

السياحة الحلال

بين

الفرص والتحديات

Halal tourism between opportunities and challenges

أ.د. أسامة عبد المجيد العاني

كلية الفارابي الجامعة

٢٠٢٢م

١٤٤٤هـ

ملخص

يعد قطاع السياحة الحلال واحدا من القطاعات التي يمكن أن تدر دخلا لدول العالم، وهو من أسرع القطاعات نموا في قطاع السياحة العالمي. يحاول البحث الإجابة على تساؤلات من إذ مشروعية كل من السياحة الدينية والسياحة الحلال و العلاقة فيما بينهما والأهمية الاقتصادية للسياحة الحلال. وبيّن البحث عن حاجة السياحة الحلال الى مصادر للتمويل، لذلك أوصى البحث عن إيجاد شراكات تمويلية من جهة، كذلك تشجيع القطاع المصرفي على تقديم عروض لعملائه كي يتم الترويج للسياحة الحلال عن طريق توفير تسهيلات مالية مناسبة.

الكلمات المفتاحية: السياحة الحلال، حكم السياحة الحلال.

SUMMARY

One of the sectors which can generate income is the Halal tourism sector. As well, it is one of the fastest growing sectors in the global tourism sector. The present research attempts to answer questions of the legality of religious tourism and halal tourism, the relationship between them, and the economic importance of halal tourism. The research concluded the need of halal tourism to the sources of financing. The present research recommended financing partnerships through investment on the one hand, and encouraging the Islamic banking sector to present offers to its clients in order to promote the halal tourism.

Key Words: Halal Tourism, Rules of halal tourism

المقدمة

مع بداية الألفية الثانية، ظهرت عدد من المفاهيم السياحية الجديدة مثل السياحة الإسلامية (الدينية) والسياحة الحلال التي تقترب في توجهاتها من مفهوم "الطعام الحلال". وهي واحدة من الاتجاهات الحديثة في السياحة، التي انتشرت بشكل كبير في الكثير من البلدان بما في ذلك الشرق الأوسط^(١). ويلاقي هذا النوع من السياحة طلباً متزايداً، الأمر الذي استحوذ انتباه أصحاب الفنادق الكبرى ووكالات السياحة للاهتمام بهذا النوع من السياحة^(٢). بل أن لفظ (الحلال) أصبح علامة تجارية عالمية لضمان الجودة، فيما يخص الأعمال المتعلقة بالتجارة والقطاعات الأخرى في هذا المجال^(٣).

ألفت جائحة كورونا بظلالها على مجمل المعمورة، فلم تقتك بالمجال الصحي فحسب، بل فتكت بكل جوانب الحياة، ومنها الاقتصادي، وقد شخص الاقتصاديون، أن من أكثر القطاعات تضرراً هو القطاع السياحي وما اشتمل عليه من شركات طيران، وفنادق ومنتجعات... الخ. ولم تكن السياحة الحلال بمعزل عن هذه الآثار، بل حتى أداء المناسك وهي فريضة الحج المقدسة إنخفض عدد الحجاج في العام ١٤٤٢ هـ إلى ستين ألفاً فقط، بعد أن كان العدد يتجاوز المليونين ونصف المليون حاج قبل الجائحة.

ويحظى عالمنا الإسلامي بنعم عظيمة (مزايأ اقتصادية)، يصعب عدها وحصرها، من هذه النعم، التي يمكن أن تدر دخلاً لعالم ما بعد النفط، القطاع السياحي. إذ خص الله عالمنا الإسلامي بطبيعة متنوعة، وفضلاً عن آثار الحضارات الأولى للفعل البشري. بل انفردت بعض بلداننا الإسلامية بتعظيم أرضها وفرض على المسلمين قصدها في كل عام. كما في مكة المكرمة، والمسجد النبوي والمسجد الأقصى.

(١) Battour Mohamed, Ismail Nazari, and BattorMoustafa (2010), Toward a

Halal Tourism Market, Tourism Analysis, Vol. 15, No.4, PP: 461-470.

(٢) Alkuwait (Reuters), businessNews,(2015), Halal tourism "attract billions of investment, access in 27-5-2016.

<http://ara.reuters.com/article/businessNews>

(٣) Bin Ab Talib, Mohamed; Rubin, lim ; Zhengyi,VincentKhor

(2013),Qualitative Research on Critical Issues in Halal Logistics, Journal of Emerging Economics and Islamic Research, Volume 1, No 2.

مشكلة البحث:

يسهم القطاع السياحي بشكل عام في تعزيز الناتج المحلي للبلد، عن طريق توفيره لفرص العمل، أو جلبه للعملة الصعبة...الخ. لذا فإن البحث يحاول الإجابة عن عدد من التساؤلات هي:

ما مشروعية كل من السياحة الدينية والسياحة الحلال؟
ما مدى العلاقة ما بين السياحة الدينية والسياحة الحلال؟
ما الأهمية الاقتصادية للسياحة الحلال؟

هدف البحث:

يهدف البحث الى: تبين العلاقة ما بين السياحة الدينية والسياحة الحلال ومشروعية كل منها، وفضلاً عن تشخيص أبرز فرص النهوض بالسياحة الحلال وتشخيص أبرز تحدياتها.

الدراسات السابقة:

1. Erhan Bogan and Mehmet Sarusık, (2019), Halal tourism: conceptual and practical challenges⁽¹⁾

السياحة الحلال: تحديات مفاهيمية وعملية
يمثل السياح المسلمون المشاركون في أنشطة السياحة الحلال سوقاً قيمةً لصناعة السياحة العالمية. الغرض من هذه الدراسة هو توضيح مفاهيم السياحة الحلال والسياحة الإسلامية ولفت الانتباه إلى بعض التحديات المفاهيمية والعملية في صناعة السياحة الحلال.

إعتمدت الورقة إلى تقييم نقدي للأدبيات في هذا المجال، بقصد التمييز بين المفاهيم ومناقشة التحديات العملية والمفاهيمية، واستعرض المؤلفان التعاريف الموجودة في الأدبيات ذات الصلة عن طريق استخدام المراجع الرئيسية في هذا المجال، وولا سيما المصدر الرئيسي للمفاهيم وهو القرآن الكريم.

وتوصلت الدراسة الى أنه يمكن استخدام مصطلحي "النية" و "الدافع الإسلامي" للتمييز بين السياحة الإسلامية والسياحة الحلال. يقترح المؤلفان تسمية الفنادق التي تقدم خدمات جيدة

(١) Erhan Boğan, Mehmet Sarıışık, (2019), Halal tourism: conceptual and practical challenges, Journal of Islamic Marketing, Vol. 10 No. 1, pp. 87–

في صناعة السياحة الحلال بـ "الفنادق الحلال" والسياح بـ "السياح المسلمين". ومن أبرز التحديات العملية التي توصلت إليها الدراسة في مجال السياحة الحلال هو عدم وجود معايير للحلال، ولا سيما بالنسبة للفنادق. وإذ أن الطريقة التي يفهم بها المسلمون حياتهم ويتكيفون بها مع الإسلام تختلف من مكان إلى آخر، مما يجعل هذه السوق غير متجانسة، لذا يقترح المؤلفان أنه يجب جعل مواصفات للفنادق الحلال يجب عن طريق مؤهلات مختلفة وبحسب البلدان التي تنمي إليها.

2.Ranea Qaddahat, Farouk Attaalla, Mostafa Mahmoud Hussein
Halal Tourism: Evaluating Opportunities and Challenges in the
Middle East "Jordan and Egypt", (2016)⁽¹⁾

تناول البحث السياحة الحلال، بعدّها ظاهرة جديدة في سوق السياحة، وتمتعها بالكثير من الفوائد الاقتصادية والاجتماعية ولا سيما في أثرها على اقتصادات مناطق مثل جنوب شرق آسيا والشرق الأوسط.

ركز هذا البحث على الأردن ومصر ويسعى إلى التعرف على الوعي عند أصحاب الفنادق ووكلاء السفر ووكلاء الخطوط الجوية حول السياحة الحلال في كل من الأردن ومصر؛ تقييم الوضع الحالي للسياحة الحلال؛ وتحديد آفاق وتحديات السياحة الحلال في البلدين. تتبنى الدراسة المنهج الوصفي التحليلي هدف البحث إلى إعداد مشروع تجريبي وخطة عمل لشركات الطيران ووكالات السفر والفنادق المؤسسات في كيفية تطبيق مبادئ ومعايير السياحة الحلال.

3.Mohamed Battour, Mohd Nazari Ismail, (2016) Halal tourism:
Concepts, practises, challenges and future⁽²⁾

ينطلق البحث من أن السياحة تشهد اهتماما متزايدا لما يسمى بالسياحة الحلال في جانبي الصناعة أو البحوث. ولذلك، فإن نجاح تطوير وتسويق وجهة السياحة الحلال يجب أن تكون مسترشدة باعتماد التعاليم والمبادئ الإسلامية في جميع جوانب الأنشطة السياحية.

١) Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University, Vol. (10),)
No. (2/2), September, 2016
Tourism Management Perspectives Volume 19, Part B, July 2016, (٢)
Pages 150-154

تستكشف الورقة مفهوم السياحة الحلال جنباً إلى جنب مع المكونات التي تشكل هذه الصناعة. قدمت الورقة أمثلة عالمية لبعض أفضل الممارسات الحالية. كما ناقشت الفرص والتحديات في تطوير وتسويق السياحة الحلال.

4. شراد جميلة (٢٠١٥)، دور البنوك في تطوير القطاع السياحي، حالة ولاية الوادي^(١)
تمثلت مشكلة الرسالة في معرفة ما هو دور القطاع المصرفي في تمويل الأنشطة السياحية وكيف يمكن تفعيله لتنشيط قطاع السياحة، وهدفت الى: الوقوف على دور القطاع البنكي في تنشيط وتمويل الاستثمارات السياحية؛ توجيه الاهتمام نحو إبراز التمويل البنكي للسياحة كقطاع له وزنه الاقتصادي والاجتماعي والبيئي. وتوصلت الدراسة الى ان معايير التمويل السياحي تساهم في توفير شروط ومتطلبات البيئة في الجزائر وهذا ما يدل على استعداد الجزائر لتطبيق المعايير السياحية الدولية في ظل الظروف الحالية؛ وعن طريق الاستبيان تبين بان السياسات التي تتخذها الدولة في السياحة لها تاثير ايجابي بإذ انها تزيد من الكفاءة في السياحة ؛ عن طريق المستجوبين تبين ان مختلف القطاعات وبضمنها القطاع البنكي يسهم في تنشيط وتطوير السياحة وذلك بتطبيق المعايير السياحية الدولية في الوقت الحالي.

5. Nurul Aini Muhamed , et., al. (2014), Integrating Islamic Financing and Halal Industry: A Survey on Current Practices of the Selected Malaysian Authority Bodies⁽²⁾

تشير الورقة إلى أنّ الصناعة الحلال صناعة واسعة تتكون من قطاعات عدة، بدءاً من الغذاء والدواء مروراً بمستحضرات التجميل ومن ثم الخدمات (أي النقل والخدمات اللوجستية) والخدمات المصرفية والمالية. وتقرّر دمج الصناعات الحلال مع الصناديق الإسلامية إذ لا ينبغي عدّ هذه القطاعات منفصلة كونها مندرجة ضمن مظلة الشريعة نفسها. ترى الورقة أن التعاون مع الصناعة الحلال من قبل المصرفية الإسلامية يمكن أن يؤدي إلى نظام متناغم يدعم كل منهما الآخر. وفي هذه الحالة، فإن النظام المالي الإسلامي - عن طريق الأدوات المصرفية الإسلامية- وأسواق رأس المال سوف توجه تمويلها على

(١) مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي بالجزائر

المدى الطويل إلى صناعة الحلال. ركزت الورقة على صناعة الحلال في ماليزيا. بينت النتائج أن هناك معايير مختلفة لجوانب الحلال التي تعتمدها الهيئات المالية الإسلامية والهيئات المشرفة على صناعة الحلال، إلا أن هناك مجال للتكيف والتكامل فيما بينهما.

6. سعاد صديقي، (٢٠٠٦) دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، دراسة حالة : بنك الجزائر الخارجي - وكالة جيجل-^(١)

تتمثل مشكلة الدراسة في أن الدولة تقوم بتسطير مجموعة من البرامج التي ترجمت في شكل هيئات لتنفيذ سياستها السياحية من جهة، و دعم المستثمرين في القطاع السياحي من جهة أخرى مثل :الوكالة الوطنية للتنمية السياحية. لكن دور هذه الهيئات مرتبط خاصة بالدور الذي تلعبه البنوك العمومية عن طريق تقديمها للقروض المصرفية التي تسمح للمستثمرين من إقامة مشاريعهم السياحية. وتوصلت الدراسة الى أن البنك محل الدراسة في مجال تمويل المشاريع السياحية لم يرق إلى المستوى المطلوب وذلك نظرا للصعوبات التي يواجهها في هذا المجال، وكذلك بسبب العراقيل التي تقف أمام المستثمرين ولا سيما تلك المتعلقة بالحصول على العقار السياحي، لكن يمكن تدارك ذلك عن طريق تسهيل إجراءات الحصول على العقار وتدعيم نشاط البنوك العمومية بمجموعة من البنوك المتخصصة على غرار البلدان ذات الطابع السياحي بإذ تتوافق مع خصوصيات هذا القطاع من إذ نمط التمويل.

بماذا تتميز الدراسة الحالية؟

يتضح من الدراسات المستعرضة الإهتمام الكبير الذي تبديه الدول الإسلامية والباحثون في مجال الصناعة الحلال بشكل عام، والسياحة الحلال على وجه الخصوص، مما يبرز أهمية الموضوع المختار. تتميز الدراسة الحالية بكونها غطت إيضاح مفاهيم الصناعة السياحية ابتداء، ثم التطرق الى السياحة الحلال عن طريق تبيان تميزها عما يسمى بالسياحة الدينية، وفضلاً عن تشخيص أبرز التحديات وكذلك الفرص التي يمكن النهوض بها.

المبحث الأول: صناعة السياحة (مفهومها وخصائصها)

في العقد الأخير من القرن المنصرم برز الى القاموس الإقتصادي مصطلح السياحة الحلال، والذي استحوذ بسرعة فائقة على إهتمامات الدول وكذلك مختلف شركات السياحة

(١) مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري -قسنطينة-كلية العلوم

العالمية والإسلامية. يحاول هذا المبحث تحديد مفهوم ومزايا صناعة السياحة بشكل عام، ومن ثم تبيان خصائصها الإقتصادية، كذلك سيتم تسليط الضوء على تبيان مفهوم السياحة الحلال، والمرور على أنواعها مع إستعراض الأهمية الإقتصادية للسياحة الحلال في وقتنا الحالي.

المطلب الأول: مفهوم ومزايا الصناعة السياحية

رافق التطور السريع في تكنولوجيا الاتصالات والمواصلات، في تسعينيات القرن المنصرم، فضلاً عن التحسن الملحوظ في القوة الشرائية للأفراد، الأمر الذي حدا بالأفراد إلى البحث عن مجالات جديدة لقضاء أوقات فراغهم والاستمتاع بها، فكانت السياحة، التي أصبحت صناعة رائدة تعود بالإيرادات التي تستفيد منها اقتصاديات دول العالم .

امتازت هذه الصناعة خلال هذه المدة بالميزات الآتية^(١) :

- ١- أصبحت صناعة السياحة (نشاطا اقتصاديا) قائما بذاته، مما يبين أهمية السياحة في دعم اقتصاديات الدول، وصارت (خدمة) بعد أن كانت مجرد فكرة.
 - ٢- أسهمت صناعة السياحة في إنقاذ اقتصاديات أكثر من 33 دولة سياحية نامية في جميع أرجاء العالم، بمعنى أنها أصبحت بالنسبة لهذه البلدان المورد الوحيد والأساسي لبقائها ونموها.
 - ٣- بدأ الاهتمام والتعرف على سلوك السائح ودراسته، بصياغة إستراتيجيات تسويقية فعالة في هذا الاتجاه.
 - ٤- دخول صناعة السياحة مرحلة المنافسة الحادة، بعد أن دخلت السوق السياحية منظمات ومؤسسات سياحية كبيرة، الأمر الذي أدى إلى تحسين الأداء السياحي وتنوع الخدمات السياحية وتقليص تكاليف السفر.
 - ٥- زيادة وقت الفراغ أعطى للسياحة دفعا قويا، إذ تضاعفت مساهمة السياحة في الدخل القومي للكثير من بلدان العالم.
- عرف العالم السويسري هونزيمير رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين السياحة، بأنها مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي

في مكان ما بحيث لا يتحول إلى إقامة دائمة ولا ترتبط بنشاط يحقق ربحا للشخص الأجنبي^(١).

وعرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المنعقد في روما عام ١٩٦٣ السياحة بأنها ظاهرة اجتماعية و إنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائم إلى مكان آخر خلال مدة زمنية مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 12 شهرا، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية. والسياحة كالطائر لها جناحان هما السياحة الخارجية والسياحة الداخلية^(٢).

المطلب الثاني: خصائص إقتصاديات السياحة

يشكل قطاع السياحة واحدا من القطاعات المهمة في النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، فهي صناعة متميزة عن غيرها من الأنشطة الاقتصادية بمجموعة من الخصائص أهمها:

- ١- تعدّ السياحة صادرات غير منظورة^(٣)، فهي من الصناعات القليلة التي تقوم بنقل المستهلك (السائح) إلى المكان أو المنطقة السياحية وليس العكس، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات المادية، كما لا يمكن تخزينها كالطاقات الإيوائية أو مقاعد المطعم، فعندما لا يتم إشغال أي غرفة من غرف الفندق يعتبر خسارة له لأنه يدفع مصاريف ثابتة بالإضافة إلا أنه لا يمكنه تخزين الغرفة أو نقلها إلى مكان آخر.
- ٢- صعوبة تحويل المنتجات أو الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر مثل: تحويل فندق إلى مطار خلال مدة قصيرة، لأن تجهيزات الفندق تختلف عن تجهيزات المطار حتى تصميمه، ثم فالعرض السياحي غير مرن في المدى القصير^(٤).

(6) J.Burkart, S.Medlik, Tourism, Past, Present and Future, 2 ème édition, édition

book society heimen annprofetionag, London, 1981, p: 41.

(٢) محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي و الفندقي ، المكتب العربي الحديث ، الإسكندرية ، بدون (سنة نشر) ، ص: ٦٢

(٣) شبايكي حفيظ مليكة ،ملتقى واقع السياحة في الجزائر ،جامعة منتوري قسنطينة ، 27 سبتمبر 2001

(٤) سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي — وكالة جيجل- رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة منتوري- قسنطينة —كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، الجزائر ٢٠٠٦، ص ١٨

- ٣- الموسمية، إذ تمر السياحة بثلاث مواسم يتذبذب الطلب فيها على الخدمات السياحية، وهذه المواسم هي (الذروة، الوسط، الكساد)^(١).
- ٤- تشابك العلاقات في الصناعة السياحية فهي متداخلة ومركبة، أي أنها تشتمل على الكثير من الخدمات السياحية المختلفة مثل: النقل الجوي، الفنادق، محلات بيع التحف... الخ، فكل عنصر فيها يقدم منتج مستقل، والشخص الذي يقدم الخدمة في الفندق يختلف عن الشخص الذي يقدم الخدمة في متاجر بيع التحف هذا ما يتطلب درجة عالية من التنسيق و التعاون بين هذه الخدمات بهدف تقديم منتج سياحي متكامل يؤدي إلى إشباع حاجات السياح وإرضائهم، وأي تقصير في تقديم الخدمة من أحد الأطراف سيؤثر على فعالية باقي الخدمات ثم يؤثر على السياحة^(٢).
- ٥- الصناعة السياحية تتأثر بشكل كبير بالقوى الخارجية (أي من خارج الدولة) كالأضطرابات السياسية، التغيرات في أسعار العملة، التغيرات المناخية.
- ٦- المرونة العالية لقطاع السياحة لكل من السعر و الدخل، أي أن رغبات السائحين و تفضيلاتهم تختلف من مجموعة إلى أخرى باختلاف الدخل، مما يؤدي إلى صعوبة الحصول على الإقناع الجماعي، وصعوبة توفير المنتج المطلوب لكل مجموعة على حدة حسب مستويات الدخل و الأسعار.
- ٧- اعتمادها على الارتباطات الأمامية والخلفية للصناعة، فالمغريات و عوامل الجذب من طبيعة، آثار، مناخ، تاريخ.. الخ، لا تمكن من الحصول على عائدات بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي، هذا الأخير لا يباع إلا بوجود سلع وخدمات مساعدة هي التسهيلات السياحية من مشروعات البنية الأساسية و منشآت الإقامة، ووسائل النقل... الخ^(٣).

المبحث الثاني: مشروعية السياحة الحلال

عند ذكر لفظ الحلال، يتبادر الى الذهن مباشرة نقيضه، وهو الحرام، وقبل الإشارة الى الأحكام المتعلقة بالموضوع، لا بد من التطرق ابتداءً إلى المقصود بالسياحة.

(١) سراب إلياس، حسن الرفاعي و آخرون، تسويق الخدمات السياحية، ط 1، دار المسيرة، الأردن،

2002 ص 14

(٢) فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، ط 1، دار المستقبل، عمان، 2001، ص: ١٢

(٣) سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي — وكالة جيجل - ص ١٩

المطلب الأول: مفهوم السياحة لغة واصطلاحاً

ورد في معجم مقاييس اللغة بأن السين والياء والحاء أصل صحيح، فإنه يدل على استمرار الشيء وذهابه^(١). يقال: سَاحَ فِي الْأَرْضِ يَسِيحُ سِيَّاحًا وَسِيَّاحَانًا، أَي: ذَهَبَ. وَالسِّيَّاحَةُ: الذَّهَابُ فِي الْأَرْضِ لِلْعِبَادَةِ، وَالتَّرَهُّبِ. وَفِي الْمَعْجَمِ الْوَسِيطِ: "السِّيَّاحَةُ: التَّنَقُّلُ مِنْ

بَلَدٍ إِلَى بَلَدٍ طَلَبًا لِلتَّنَزُّهِ أَوْ الْاِسْتِطْلَاعِ وَالْكَشْفِ"^(٢). قَالَ تَعَالَى: (فَسِيَّحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ) (التَّوْبَةُ: مِنْ الْآيَةِ ٢)، وَرَجُلٌ سَائِحٌ فِي الْأَرْضِ وَسَيَّاحٌ^(٣). وَبِهَذَا يَتَضَحُّ أَنَّ السِّيَّاحَةَ جَاءَتْ فِي اللُّغَةِ بِمَعْنَى مُطْلَقِ الذَّهَابِ فِي الْأَرْضِ لِلْعِبَادَةِ أَوْ لِلتَّنَزُّهِ أَوْ الْاِسْتِطْلَاعِ .

أما في المفهوم الشرعي للسياحة: فقد وردت السياحة في القرآن والسنة بمعان متنوعة متعددة وذلك: كما في الصيام: يقول تبارك وتعالى: ﴿التَّائِبُونَ الْعَبِدُونَ الْحَمِيدُونَ السَّاجِدُونَ

الرَّكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيِ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾ (التوبة: ١١٢). ويقول عز وجل: ﴿عَسَىٰ رَبُّهُوَ إِن طَلَّقَكُنَّ أَن يُبَدِّلَهُ أَزْوَاجًا

خَيْرًا مِّنْكَنَّ مُسْلِمَاتٍ مُّؤْمِنَاتٍ قَنَاطَاتٍ تَزِينْنَ لِّعِبَادَتِ سَيِّحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأُبْكَارَاتٍ﴾

(التحریم: ٥)، و"السائحون هم الصائمون"^(٤)؛ والجهد، فقد ذهب ابن كثير، إلى تفسير

(١) معجم مقاييس اللغة، لابن فارس (١٢٠/٣)

(٢) المعجم الوسيط، إبراهيم مصطفى وأحمد الزيات وحامد عبد القادر ومحمد النجار، (١) - ٢/٤٦٧).

المفردات في غريب القرآن، للراغب الأصفهاني، ص ٢٤٦ (٣).

(٤) الطبري، أبو جعفر محمد بن جرير، تفسير الطبري، جامع البيان في تأويل أحكام القرآن، تحقيق محمد محمد شاكر، دار المعارف بمصر، ١٤٢٤هـ، ١٠/٦٦

السياحة في قوله سبحانه: (السَّائِحُونَ) بالجهاد^(١)؛ وكذلك الأمان: كما ورد في الجامع

لأحكام القرآن في تفسير قول الله عز وجل: ﴿فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ

غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ﴾ (التوبة: من الآية ٢)، "أي: سيروا في الأرض مقبلين ومديرين آمنين غير

خائفين أحداً من المسلمين بحرب ولا سلب ولا قتل ولا أسر^(٢)؛ وجاء في معنى السائحون،

السير في الأرض.

فقد وردت السياحة في كلام الشارع بمعنى السير في الأرض ومن ذلك ما تقدم في

المعنى الثالث في قوله سبحانه: (فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ) فالمراد هو السير في

الأرض.

قال ابن حجر: "فسيحوا: فسيروا"^(٣)؛ وجاءت أيضا بمعنى الهجرة. قال بعض المفسرين في

قوله سبحانه: (السَّائِحُونَ) وقوله: (سَائِحَاتٍ) هم: المهاجرون والمهاجرات^(٤).

وغالبا ما يترادف مصطلحي السياحة و السفر، فالسين والفاء والراء أصل واحد يدل

على الانكشاف والجلء، سمي بذلك لأن الناس ينكشفون عن أماكنهم، والسَّفر:

(١) تفسير ابن كثير

(٢) القرطبي ٤ / ٦٤

(٣) ابن العربي مثله في أحكام القرآن (٢/ ٨٩٤)

(٤) فتح القدير، للشوكانى (٢/ ٥٧٧ - ٥/ ٣٣٣)

لمسافرون^(١).

وتنقسم السياحة (السفر) في الإسلام الى قسمين^(٢):

١- السفر (السياحة) المباح:

وهو ما يشمل الواجب، والمندوب، والمكروه، ويتعدد هذا القسم باعتبار مقاصده، والتي منها الهجرة (كالخروج من دار الحرب الى دار الإسلام، والخروج من ارض غلب عليها الحرام، والفرار من الإذاية على البدن أو المال، وخوف المرض)، وسفر العبرة، وقصد البقاع الكريمة، وسفر الجهاد في سبيل الله، وسفر المعاش، وسفر التجارة، والسفر في طلب العلم، والسفر لزيارة الإخوان في الله تعالى.

٢- السفر الممنوع، أي: سفر المعصية، وهو ما انشئ لأجل المعصية، كقطع الطريق أو البغي، أو لارتكاب المحرمات.

المطلب الثاني: مفهوم السياحة الحلال

عرف علاء البشبيشي (السياحة الحلال).. منتج جديد في مجال صناعة السياحة، يوفر 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 أيضاً رحلات جوية لا تُقدّم على متنها المشروبات الكحولية أو لحوم الخنزير، وتعلن عن أوقات الصلاة، وتعرض برامج دينية ترفيهية، وتوفّر مصاحف في جيوب المقاعد - مع إمكانية توفرها على الهاتف النقال في الوقت الحاضر-، وأماكن خاصة تتيح الفصل بين المسافرين الذكور والإناث.^(٣)

وعرفت أيضاً بكونها (أي كائن أو عمل سياحي موافق للتعاليم الإسلامية يمكن استخدامه أو (يسمح بإشراك المسلمين) في صناعة السياحة "^(٤)). يُعدّ التعريف

(١) ابن فارس، ٣ / ٨٢

(٢) هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة وآثارها، دراسة شرعية مقارنة، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية، الدمام، ط١، ١٤٢٤هـ، ص ٥٢-٥٤

(٣) (<http://taseel.com/front>)

(٤) Battour, M., & Ismail, M.N., Halal Tourism: Concepts, practices, challenges and future, Tourism Management Perspectives (2015),

<http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>

بالشريعة الإسلامية كأساس لتقديم المنتجات السياحية والخدمات للعملاء المستهدفين الذين هم أساسا (المسلمين)، مثل الفنادق الحلال (الفنادق المتوافقة مع الشريعة الإسلامية)، المنتجعات الحلال، المطاعم الحلال، والرحلات الحلال. كما يدعي التعريف أن موقع النشاط لا يقتصر على العالم الإسلامي. ولذا فهو يشمل الخدمات والمنتجات المصممة للمسلمين المسافرين الى الدول الإسلامية وغير الإسلامية وعلاوة على ذلك، فإن التعريف لا يعد الغرض من السفر ان يكون دينيا بالضرورة، بل من الممكن ان يشتمل على أي من الدوافع العامة للسياحة.^(١) يتضح من التعاريف السابقة أن السياحة الحلال، تحقق الآتي:

١- مما يدفع به الشبهات.

٢- لا تتقاطع مع الدين ولا تدفع إلى إثارة الشهوات.

٣- تدخل ضمن سفر العبرة والسياحة في أرض الله للتعرف على نعمه ومخلوقاته. يقول الله تبارك وتعالى مخاطباً النبي المصطفى محمد صلوات الله وسلامه عليه،

﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ﴾ سورة العنكبوت الآية ٢٠.

وعلى الصعيد العالمي، فقد شهد نجاح منصات مثل Airbnb ، ومع هذا الزخم فقد بدأت منصات الرحلات السياحية الحلال الجاذبة للمسلمين في الظهور مثل Bookhalalhomes و Tripfez وبدأت منتجعات الشواطئ الجاذبة للمسلمين في الظهور كشريحة مرتفعة النمو مع إنفاق المسلمين لما يقرب من 28 مليار دولار على منتجعات الشواطئ في عام 2014. وفيما تعد تركيا أكثر الأسواق الراسخة لتلك المنتجعات الشاطئية، إلا أن هناك دولا غير إسلامية مثل تايلاند بدأت في السعي تجاه تلبية احتياجات قطاع السياحة الإسلامي الحلال، وسيستمر هذا القطاع كقطاع مربح وجاذب للاستثمارات في المستقبل القريب.^(٢)

كما أن هناك مفهوما اقتصاديا وثقافيا للسياحة الحلال. إذ يركز المفهوم الاقتصادي للسياحة الحلال على إدراج أسواق ووجهات سياحية جديدة. وهذا المفهوم من بين المفاهيم الأكثر طرحا للنقاش سواء في البلدان الإسلامية أو غير الإسلامية كما أنه من أكثرها إدراكا من أفراد هذه المجتمعات. فيعدّ الفاعلون الرئيسون في مجال السياحة أن الدول الإسلامية من الأسواق السياحية الناشئة التي تتوافر على إمكانات اقتصادية وديموغرافية ووجهات

IBID(١)

Battour, M., & Ismail, M.N., Halal Tourism: Concepts, practices.... (٢)

مهمة. وهناك الكثير من المحافل الإقليمية والدولية المعنية بطرح النقاشات حول الأبعاد الاقتصادية لسوق السياحة الإسلامية والتوسع فيها، من قبيل المؤتمر الإسلامي لوزراء السياحة (ICMT) والمجلس العربي لوزراء السياحة (ACM) فقد قدم الاجتماع الثالث للمؤتمر الإسلامي لوزراء السياحة رؤية جديدة في هذا الصدد عن طريق اعتماد "إعلان الرياض" الذي يهدف إلى تسهيل إجراءات الحصول على التأشيرة وتعزيز الاستثمار السياحي فيما بين دول منظمة التعاون الإسلامي وتنظيم فعاليات تسويقية مشتركة وتوفير آليات لتسهيل إحياء التراث الثقافي الإسلامي.^(١)

أما المفهوم الثقافي للسياحة الحلال فيتضمن الرؤى والأفكار التي تحدد إدراج المواقع الثقافية الدينية والإسلامية في البرامج السياحية مع عناصر "بيداغوجية" وبناء الثقة بالنفس. وتتجلى غايته في تشجيع إعادة التوجيه في الوجهات السياحية من المواقع الأقل استهلاكاً والمشحونة بـ "الثقافة الغربية" نحو المواقع الإسلامية التاريخية والدينية والثقافية.^(٢) أما أنواع السياحة الحلال فيمكن تقسيمها بحسب معايير مختلفة، ويمكن إستعراضها عن طريق الشكل رقم (١).

الموضوع الآخر الذي يثار هو حول السياحة الدينية وعلاقتها بالسياحة الحلال؟ يرى بعضهم، أنه ليس في الإسلام ما يسمى بـ "السياحة الدينية"، مثلما هو موجود لدى أصحاب الديانات القائمة على الرهبانية، مضيقاً أن المقدس هو ما قدسه الله، والآثار القديمة ليست مما يعظم، ومن ثم فالنظرة إليها تكون مثل غيرها من المعالم السياحية الأخرى. و أن الشعائر والمشاعر المقدسة هي التي عظمها الإسلام، وليست في حكم الآثار، ولا يليق إطلاق اسم «سائح» على من قصد الحج والعمرة والزيارة.^(٣)

وهذا هو رأي الكثير من العلماء والمصلحين من السياحة الدينية؛ بسبب أنها في الغالب تطلق على زيارة أضرحة الصالحين لدعائها وطلب الحاجات منها، مما يروج لبعض الشبهات، لكن هل يعني وجود الممارسات الخاطئة، واستخدام اسم السياحة الدينية، يجعلنا نرفض هذا المصطلح بإطلاق؟ أرى أن السياحة الدينية لا يمكن رفضها بإطلاق ولا قبولها

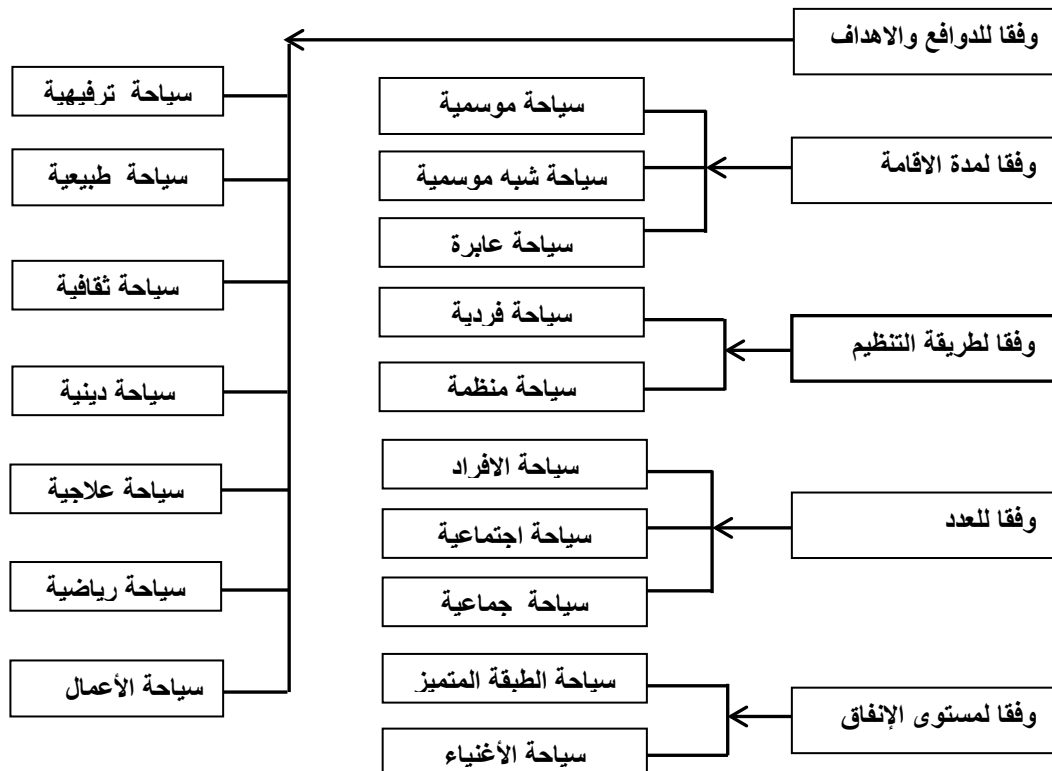
(١) منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي إطار : 2.2 مفاهيم عامة للسياحة الإسلامية، ٢٠١٧، ص ٥

(٢) المصدر نفسه

(٣) عبدالله الطريقي، موقع المسلم، <http://almoslim.net/node/149138>

إلا بما ورد في الشرع^(١).

شكل (١)
أنواع السياحة الحلال بحسب المعيار^(٢)



(١) <http://iswy.co/e14fhu>

(٢) عمل الباحث بالاعتماد على سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، ص ٢٧

لذا يمكن تعريف السياحة الدينية بكونها، هي تلك الاجراءات الموجهة الى تمكين معينين من أداء شعائر دينية، حددتها الشريعة الإسلامية هي (مكة والمدينة والمنورة والمسجد الأقصى).

مما سبق يمكن القول أنّ هناك ولا سيما وعموما ما بين السياحة الدينية والسياحة الحلال، فكلاهما يتبعان الضوابط الشرعية، وتخص المسلمين، وتعود بالنفع على الاقتصاد الوطني. أما الخصوص فغالبا ما تتعلق السياحة الدينية بنسك محدد ومكان محدد ووقت محدد كالحج مثلا، والنطاق أوسع فيما يخص العمرة والمسجد الأقصى من إذ الوقت. أما السياحة الحلال، فلا تحدد بمكان أو زمان، ولا تقترن بعبادة معينة.

كما أنه يمكن استخدام مصطلحي "النية" و "الدافع الإسلامي" للتمييز بين السياحة الإسلامية والسياحة الحلال^(١).

المطلب الثالث: حكم السياحة

يتضح مما سبق تنوع السياحة بين المباحة والممنوعة، أنّ من المباح السياحة في الأرض (سفر العبرة)، للتفكر في خلق الله سبحانه وتعالى.

لم يكن سفر السياحة شائعا عند الفقهاء، إلا إنه يمكن التعرف على آرائهم عن طريق تناولهم لمسألة الهجرة، إذ يمكن القياس عليها. ويمكن حصر رأي أهل السنة والجماعة في الموضوع على النحو الآتي^(٢):

ذهب الشافعية والحنابلة الى التفصيل فقالوا: إن كان المسلم قادرا على إظهار دينه في دار الكفر ولم يخف الفتنة في الدين، فالهجرة في حقه غير واجبة ولكنها مستحبة، لئلا يكثر سواد الكفار وليتخلص من مخالطتهم ورؤية المنكر بينهم..^(٣)

أما أبو حنيفة، فإنه يرى إن الهجرة كانت واجبة قبل فتح مكة، إلا أن الوجوب نسخ لقوله صلى الله عليه وسلم (لا هجرة بعد الفتح).^(١)

(١) Erhan_Boğan, Mehmet_Sarıışık, Halal tourism: conceptual and practical challenges, Journal of Islamic Marketing, Vol. 10 No. 1, pp. 87-96 (2019),

(٢) يود الباحث أن يعبر عن خالص امتنانه لتوجيه السيد المحكم، في عرض المسألة، فجزاه الله عني كل خير

(٣) روضة الطالبين ٢٨٢/٣؛ نهاية المحتاج ٧٧/٨؛ المغني ٥٧/٨

نقل ابن رشد والونشريسي عن مذهب الامام مالك أن الهجرة عندهم من بلاد الكفر واجبة^(٢).

يتلخص مما تقدم وجود مذهبين هما:

أولاً: مذهب الجمهور وهو الإباحة بشروط:

أ- أن يكون سبب السفر أمراً مباحاً أو واجباً؛

ب- أن يأمن المسافر على دينه ونفسه وعرضه وأبنائه؛

ت- أن يتمكن من إظهار دينه هناك، بحيث يظهر شعائر الإسلام دون منع.

ثانياً: المنع مطلقاً، وهو رأي المالكية.

التفصيل، أي: إذا كان المسلم يأمن على دينه حقيقة، أو تحقق له في السفر إلى دار الكفر مصلحة فالسفر مشروع، وقد يكون واجباً للحصول على علم لا يتوفر في دار الإسلام. ومع يقين الباحث أن أحكام الهجرة تختلف عن أحكام السياحة، لعل أشهرها تطلب الأولى الإقامة الدائمة، بينما لا تتطلب الثانية ذلك، إلا أن هذه الأحكام ممكن أن ترسم ضوابط للسياحة الحلال أهمها أن يكون السفر مباحاً وأن يأمن السائح المسلم على دينه ونفسه وعرضه وأبنائه، وأن يتمكن من إظهار دينه.

كذلك اختلف الفقهاء المعاصرين في موضوع السفر إلى بلاد المسلمين وإلى بلاد الكفار بقصد العبرة أو النزهة والمتعة. فقد ذهب كل من محمد بن صالح العثيمين وصالح الفوزان إلى عد ذلك مظهراً من مظاهر موالاته الكافرين، قال الفوزان: يحرم السفر إلى بلاد الكفار، ويجوز عند الضرورة^(٣)، ويشترط لجواز هذا السفر أن يكون مظهراً لدينه، معتزاً بإسلامه، مبتعداً عن مواطن الشر، حذراً من دسائس الأعداء ومكائدهم، وكذلك يجوز السفر أو يجب إذا كان لأجل الدعوة إلى الله ونشر الإسلام.

واشترط ابن عثيمين للسفر إلى بلاد الكفار ثلاثة شروط فقال:

١- أن يكون عند الإنسان علم يدفع به الشبهات.

٢- أن يكون عنده دين يمنعه من الشهوات.

٣- أن يكون محتاجاً إلى ذلك.

وأضاف: فإن لم تتم هذه الشروط، فإنه لا يجوز السفر إلى بلاد الكفار، لما في ذلك من

(١) المبسوط للسرخسي ٦/ ١١؛ بدائع الصنائع للكاساني ١/ ٣٨٨

(٢) المقدمات والمهملات لابن رشد ٢/ ١٥١؛ المعيار المغربي للونشريسي ٢/ ١٢١

(٣) كالعلاج والتجارة والتعلم (الولاء والبراء للشيخ صالح الفوزان ص ٩)

الفتنة أو خوف الفتنة، وفيه إضاعة المال، لأن الإنسان ينفق أموالاً كثيرة في هذه الأسفار... وأما السفر للسياحة في بلاد الكفار، فهذا ليس بحاجة، وبإمكانه أن يذهب إلى بلاد إسلامية، يحافظ أهلها على شعائر الإسلام^(١). وقد رجح ذلك ناقور في رسالته العلمية للماجستير^(٢). إلا أن بعض المجامع الفقهية قد أجازت السفر للسياحة منها، دار الافتاء المصرية، ودار الافتاء الأردنية^(٣)، وكذلك المجلس الأوروبي للإفتاء^(٤)، وغيرها من دور الافتاء والعلماء. هذه الأمور تجعل من السياحة الحلال مباحة والله أعلم، وإذ أن هناك إنفاق للسفر في هذا النوع من السياحة فإن الأولى إنفاق هذه الأموال في بلاد المسلمين، وعدم تقوية شوكة بلاد الكفر، خاصة إذا ما علمنا أن بلادنا الإسلامية هي بحاجة إلى هذه الأموال. تستهدف السياحة الحلال عمومًا الأشخاص الذين يؤمنون بالإسلام، على الرغم من وجود عوامل جذب عالمية مثل الأسعار العادلة والسلام، والأمن، البيئة الودية والصحية ولكن يبقى العامل الأساس هو التمسك بمبادئ الإسلام^(٥). وللسياحة الحلال ضوابط لا بد من الالتزام بها تتمثل في (المشروعية، و أن تكون من الطيبات، وملتزمة بالقيم الأخلاقية، والسلوكيات المهنية السوية، وتتبع فقه الأولويات الإسلامية، وتراعي الاتقان والاحسان، وتحافظ على الفرائض والواجبات المشروعة)^(٦). يعد السفر بالنسبة للمسلمين عادة قديمة تمثل جزءًا لا يتجزأ من وعيهم، إذ كان أكثر الرجال سفرًا في التاريخ الرحالة ابن بطوطة، الذي جاب العالم على مدار ثلاثين عامًا جديرة بالملاحظة. بينما قطع علماء المسلمين مثل محمد البخاري مسافات طويلة للدراسة وطلب العلم.

(١) محمد بن صالح العثيمين، شرح الأصول الثلاثة، دار النشر للثريا، ط١، ١٤٢٠هـ، ص ١٣١

(٢) هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة وآثارها، مصدر سابق، ص ١٨٦

(٣) رقم الفتوى ٢٨٧٠ في ٣ / ٢ / ٢٠١٤

(٤) وذلك في دورته السادسة عشر في استانبول، تركيا ٧-١٣ جمادى الآخرة ١٤٢٧هـ / ٣-٩ تموز ٢٠٠٦

(٥) Fadli Muhammad, Patterns of Islamic Banks Financing to Increase the Number of Halal Tourism and the Local Generated Income (PAD) Growth In Indonesia, FALAH Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 4, No.1, Februari 2019, ١٣p.

(٦) بو صفصاف فوزية، استراتيجية تسويق السياحة الحلال في الدول الإسلامية: دراسة حالة ماليزيا، بحث مقدم إلى أعمال المؤتمر العالمي الخامس للتسويق الإسلامي، كوالالمبور، ٢٢-٢٤ / نيسان، ٢٠١٤.

مما سبق يتضح بأن الفقهاء المعاصرين قد اختلفوا في جواز وتحريم سفر السياحة، والذي يراه الباحث بعد استطلاع آراء الفقهاء والعلماء المعاصرين هو جواز سفر السياحة بضوابط تم ذكرها آنفاً.

المبحث الثالث: آفاق تطوير السياحة الحلال

بعد تحديد مفهوم السياحة الحلال وتبيان حكمها، لا بد من التطرق الى الأهمية الاقتصادية للسياحة الحلال، ومن ثم تبيان الفرص والتحديات التي تجابه هذا القطاع، فضلاً عن التطرق الى امكانيات النهوض بهذا القطاع، وهذا ما سيتناوله هذا المبحث.

المطلب الأول: الأهمية الاقتصادية للسياحة الحلال

تحولت عادة السفر والسياحة اليوم إلى قطاع السياحة الحلال النامي. إذ يقدر إنفاق الجالية المسلمة على مستوى العالم إجمالي 151 مليار دولار على السفر عام 2015 (باستثناء الحج والعمرة) محققاً نمواً بنسبة 4.9 % مقارنة بالعام الماضي وأعلى من معدل نمو السوق العالمي الذي بلغ 3 % . كما تقدر إيرادات خدمات السياحة الصديقة للمسلمين بقيمة 24 مليار دولار للعام نفسه.^(١)

بحسب تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي ٢٠١٦/٢٠١٧، بلغ حجم السوق الإسلامي لقطاع السياحة الحلال لسنة ٢٠١٥، ١٥١ مليار دولار أمريكي، مشكلاً حصة قدرها ١١,٢ % من حجم السوق العالمية للسياحة. وعلى وفق التقرير نفسه، فقد تربعت الإمارات العربية المتحدة على المركز الأول في كونها من الدول الأكثر تقدماً في قطاع السياحة الحلال، جاءت بعدها ماليزيا، ثم تركيا، فنسغافورة، فالأردن.^(٢)

بلغ إنفاق منظمة التعاون الإسلامي في سوق السياحة ١٠٨,٨ مليار دولار أمريكي، بينما بلغ حجم الإنفاق من خارج سوق منظمة التعاون الإسلامي ٤٢,٣ مليار دولار أمريكي وذلك سنة ٢٠١٥. فيما أنفقت دول مجلس التعاون الخليجي ٥٤,٣٩ مليار دولار أمريكي، ومع أن عدد مسافريها لا يشكل سوى ٣ % من إجمالي المسلمين في العالم، إلا أنهم يمثلون ٣٦ % من الإنفاق خلال السفر عام ٢٠١٥.^(٣)

(١) تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي ٢٠١٦/٢٠١٧، ص ١٥

(٢) تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي ٢٠١٦/٢٠١٧، ص ١٦

(٣) المصدر نفسه

يعد سوق السياحة الإسلامي واحدا من أسرع القطاعات نموا في قطاع السياحة العالمي. وفي عام ٢٠١٥، قدر أن هنالك ١١٧ مليون مسافر مسلم عالمي. ومن المتوقع أن ينمو هذا الرقم ليصل إلى ١٦٨ مليون مسافر بحلول عام ٢٠٢٠، وقد تتجاوز نفقات السفر للمسافرين المسلمين الـ ٢٠٠ مليار دولار أمريكي^(١).

و قدر عدد المسافرين الدوليين المسلمين في عام ٢٠١٦، ١٢١ مليونا، وعدلت التقديرات المتوقعة للنمو لتصبح ١٥٦ مليونا بحلول عام ٢٠٢٠، إذ من المتوقع أن تصل نفقات السفر للمسافرين المسلمين إلى ٢٢٠ مليار دولار. ومن المتوقع أيضا أن يصل إجمالي نفقات السفر الإسلامي إلى ٣٠٠ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٦^(٢).

تأثر قطاع السياحة في بلدان منظمة التعاون الإسلامي أيضا تأثر جراء تفشي جائحة كورونا، وشأنه في ذلك شأن باقي بلدان ومناطق العالم. فالأرقام تشير إلى أن عدد السياح الدوليين الوافدين على بلدان المنظمة في 2020 بلغ 70.4 مليون سائح، وهو رقم أقل بكثير عن توقعات خط الأساس المتمثلة في 277.8 مليون سائح. كما أن الجائحة حرمت بلدان المنظمة من توليد 233.3 مليار دولار أمريكي من عائدات السياحة، ولم تسمح الظروف السائدة سوى بحصد 77.8 مليار دولار أمريكي كإيرادات من السياحة في 2020، وهذا يعني خسارة ما يقدر بقيمة 155.5 مليار دولار أمريكي من إيرادات السياحة في مجموعة بلدان المنظمة بسبب التدابير المعتمدة لاحتواء الجائحة ومجموعة من القيود التي تفرضها البلدان في جميع أنحاء العالم. وحسب البيانات المؤقتة الصادرة عن منظمة السياحة العالمية، تراجع متوسط عدد السياح الوافدين إلى مجموعة بلدان المنظمة في 2021 بنسبة % 78.7، وبذلك انخفضت الإيرادات بنسبة % 62.9 مقارنة بعام 2019. وبسبب الجائحة، تراجع متوسط مساهمة السياحة في العمالة في بلدان المنظمة من % 7.5 المسجل في 2019 إلى % 6.2 في 2020، وهو ما يمثل خسارة تقدر بمقدار 8.6 مليون وظيفة. وبلغ الحجم التقديري للخسارة في الناتج المحلي الإجمالي الناتج عن قطاع الأسفار والسياحة مبلغ 293 مليار دولار أمريكي في 2020 في بلدان المنظمة. ومن إذ عائدات الأنشطة

(١) Global Muslim Travel Index 201٦ (GMTI 201٦) & By MasterCard , Crescent Rating
March 201٦ ,p.4٦

(٢) Global Muslim Travel Index 201٧ (GMTI 201٧) & By MasterCard , Crescent Rating
May 201٧ ,p.3٧

السياحية فيما بين بلدان المنظمة، بلغ حجم الخسارة ما يقدر بمبلغ 56.6 مليار دولار أمريكي بسبب تراجع يناهز قيمة 89 مليون في عدد السياح الوافدين فيما بين بلدان المنظمة عام 2020 وعلى نفس النحو، أسفرت الجائحة عن تراجع بنسبة % 70.1 في حجم سوق السياحة الإسلامية في 2020 في مجموعة بلدان المنظمة.^(١)

المطلب الثاني: التحديات والفرص التي تجابه السياحة الحلال

حدد تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي ٢٠١٦/٢٠١٧ أبرز التحديات التي تجابه قطاع السياحة الحلال بالآتي:^(٢)

- ١- التمويل والقيود المالية: باعتبارها أحد العناصر الناشئة حديثا في صناعة السياحة العالمية، فلم تتلق السياحة الإسلامية موارد مالية كافية، وربما سيدفع تزايد قصص النجاح بالمستثمرين إلى إيلاء الاهتمام الواجب بهذا القطاع الناشئ عن طريق النظر في إمكاناته وحجم سوقه المتزايد.
- ٢- ضعف العلاقات التجارية، وكونها قيد التطوير.
- ٣- قدرة السوق على إستيعاب المسلمين وغير المسلمين.
- ٤- إنخفاض حجم الوعي بالسياحة الحلال في دول منظمة التعاون الإسلامي.
- ٥- عدم وجود معايير ومصطلحات محددة للصناعة. إذ لا توجد أية معايير وشهادات عالمية موحدة تخص الحلال في الصناعة السياحية. وفي الواقع، ليس هناك هيئة رسمية على المستوى الوطني في معظم بلدان منظمة التعاون الإسلامي لمنح الشهادات للفنادق والوجهات وفقا للمتطلبات الإسلامية.
- ٦- ضعف الجانب التشريعي.
- ٧- إنخفاض حصص الملكية الخاصة في السياحة الجاذبة للمسلمين.
- ٨- مشاكل تتعلق بتطوير تسويق السياحة الحلال^(٣).

(١) منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سييسرك)، السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي 2022 الآفاق والتحديات في ظل جائحة كوفيد-١٩، ص ص iii - iv

(٢) تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي ٢٠١٦/٢٠١٧، ص ١٧؛ منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، ص ٩

٩- النوع الاجتماعي: في كثير من البلدان ذات الأغلبية المسلمة، يعتبر تشغيل الإناث في القطاع السياحي مشكلة لأسباب اجتماعية وثقافية مختلفة. وعلاوة على 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.

١٠- التفاوتات في تأثير القيم والمعتقدات الإسلامية: هناك فوارق شاسعة فيما بين دول منظمة التعاون الإسلامي بشأن فهم القيم والمعتقدات الإسلامية وأثرها على الأفراد، وتنعكس هذه التفاوتات القائمة بدورها في سياساتها الخاصة بتنمية قطاعها السياحي. ففي الوقت الذي تتعامل فيه بعض دول المنظمة بأريحية تجاه السياح وترحب بهم على أحسن وجه، تتحلى بعضها بنوع من التحفظ ولا تبدي اهتماما بليغا بهم.

أما أبرز الفرص المتاحة أمام نهوض السياحة الحلال، فقد حددها التقرير بالآتي: (٢)

- ١- زيادة الطلب على المنتجات الشاطئية الجاذبة للمسلمين.
- ٢- توجه دول مجلس التعاون الخليجي الى صناعة السياحة بسبب انخفاض أسعار النفط.
- ٣- الاعتماد القوي على الأغذية الحلال.
- ٤- اعتماد الأنشطة التجارية الخاصة بالضيافة الحلال.
- ٥- وجود رغبة في التمويل الجماعي للمشاريع الناشئة.
- ٦- التقارب بين قطاعات الطعام الحلال والتمويل الإسلامي.
- ٧- المنتجات السياحية المبتكرة: هناك فرص أمام بلدان منظمة التعاون الإسلامي لدمج الأسفار بغرض الحج وتجارب السفر الدينية التقليدية مع الأنشطة المتعلقة بالثقافة والتراث لتحضير رزم سياحية فريدة ومبتكرة . وبالنسبة للوجهات التي تتوافر على

(١) Ranea Qaddahat, Farouk Attaalla, Mostafa Mahmoud Hussein, Halal Tourism: Evaluating Opportunities and Challenges in the Middle East "Jordan and Egypt", (2016), Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University, Vol. (10), No. (2/2), September, p.383

(٢) تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي ٢٠١٦/٢٠١٧، ص ١٧.

مواقع تراثية وإسلامية، فإن هناك فرصة أكبر لتطوير إمكاناتها وتسويقها عن طريق تصميم برامج سياحية ثقافية ملائمة للمسلم.^(١)

٨- وسائل الإعلام الاجتماعية: يوفر الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية منصة اتصال مهمة لتقديم وتحديد وتسويق العلامات التجارية والمنتجات والخدمات الخاصة بالسياحة الإسلامية لفئة أكبر من الجمهور المستهدف^(٢).

المطلب الثالث: متطلبات تمكين السياحة الحلال

للهوض بهذا القطاع المتنامي، لا بد من اتخاذ مجموعة من الاجراءات، فلم تعد استراتيجية تسويق السياحة اليوم مقتصرة على كونها مجرد ممارسات ووظائف، بل تعدى ذلك لتصبح فلسفة فكرية، وأسلوب إداري متنوع المهام، ومن بين الدعائم الرئيسية التي تسهم في تنمية قطاع السياحة الحلال وترقية منتجاته، الآتي^(٣) :

- ١- ضمان حماية وأمن للسائحين على اختلاف جنسياتهم وأديانهم وأعراقهم، خلال مدة تواجدهم وسياحتهم في البلد، وهو أمر دعا تعهد الشرع الحنيف باعتبارهم أهل عهد.
- ٢- توفير كل مستلزمات الرعاية والعناية وكافة أنواع وأشكال الخدمات الأخرى، (الطبية، الطعام والشراب، النظافة، المساكن المريحة، ووسائل النقل) للسائحين.
- ٣- ضرورة تغطية الجانب الإعلامي لأنشطة السياحة الحلال، عن طريق استغلال القنوات

التلفزيونية، والمجلات الدورية، والمواقع الإلكترونية، لإعلام وتوعية كل من الزبائن والمستثمرين بالفرص المتاحة في هذا المجال.

- ٤- اتخاذ سياسات وخطط إستراتيجية للتكفل بفئة السياحة الحلال من قبل الشركات السياحية والمتعاملين الاقتصاديين في المجال السياحي، عن طريق اعتماد نظام حزمة

(١) منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، ص ١١

(٢) المصدر نفسه

(٣) محمد طلال عادل الشخيلي، منتجات الاقتصاد الإسلامي ودورها في تلبية متطلبات العصر، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الشريعة- جامعة تكريت، ٢٠٢٢، ص ص ٥٦١-٥٦٢؛ ثابتي الحبيب، بن عبو الجيلالي، ترقية منتجات السياحة الحلال في الجزائر، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، لندن- المملكة المتحدة، المجلد 2، العدد 1، شباط 2013 م - ربيع الأول 1434 هـ، ص 1؛ فوزية بوصفصاف، تسويق السياحة الحلال، آفاق وتحديات دراسة مقارنة بين ماليزيا وفرنسا، مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 3، العدد 4، حزيران 2018 م، ص 280. 281

المنتجات (Package)، كون المنتج السياحي ذات طبيعة خاصة، إذ يشتمل على مجموعة كبيرة من السلع والخدمات التي يتعذر فصلها عن بعض، مثل (النقل، الإيواء، الطعام، الترفيه، التوجيه).

٥- توفير نشرات تعريفية تنقل صورة حسنة ومشرفة عن البلاد الإسلامية للوافدين من خارج البلاد، لينقلوها إلى غيرهم عند عودتهم إلى دولهم.

٦- إعداد أشخاص كفؤين ومؤهلين، يقومون على خدمة السياح والوفود الأجنبية، وينقلون لهم كامل المعلومات بدقة وموضوعية، كالمترجمين والمرافقين السياحيين، الذين يتطلب منهم إلماماً بالثقافة السياحية، والقدرة على التفاعل والتعامل مع السائحين منذ وصولهم حتى مغادرتهم.

٧- ينبغي على الرحلات السياحية التي تتسم بالحلال، الإلمام بالمعلومات التي تتطلبها الرحلة، من حيث توفرها وموقعها واستكشافها، كمحلات التسوق الحلال، والمعالم السياحية والتاريخية والمحميات الطبيعية، لذلك يجب على مرشدين السياح المسلمين أن يعرفوا الإحتياجات الخاصة لهذه الشريحة من المسافرين، من أجل تصميم حزم رحلات بشكل فعال، كي تتواءم ورغبات طالبي السياحة الحلال.

٨- توفير الخرائط التي تشير إلى مواقع المرافق الإسلامية، أو المواقع الطبيعية أو المحميات الطبيعية، مع توفير جداول زمنية للإبلاغ عن مواعيد أوقات الصلاة (وأماكنها في المطارات والفنادق والحدائق).

٩- تنظيم فعاليات خاصة بالسياحة الإسلامية: فهناك حاجة لعقد مؤتمرات وورشات عمل ومنتديات خاصة على المستوى الوطني ومستوى منظمة التعاون الإسلامي لتقديم المنتجات والخدمات ذات الصلة بالسياحة الإسلامية والترويج لها. فضلاً عن ذلك، ينبغي أيضاً تنظيم مناسبات لجمع الفاعلين الرئيسيين في سوق السياحة الإسلامية لتبادل الخبرات وأفضل الممارسات وطرح الأفكار حول السياسات والاستراتيجيات المستقبلية المشتركة^(١).

الخاتمة:

تبين من البحث اضطلاع صناعة السياحة الحلال بأهمية اقتصادية بالنسبة للدول بشكل عام، والإسلامية على وجه الخصوص. لذا فإن الباحث يقترح الآتي:

(١) منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، ص ١١

١- في ضوء تداعيات أزمة كوفيد -١٩، التي بدت بوادر تشافيه في الأفق بإذن الله تعالى قريبا، ينبغي على العالم الإسلامي عامة والعالم العربي على وجه الخصوص زيادة الاهتمام بهذا القطاع، كونه يعكس رغبة العائلة المسلمة بالحفاظ على تقاليدھا والتزاماتها الإسلامية.

٢- يعد التمويل واحدا من أهم التحديات التي تجابه نمو صناعة السياحة الحلال، الأمر الذي يحتم البحث عن مصادر متنوعة للتمويل. وفي هذا المجال ينبغي البحث عن شراكات تمويلية من إذ الاستثمار في هذا القطاع من جهة، أو من إذ تشجيع القطاع المصرفي على تقديم عروض لعملائه كي يتم الترويج للسياحة الحلال عن طريق توفير قروض أو تسهيلات مالية مناسبة، تساعد الزبون لاقتناء خدمة السياحة الحلال، وقد يكون السبق للمصارف الإسلامية وذلك عن طريق توائم أهداف كلا القطاعين، وتيسير التسهيلات المصرفية للزبائن عن طريق المراجعة المعقولة، أو عن طريق إجارة الخدمة الموصوفة بالذمة التي لا تتسم بأي شبهة من إذ المعاملات.

٣- تطوير الملاكات العاملة في القطاع السياحي، وإذ أن عامل التعقيم والنظافة، يبقى هاجس الزبون، ينبغي على العاملين في هذا القطاع إبراز أهمية هذا الموضوع عمليا وإعلاميا، والسعي لإقناعه بأن هذا القطاع لا يدخر جهدا من أجل توفير جلّ سبل السلامة لخدمة المسافرين.

٤- توجيه الأنظار الى النقل البحري، الذي تعد ثقافته متواضعة نسبيا في عالمنا العربي، لما له من فرص ربحية للقطاع من جهة، وكونه يمثل كلفة إقتصادية أقل بالموازنة مع وسائل النقل الأخرى للمسافر، ولما يتمتع به من متعة وتسلية للمسافرين عن طريق النقل البحري.

لا يمكن الإحاطة بكل جوانب الموضوع في ضوء هذه الورقة الموجزة، ولعل البحث تمكن من تسليط الضوء على قطاع مهم يمكن أن يسهم في تعزيز الاقتصادات الإسلامية، وفي توفير الرفاهية للفرد المسلم دون الإخلال بالتزامه الشرعي، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

قائمة المصادر:

بعد القرآن الكريم

١. الراغب الأصفهاني، (٢٠٠٩)، مفردات الفاظ القرآن، المحقق: صفوان عدنان داوودي، دار القلم
٢. ثابتي الحبيب و بن عبو الجيالي (٢٠١٣)، ترقية منتجات السياحة الحلال في الجزائر، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، لندن - المملكة المتحدة، المجلد ٢، العدد ١، شباط ٢٠١٣ م - ربيع الأول ١٤٣٤ هـ
٣. سمارة، فؤاد رشيد(2001)، تسويق الخدمات السياحية، ط1 ، دار المستقبل، عمان،
٤. شبايكي، حفيظ مليكة (2001) ، ملتقى واقع السياحة في الجزائر، جامعة منتوري قسنطينة، 27 سبتمبر

٥. الشبخلي، محمد طلال عادل (٢٠٢٢)، منتجات الاقتصاد الإسلامي ودورها في تلبية متطلبات العصر، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الشريعة- جامعة تكريت،
٦. الشوكاني، محمد علي (١٩٦٣)، فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية في علم التفسير، مطبعة المصطفى البابي الحلبي، ط٢، القاهرة
٧. صديقي، سعاد (2006)، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي - وكالة جيجل- رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة منتوري- قسنطينة - كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر
٨. بو صفصاف، فوزية (2014)، استراتيجية تسويق السياحة الحلال في الدول الإسلامية: دراسة حالة ماليزيا، بحث مقدم الى أعمال المؤتمر العالمي الخامس للتسويق الإسلامي، كوالالمبور، ٢٢-٢٤/ نيسان
٩. بوصفصاف، فوزية (٢٠١٨)، تسويق السياحة الحلال، آفاق وتحديات دراسة مقارنة بين ماليزيا وفرنسا)، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 3، العدد 4، حزيران
١٠. الطائي، حميد(2001)، أصول صناعة السياحة، ط1، مؤسسة الوراق، عمان،
١١. الطبري، ابو جعفر محمد بن جرير (1424هـ)، تفسير الطبري، جامع البيان في تأويل أحكام القرآن، تحقيق محمد محمد شاكر، دار المعارف بمصر
١٢. الطريقي، عبدالله، موقع المسلم، <http://almoslim.net/node/149138>
١٣. العثيمين، محمد بن صالح (١٤٢٠هـ)، شرح الأصول الثلاثة، دار النشر للثريا، ط١
١٤. ابن العربي، ابو بكر بن العربي(٢٠٠٣)، أحكام القرآن، تحقيق محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت
١٥. ابن فارس (د.ت.)، معجم مقاييس اللغة، طبعة دار الجيل، بيروت
١٦. القرطبي، الإمام أبو عبدالله القرطبي (٢٠٠٣)، تحقيق: هشام سمير البخاري، دار عالم الكتب، الرياض
١٧. ابن كثير، الإمام الحافظ أبو الفداء بن اسماعيل(١٩٩٠)، تفسير القرآن العظيم، دار الحيل، بيروت، ط٢
١٨. مسعد، محي محمد (د.ت)، الإطار القانوني للنشاط السياحي و الفندقية، ط1، دار المسيرة، الأردن

١٩. مصطفى، إبراهيم، وأحمد الزييات وحامد عبد القادر ومحمد النجار (٢٠٠٨)، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط٤
٢٠. منظمة التعاون الإسلامي (٢٠١٧)، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي الإطار : 2.2 مفاهيم عامة للسياحة الإسلامية،
٢١. منظمة التعاون الإسلامي (٢٠٢٢)، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيرك)، السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي ٢٠٢٢ الآفاق والتحديات في ظل جائحة كوفيد-١٩،
٢٢. ناقور، هاشم بن محمد بن حسين (١٤٢٤ هـ)، أحكام السياحة وآثارها، دراسة شرعية مقارنة، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية، الدمام، ط١
23. Battour, M., & Ismail, M.N.(2015), Halal Tourism: Concepts, practices, challenges and future, Tourism Management Perspectives, <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
24. Erhan Boğan, Mehmet Sarıışık, (2019), Halal tourism: conceptual and practical challenges, Journal of Islamic Marketing, Vol. 10 No. 1
25. J.Burkart, S.Medlik(1981), Tourism, Past, Present and Future, 2 ème édition, edition, book society heimen annprofetionag, London,
26. Ranea Qaddahat, Farouk Attaalla, Mostafa Mahmoud Hussein, (2016) Halal Tourism: Evaluating Opportunities and Challenges in the Middle East "Jordan and Egypt", (2016), Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University
23. Salaam Gateway (2021), State of the Global Islamic Economy Report 2020/21, THRIVING IN UNCERTAINTY, PRODUCED BY: Dinarstandard, SUPPORTED BY: Dubai the capital of Islamic Economy, IN PARTNERSHIP WITH: Salaam Gateway