congress, (December*

⁹ Intan Shafina Suid, Nor Ashikin Mohd Nor and , & Hamimi Omar. *ocit* p255

¹⁰ Nasution, & Muda. (2020). *Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. . Jurnal Benefita*, 5(12). doi:<https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>

¹¹ منظمة التعاون الإسلامي، السياحة الدولية في الدول الأعضاء في المنظمة تعاون الإسلامي الآفاق والتحديات. مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية

والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية. (2017). ص 31

- ¹² ABID HOSAIN. (2020). *Prospects of Halal Tourism Fundamentals of Tourism*. doi:<https://www.grin.com/document/919369>
- ¹³ Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index GMTI 2022. (April 2022)p22
- ¹⁴ منظمة التعاون الاسلامي ، السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي 2022 الآفاق والتحديات في ظل جائحة كوفيد-1 ، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك)، تركيا (يونيو 2022)، ص 27
- ¹⁵ المرجع السابق ، ص 26
- ¹⁶ Mastercard-Crescentrating. *Global Muslim Travel Index GMTI 2022*(April 2022). p10 .
- ¹⁷ Nurhafizh.. Récupéré sur <https://www.crescentrating.com/magazine/crescentratingconsulte> le 12/12/2022
- ¹⁸ KNEKS. *Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah*. (2020).
- ¹⁹ Hatem El-Gohary., D. *Perspectives: Travellers Views on COVID-19 and Halal Tourism*. *journal Islamic tourism*, 1. (2021).
- ²⁰ Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). *Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia*. *Jurnal Benefita*, 5(2) 212. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>
- ²¹ Hashim, H. T., & H. T., Baba. *The Hajj and COVID-19: How the Pandemic Shaped the World's Largest Religious Gathering*. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 103(3). (2021),p797-799
- ²² Organisation of Islamic Cooperation Statistical, E. a. (s.d.). *HALAL INDUSTRY IN OIC MEMBER COUNTRIES*.
- ²³ General Authority for Statistics. (2020). *General Authority for Statistics—GASTAT. Hajj Statistics. 2020*. Récupéré sur https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/haj_40_en.pdf
- ²⁴ Yusniza Kamarulzaman, Azian bin Madun, and N. A. (2017). *Consumer Satisfaction Towards Malaysian Halal Certified Logo: A Case Of Halal Food Industry 2 Consumer Satisfaction Towards Malaysian Halal Certified Logo: A Case Of Halal Food Industry Final Report February 2017*. Retrieved from https://umexpert.um.edu.my/file/publication/00009698_158861_70188.pdf
- ²⁵ منظمة التعاون الاسلامي، خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك). ، 2018 ، ص 24-24
- ²⁶ Mastercard-Crescentrating, *Global Muslim Travel Index GMTI 2018*
- ²⁷ Khan, & Hashim. *The effect of Covid-19 on tourism and hospitality industry in Malaysia, Resurgence in the post-pandemic era: A conceptual criterion*. *International Journal of Tourism & Hospitality Review*(2020)..
- ²⁸ Hall, C. M., Timothy, D., & Duval, D. (2003). *Security and tourism: Towards a new understanding?* *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15(2-3), 1-18.
- ²⁹ Waisul Karim, A. H. (2020). *The Movement Control Order (MCO) for COVID-19 crisis and its impact on tourism and hospitality sector in Malaysia*. *International Tourism and Hospitality Journal*, 3(2), 1-07.
- ³⁰ Kang Siew Li. *The Edge Markets*. (Dec 28, 2020). *Surviving The Impact of Covid-19: '2020 Worst Year Ever' In Aviation History*. <https://www.theedgemarkets.com/article/surviving-impact-covid19-2020-worst-year-ever-aviation-history>
- ³¹ Muhammad Syukri Mohd Ashmir *THE COVID-19 PANDEMIC AND ITS IMPACT ON ISLAMIC TOURISM IN MALAYSIA*. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 19(1). . (June 2022),p26
- ³² منظمة التعاون الاسلامي ، السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي 2022 الآفاق والتحديات في ظل جائحة كوفيد-1 ، مرجع سبق ذكره ص 27
- ³³ المرجع السابق، ص 35
- ³⁴ Zubair, F., & Shamsudin, M. F. (2021). *Impact of Covid-19 on tourism and hospitality industry of Malaysia*. *Journal of Postgraduate Current Business Research*, 6(1), 1-6. Retrieved from <https://abrn.asia/ojs/index.php/jpcbr/article/view/105>
- ³⁵ Muhammad Syukri Mohd Ashmir *THE COVID-19 PANDEMIC AND ITS IMPACT ON ISLAMIC TOURISM IN MALAYSIA*. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 19(1) (June 2022)p155
- ³⁶ *Ibid* , p155.

المراجع باللغة العربية

- 1- منظمة التعاون الإسلامي ، السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي 2022 الآفاق والتحديات في ظل جائحة كوفيد-19 مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك). تركيا (يونيو 2022).
- 2- منظمة التعاون الإسلامي. خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي. مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك) تركيا. (2018).
- 3- منظمة التعاون الإسلامي. (السياحة الدولية في الدول الأعضاء في المنظمة تعاون الإسلامي الآفاق والتحديات. مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية. تركيا 2017

المراجع باللغة الأجنبية

- ABID HOSAIN. (2020). *Prospects of Halal Tourism Fundamentals of Tourism*. doi:https://www.grin.com/document/919369
- Hall, C. M., Timothy, D., & Duval, D. (2003). *Security and tourism: Towards a new understanding?* *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15(2-3), 1-18.
- Hatem El-Gohary., D. *Perspectives: Travellers Views on COVID-19 and Halal Tourism*. *journal Islamic tourism*, 1. (2021).
- Kang Siew Li. *The Edge Markets*. (Dec 28, 2020). *Surviving The Impact of Covid-19: '2020 Worst Year Ever' In Aviation History*. <https://www.theedgemarkets.com/article/surviving-impact-covid19-2020-worst-year-ever-aviation-history>
- khan, & Hashim. *The effect of Covid-19 on tourism and hospitality industry in Malaysia, Resurgence in the post-pandemic era: A conceptual criterion*. *International Journal of Tourism & Hospitality Review*(2020)..
- Mastercard-Crescentrating, *Global Muslim Travel Index GMTI 2018*
- Mastercard-Crescentrating. *Global Muslim Travel Index GMTI 2022*(April 2022). p10 .
- Muhammad Syukri Mohd Ashmir *THE COVID-19 PANDEMIC AND ITS IMPACT ON ISLAMIC TOURISM IN MALAYSIA*. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 19(1) (June 2022)p155
- 2017, Vol. 7, No. 12 p 255
- Aam Slamet Rusydiana.. *Halal Tourism Indicators: A Bibliometric Study*. *Library Philosophy and Practice (e-journal)* volume 23 nemuro 6
- Battour, M. (2016, 9). *Halal Tourism or Muslim-Friendly Tourism*. *Récupéré sur ?* <https://www.crescentrating.com/magazine/opinion/3925/halal-tourism-or-muslim-friendly-tourism.html>.
- General Authority for Statistics. (2020). *General Authority for Statistics—GASTAT. Hajj Statistics. 2020*. *Récupéré sur* https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/haj_40_en.pdf
- Hashim, H. T., & H. T., Baba. *The Hajj and COVID-19: How the Pandemic Shaped the World's Largest Religious Gathering*. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 103(3). (2021).p797-799
- Intan Shafina Suid, Nor Ashikin Mohd Nor and , & Hamimi Omar). *A Review on Islamic Tourism and the Practical of Islamic Attributes of Destination in Tourism Business*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(12). (2017,p260
- Intan Shafina Suid, Nor Ashikin Mohd Nor and , & Hamimi Omar. *ocit* p255
- Intan Shafina Suid, Nor Ashikin Mohd Nor and Hamimi Omar *A Review on Islamic Tourism and the Practical of Islamic Attributes of Destination in Tourism Business* *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*
- KNEKS. *Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah*. (2020).
- Madziatul Churiyah Filianti Filianti *Halal Tourism: Between Economic Opportunities and Social Acceptance NHJ Nusantara Halal Journal Vol 1 No 1* (2020) p 34
- Mastercard-Crescentrating *Global Muslim Travel Index GMTI 2022*. (April 2022)p22

- MD SIDDIQUE E AZAM MOHA ASRI ABDULLAH HALAL TOURISM: DEFINITION, JUSTIFICATION, AND SCOPES TOWARDS *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 18, Issue 3 (April) 2019.p 24
- Mohd Hafiz Hanafiah Managing Modern Muslim Travellers: Emerging Trends and Issues for Islamic Tourism Destinations *Tourism and Hospitality* nu 3.2022 p 914
- ~Muhammad Syukri Mohd Ashmir THE COVID-19 PANDEMIC AND ITS IMPACT ON ISLAMIC TOURISM IN MALAYSIA. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 19(1). . (June 2022).p26
- Nasution, & Muda. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. . *Jurnal Benefita*, 5(12). doi:<https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2) 212. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>
- Nurhafizh.. Récupéré sur [https://www.crescentrating.com/magazine/crescentratingconsulte le 12/12/2022](https://www.crescentrating.com/magazine/crescentratingconsulte%20le%2012/12/2022)
- Organisation of Islamic Cooperation Statistical, E. a. (s.d.). HALAL INDUSTRY IN OIC MEMBER COUNTRIES.
- Surianom Miskam, Norziah Othman, Nor'Adha Ab. Hamid, and N. A. W. (2015). an Analysis of the Definition of Halal : Shari ' Ah Vs Statutes. *World Academic and Research Congress*, (December
- ~Waisul Karim, A. H. (2020). The Movement Control Order (MCO) for COVID-19 crisis and its impact on tourism and hospitality sector in Malaysia. *International Tourism and Hospitality Journal*, 3(2), 1-07.
- Yulia Belopilskaya. How Halal Tourism is Reshaping the Global Tourism Industry-<https://hospitalityinsights.ehl.edu/halal-tourism-global-industry>
- Yusniza Kamarulzaman, Azian bin Madun, and N. A. (2017). Consumer Satisfaction Towards Malaysian Halal Certified Logo: A Case Of Halal Food Industry 2 Consumer Satisfaction Towards Malaysian Halal Certified Logo: A Case Of Halal Food Industry Final Report February 2017. Retrieved from https://umexpert.um.edu.my/file/publication/00009698_158861_70188.pdf
- ~Zubair, F., & Shamsudin, M. F. (2021). Impact of Covid-19 on tourism and hospitality industry of Malaysia. *Journal of Postgraduate Current Business Research*, 6(1), 1-6. Retrieved from <https://abrn.asia/ojs/index.php/jpcbr/article/view/105>