



السفر الحلال في إفريقيا..

الفرص والتحديات

د. أمل خيرى أمين محمد

دكتوراه الاقتصاد - جامعة القاهرة

دولار أمريكي، في عام ٢٠١٧م، على قطاعات الاقتصاد الإسلامي المختلفة، مع توقعات بأن يصل إلى ٣١٠٧ مليارات عام ٢٠٢٣م، ويبلغ إجمالي الإنفاق العالمي على قطاع السفر الحلال قيمة ١٧٧ مليار دولار^(١).

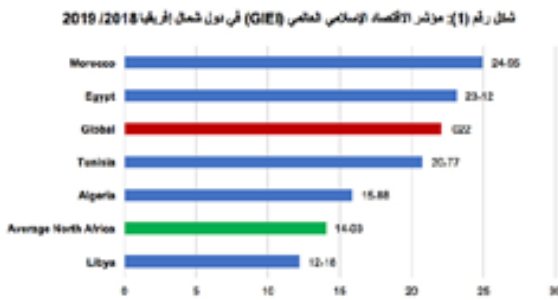
(١) Thomson Reuters. (2018). State of the Global Islamic Economy Report 2018. New York: Thomson Reuters. p.3

يشهد العالم تنامياً متزايداً في التوجه نحو الاقتصاد الإسلامي بجميع قطاعاته، التي تشمل: التمويل الإسلامي، والأغذية، والسفر الحلال، والأزياء المحافظة، والإعلام، والترفيه، والمستحضرات الدوائية، ومستحضرات التجميل الحلال. ويُقدّر إنفاق المسلمين حول العالم بنحو ٢١ ترليون

بحصولها على ٦٨, ٨٨ نقطة. ويلاحظ أنّ المجموعة الآسيوية تحتل المراكز المتقدمة في المؤشر، تليها دول التعاون الخليجي ودول الشرق الأوسط، أما إفريقيا؛ فباستثناء دول الشمال الإفريقي نجد أنّ تطبيقات الاقتصاد الإسلامي بكلّ قطاعاته لا تزال حديثة العهد نسبياً وفي طور النمو، ومع ذلك يعدّها الكثير هي وجهة الاستثمارات الإسلامية المستقبلية^(١).

ووفقاً لمؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي لعام ٢٠١٨/٢٠١٩م؛ فإنّ إفريقيا حصلت على ١٤, ٠٩ نقطة في المؤشر مقابل المتوسط العالمي الذي بلغ ٢٢, ٠٤. وحصلت مجموعة شمال إفريقيا المكونة من خمس دول (مصر، ليبيا، تونس، الجزائر، المغرب) على ١٤, ٠٣ نقطة في المؤشر العالمي، في حين كان متوسط دول إفريقيا جنوب الصحراء- سواء منها الأعضاء أو غير الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي- ٨, ٦٩ نقاط فقط^(٢).

ويوضح شكل رقم (١): نتائج المؤشر في دول شمال إفريقيا؛ حيث تصدرت دولة المغرب المؤشر بحصولها على ٢٤, ٩٥ نقطة، تليها مصر، ثم تونس والجزائر وليبيا.



Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>

ويعرض شكل رقم (٢): نتائج مجموعة دول إفريقيا جنوب الصحراء؛ حيث جاءت دولة السودان

(١) Thomson Reuters. Op.cit. p.7,8

(٢) <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>

وتعدّ القارة الإفريقية من الاقتصادات الواعدة في كثيرٍ من قطاعات الاقتصاد الإسلامي، خصوصاً في مجال السفر الحلال.

تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على أبرز مستجدات القارة الإفريقية في قطاع السفر الحلال، وأهمّ الفرص والتحديات التي ترافق هذا القطاع المهم. وتشمل الدراسة إلى جانب المقدمة عدّة محاور؛ حيث يستعرض المحور الأول أداء قطاعات الاقتصاد الإسلامي في إفريقيا، وينتقل المحور الثاني إلى التعريف بمفهوم السفر الحلال وحجم السوق العالمي ومظاهر الاهتمام به، ثم يتناول المحور الثالث أهمّ مؤشرات سوق السفر الحلال في إفريقيا، ويستشرف المحور الرابع مستقبل السفر الحلال في إفريقيا بعرض الفرص التي يضمها هذا القطاع والتحديات التي تواجهه، وأخيراً تقترح الدراسة بعض التوصيات التي يمكن أن تسهم في تطوير السفر الحلال في القارة.

أولاً: أداء قطاعات الاقتصاد الإسلامي في إفريقيا؛

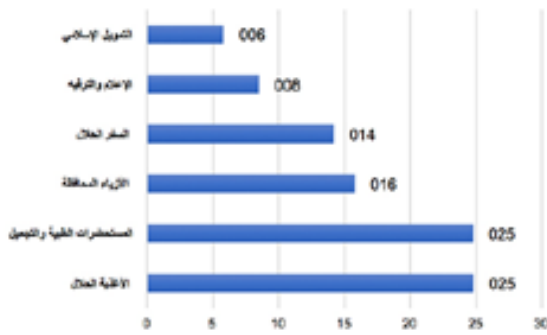
شهد الاقتصاد الإسلامي تطوراً كبيراً في إفريقيا في السنوات الأخيرة، وأصبح التوجّه نحو أدوات التمويل الإسلامي والمنتجات الحلال محورياً أساسياً في العديد من الدول الإفريقية.

وللتعرف على أهمّ ملامح الاقتصاد الإسلامي في القارة؛ تستعرض الدراسة أهمّ نتائج مؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي Global Islamic Economy Indicator: GIEI، وهو عبارة عن مؤشر مرجّح مركّب سنوي، يقيس تطورات أداء القطاعات الاقتصادية الإسلامية في ٧٦ دولة (إسلامية وغير إسلامية)، قام بإعداده مركز دبي لتطوير الاقتصاد الإسلامي، بالتعاون مع «تومسون رويترز» و«دينار ستاندرد»، ويصدر للسنة السادسة على التوالي.

وقد تصدرت ماليزيا المؤشر لعام ٢٠١٨/٢٠١٩م، بحصولها على ١٢٦,٧٧ نقطة، تليها الإمارات

ويعرض شكل رقم (٤): نتائج المؤشر لدول جنوب الصحراء في قطاعات الاقتصاد الإسلامي المختلفة؛ حيث تصدر كل من قطاع الأغذية الحلال وقطاع المستحضرات الطبية والتجميل نتائج المؤشر (٢٤,٧٥, ٢٤,٧٧) على التوالي، يليهما الأزياء المحافظة (١٥,٧٨)، ثم قطاع السفر الحلال (١٤, ١٨)، ثم الإعلام والترفيه (٨, ٤٦)، وأخيراً التمويل الإسلامي (٥,٨).

شكل رقم (٤): مؤشرات قطاعات الاقتصاد الإسلامي لدول جنوب الصحراء عام 2019/2018



Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>

ثانياً: السفر الحلال:

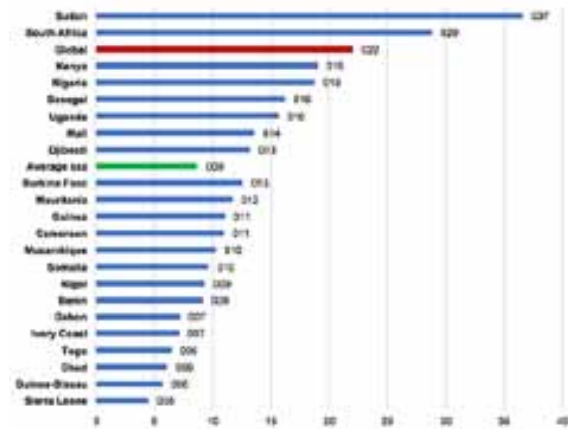
(١) تعريف السفر الحلال:

تتعدد المصطلحات المستخدمة للدلالة على نوع من السياحة المتوافقة مع القيم الإسلامية، من بينها: مصطلح «السفر الحلال»، و«السياحة الإسلامية»، و«السياحة الصديقة للمسلمين» MFT، و«الضيافة الحلال»، وغيرها من المصطلحات التي تشير إلى المنتجات والخدمات السياحية التي تلبي احتياجات المسافرين المسلمين.

تمثلت البداية في ظهور مصطلح «السياحة الدينية» أو «الروحية» مع عقد مؤتمر «السياحة والأديان: مساهمة في حوار الثقافات والأديان والحضارات» عام ١٩٦٧م في قرطبة بإسبانيا، الذي نظمته منظمة السياحة العالمية

على رأس قائمة المجموعة بحصولها على ٣٦,٦٢ نقطة، تليها جنوب إفريقيا ثم كينيا، وهما دولتان ذواتا أقلية مسلمة، ثم نيجيريا والسنغال.

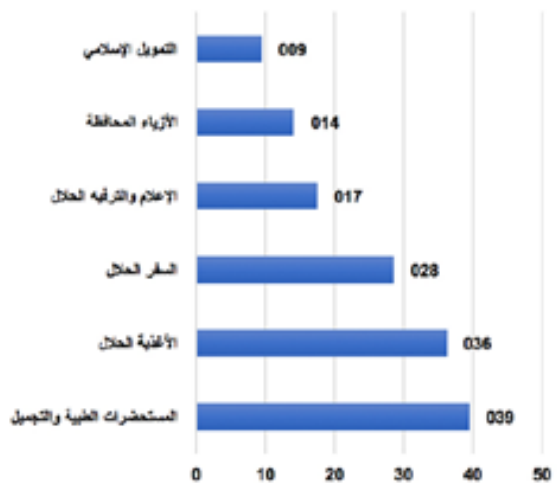
شكل رقم (٢): مؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي (GIEI) في دول إفريقيا جنوب الصحراء 2019/2018



Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>

ويبين الشكل رقم (٣): نتائج المؤشر لدول شمال إفريقيا في قطاعات الاقتصاد الإسلامي المختلفة؛ حيث تصدر قطاع المستحضرات الطبية والتجميل هذه القطاعات (٣٩,٣٥) نقطة، يليه قطاع الأغذية الحلال (٣٦,١)، ثم السفر الحلال (٢٨, ٤٨)، ثم الإعلام والترفيه الحلال (١٧, ٤٤)، ثم الأزياء المحافظة (١٤, ٠٦)، وجاء التمويل الإسلامي في آخر القطاعات (٩,٣٥).

شكل رقم (٣): مؤشرات قطاعات الاقتصاد الإسلامي العالمي لدول شمال إفريقيا عام 2019/2018



Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>



.Source: Global Muslim Travel Index 2019, p18

بلغ الإنفاق العالمي على السفر الحلال ١٧٧ مليار دولار خلال عام ٢٠١٧م، ومن المتوقع أن يصل إلى ٢٧٤ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٣م^(٥).

وتبلغ مشتريات المسافرين المتعلقة بالسفر الحلال عبر الإنترنت حالياً ٤٥ مليار دولار، وتشير التقديرات إلى أنها ستصل إلى ١٨٠ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٦م^(٦).

تتمثل أهم الوجهات المقصودة للسفر الحلال في عشر دول إسلامية، وهي: السعودية، تركيا، المغرب، ماليزيا، البحرين، الإمارات العربية المتحدة، إيران، أوزبكستان، واندونيسيا. وقد استأثرت هذه الدول العشر بنحو ٣٦٪ من إجمالي سوق السفر الحلال لعام ٢٠١٨م. كما تصدرت عشر دول غير إسلامية هذه الوجهات، وهي: إسبانيا، فرنسا، روسيا، تايلاند، سنغافورة، جورجيا، إيطاليا، الهند، المملكة المتحدة، واليونان. وقد استحوذت الدول غير الإسلامية على ٢٢٪ من إجمالي عدد المسافرين.

في المقابل؛ فإن جانب الطلب في السفر الحلال يأتي من كثير من الدول الإسلامية وغير الإسلامية، وكان على رأس الدول الإسلامية التي يفد منها السياح: الجزائر وأذربيجان وبنجلاديش ومصر واندونيسيا وإيران، في حين تصدرت الدول غير

(٥) Thomson Reuters. Op.cit. p.5

(٦) Mastercard-Crescent Rating. Op.cit.p.18

(١) UNWTO؛ حيث تم تعريف السياحة الدينية أو الروحية بأنها: «الأنشطة السياحية التي تستند إلى دوافع محددة للقيم الدينية، مثل الديانة الهندوسية والبوذية والمسيحية والإسلام والأديان الأخرى».

بمرور الوقت؛ اتسع المفهوم ليشمل أنواعاً أخرى من السياحة، ليظهر مفهوم السياحة الحلال أو السفر الحلال الذي أصبح يجتذب العائلات المسلمة وغير المسلمة على حد سواء^(٢). ويختلف مفهوم السفر الحلال أو السياحة الحلال عن السياحة الدينية، والتي تقتصر على أداء الشعائر الدينية كالحج والعمرة. لا يقتصر السفر الحلال على الترفيه العائلي أو السفر بغرض السياحة، بل يشمل جميع الأغراض كالسفر للتجارة أو زيارة الأقارب أو التعليم أو التسوق أو اكتشاف التراث الإسلامي والتاريخ الإسلامي؛ لذا تعتمد هذه الدراسة مصطلح «السفر الحلال» كونه أكثر شمولاً من «السياحة الحلال»^(٣).

٢ سوق السفر الحلال العالمي:

يُقدَّر سوق السفر الحلال العالمي بنحو ١٤٠ مليون مسافر في عام ٢٠١٨م، ومن المتوقع أن يصل العدد إلى ٢٣٠ مليون بحلول عام ٢٠٢٦م (شكل رقم ٥)^(٤).

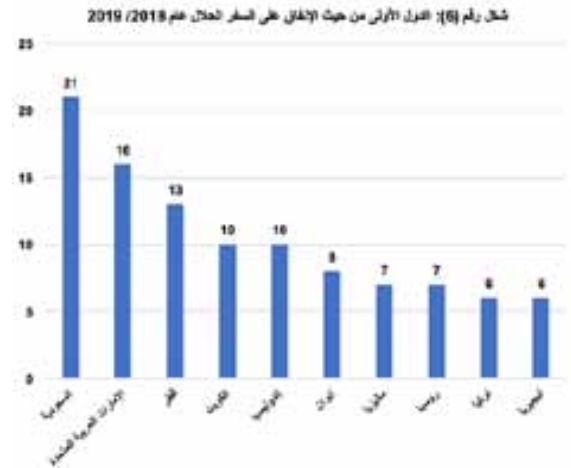
(١) Alfanda, R., & Suhartanti, P. D. (2018). SWOT Analysis: How to Promote Halal Tourism in Aceh?. *Sebelas Maret Business Review*, 2 (2). 122-p.112

(٢) المرجع السابق.

(٣) Duman, T. (2011). "The Value of Islamic Tourism: Perspectives from the Turkish Experience". presented at the World Islamic Tourism Forum (WITF 2011), Kuala Lumpur

(٤) Mastercard-CrescentRating. (2019). Global Muslim Travel Index 2019. Singapore: Mastercard-CrescentRating. p.18

الإسلامية: الصين وفرنسا وألمانيا والهند^(١). تصدّرت منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط ودول مجلس التعاون الخليجي، من حيث الإنفاق على السفر الحلال، بمبلغ ٤, ٥٤ مليار دولار عام ٢٠١٨م. ويوضح الشكل (٦): أكثر الدول إنفاقاً على السفر الحلال خلال عام ٢٠١٨م/ مليار دولار.



.Source: Global Muslim Travel Index 2019, p.19

كانت اليوسنة والهرسك أول دولة أوروبية تتبني الاهتمام بالسفر الحلال، ثم انضمت إلى السباق دول أوروبا الغربية مثل فرنسا وإسبانيا والمملكة المتحدة، وقد اعتمد فريق مدققي الحسابات في شركة Crescent Rating أكثر من ٥٠٠ شركة حول العالم؛ مصنفة على أنها صديقة للسفر الحلال^(٥).

وقد استضافت إسبانيا المؤتمر الدولي الأول حول السياحة الحلال عام ٢٠١٤م؛ لمناقشة طرق الاستفادة من هذا السوق الواعد^(٦). كما أُقيم في سنغافورة معرض السفر ITB Asia عام ٢٠١٨م، بالاشتراك مع Crescent Rating و Halal Trip، لتقديم حلقات نقاش متخصصة وعروض تستهدف ١٥٦ مليون مسلم؛ سوف يقومون بحجز رحلات السفر من الآن وحتى عام ٢٠٢٠م^(٧).

ثالثاً: السفر الحلال في إفريقيا؛

(١) السفر الحلال في إفريقيا من خلال

مؤشر الاقتصاد الإسلامي:

يُعدّ السفر الحلال أحد القطاعات الواعدة

بلغت استثمارات السياحة الحلال ٤٠ مليون دولار، وهي الاستثمارات المصحح عنها في الأسهم الخاصة أو رؤوس الأموال المخاطرة ما بين عامي ٢٠١٥ و ٢٠١٨م.

(٣) مظاهر الاهتمام بالسفر الحلال:

شهدت السنوات الأخيرة تنامي الاهتمام العالمي بالسفر الحلال، وتتعدد مظاهر هذا الاهتمام؛ حيث تُوجّه الكثير من الدول - سواء إسلامية أو غير إسلامية - اهتمامها إلى تلبية احتياجات المسافرين المسلم؛ من خلال توفير الشواطئ والمنتجات التي تراعي خصوصية الشريعة الإسلامية، والحرص على تقديم العروض السياحية التي تشمل الفنادق والمرافق وخدمات السفر الملائمة للمسلمين.

ومن مظاهر الاهتمام بالسفر الحلال: انتشار المواقع الإلكترونية المختصة به، وكذلك تطبيقات الهواتف، ومن الأمثلة على ذلك: موقع وتطبيق

(٢) <https://www.havehalalwilltravel.com>

(٣) Debra Kamin. The Rise of Halal Tourism. The New York Times. Jan. 18, 2019

(٤) Thomson Reuters. Op.cit. p.5

(٥) Laura Secorun Pale. God-Blessed Vacations. Ozy. Dec 2014

(٦) Europe to host first-ever international conference on Halal tourism. Crescent Rating. Jul 2014

(٧) Debra Kamin. op.cit

(١) المرجع السابق ص ١٩-٢٠.

المقالات الإخبارية التي تتناول موضوعات السفر الحلال، وعدد الأحداث والفعاليات المتعلقة بالسفر الحلال، وأخيراً يقصد بـ«المعيار الاجتماعي»: نسبة مساهمة السفر الحلال في التوظيف.

يعرض الشكل رقم (٨): نتائج المعايير الفرعية لمؤشر السياحة الحلال لدول شمال إفريقيا؛ حيث تصدرت تونس المؤشر المعيار المالي بحصولها على ٩٨، ٧١ نقطة، تليها مصر، ثم المغرب والجزائر وليبيا، وكان متوسط دول المجموعة ٢٨، ٠٨ نقطة.

تساوت دول المجموعة في معيار الحوكمة بحصول كلٍّ منهم على ٦٦، ٧٦ نقطة، وفي معيار الوعي لم تحصل ليبيا والجزائر وتونس على أيّ درجة، وحصلت المغرب على ٣، ٧٨ نقطة، تليها مصر.

وأخيراً في المعيار الاجتماعي: تصدرت المغرب المؤشر بقيمة ٤٨، ٣٠ نقطة، تليها تونس، ثم مصر، ثم الجزائر وليبيا، وكان متوسط دول المجموعة ١٨، ١٧ نقطة.



Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>

لا تزال نسبة مساهمة السفر الحلال في التوظيف متدنيةً للغاية في دول شمال إفريقيا، والتي بلغت في المتوسط ٠، ٩٨٪، وكانت أعلى نسبة في المغرب ١٦، ٠٪، تليها تونس، ثم مصر والجزائر وليبيا (شكل رقم ٩).

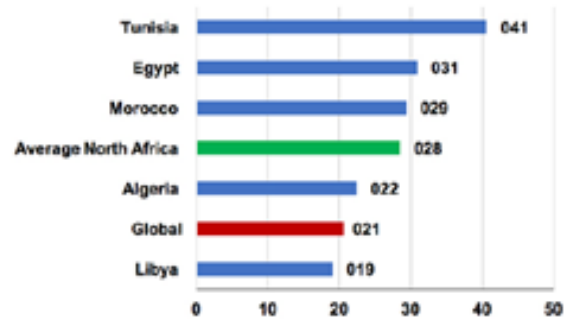
في الاقتصاد الإسلامي في القارة الإفريقية، ولا تزال منطقة شمال إفريقيا تستحوذ على هذا القطاع، وإن كانت منطقة جنوب الصحراء قد بدأت تجتذب جانباً من سوق السفر الحلال في السنوات الأخيرة.

ووفقاً لمؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي GIEI؛ كان متوسط قيمة مؤشر قطاع السفر الحلال في إفريقيا ١٧، ١٨ نقطةً في عام ٢٠١٨ / ٢٠١٩م، وتباينت نتائج كلٍّ من مجموعة شمال إفريقيا ومجموعة جنوب الصحراء على النحو الآتي:

أ- مؤشرات السفر الحلال في شمال إفريقيا:

يوضح شكل رقم (٧): نتائج قطاع السفر الحلال في شمال إفريقيا في مؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي؛ حيث بلغ متوسط المؤشر لدول المجموعة ٤٨، ٢٨ نقطة. تصدرت تونس المؤشر بقيمة ٣٦، ٤٠ نقطة، تليها مصر، ثم المغرب والجزائر، وأخيراً ليبيا.

شكل رقم (٧): مؤشر السفر الحلال في شمال إفريقيا عام 2019/2018



Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>

ويتكوّن مؤشر السفر الحلال من أربعة مؤشرات فرعية، وهي: (المالية، والحوكمة، والوعي، والمعيار الاجتماعي).

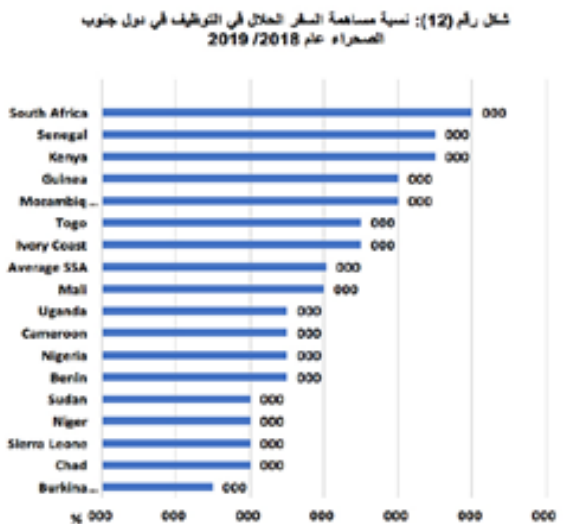
حيث يشير مؤشر «المالية» إلى: إجمالي أعداد السائحين الوافدين إلى الدولة، ويُقصد بمؤشر «الحوكمة»: مدى توفر البيئة الملائمة للحلال في هذه الدولة، بينما يشتمل مؤشر «الوعي» على: عدد

وفيما يتعلق بالمعايير الفرعية لمؤشر السفر الحلال؛ تصدرت موزمبيق في المعيار المالي بقيمة ١٢,١٨ نقطة، تليها ساحل العاج ثم أوغندا. وفي مؤشر الحوكمة: حصلت السودان على ١٠٠ نقطة، تليها موزمبيق ثم ساحل العاج. وفي معيار الوعي: حصلت كينيا على ١٢,٣٦، تليها جنوب إفريقيا ثم السودان. وأخيراً تصدرت جنوب إفريقيا المعيار الاجتماعي: بقيمة ١٧,٦٦ نقطة، تليها السنغال ثم كينيا، (شكل رقم ١١).



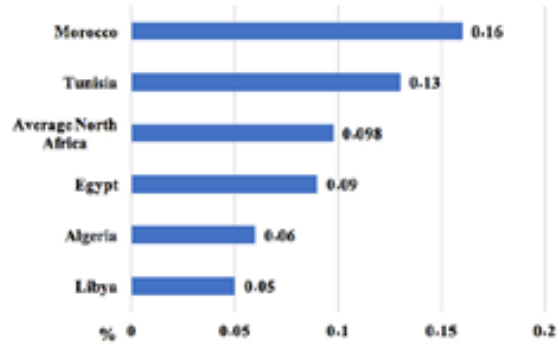
Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>

من حيث نسبة مساهمة السفر الحلال في التوظيف في دول جنوب الصحراء؛ جاءت النتائج في المتوسط أقل من دول شمال إفريقيا؛ إذ بلغت ٠,٠٦٪ فقط، وكانت نسبة مساهمة السفر الحلال في التوظيف في جنوب إفريقيا هي الأعلى (١٪)، تليها السنغال وكينيا، وجاءت الجابون في المركز الأخير بنسبة ٠,٠٣٪، (شكل رقم ١٢).



Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>

شكل رقم (9): نسبة مساهمة السفر الحلال في التوظيف في دول شمال إفريقيا عام 2018/2019

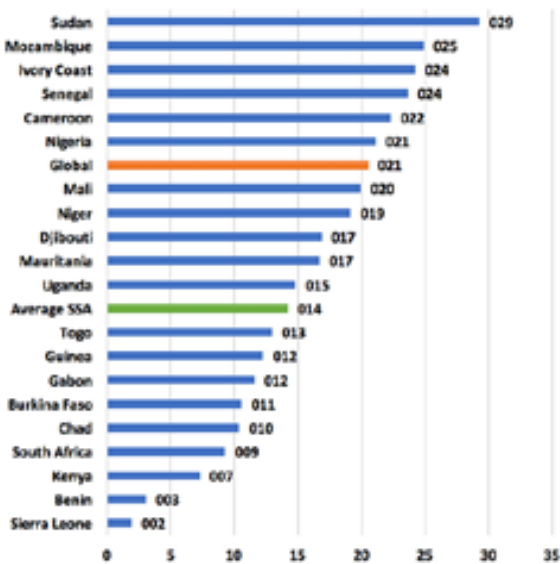


Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>

ب- مؤشرات السفر الحلال في إفريقيا جنوب الصحراء:

يعرض شكل رقم (١٠): نتائج قطاع السفر الحلال في دول إفريقيا جنوب الصحراء في مؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي؛ حيث بلغ متوسط المؤشر لدول المجموعة ١٨,١٤ نقطة. تصدرت السودان المؤشر بقيمة ٢٦,٢٩ نقطة، تليها موزمبيق وساحل العاج والسنغال، وجاءت سيراليون في ذيل القائمة بحصولها على ١,٩١ نقطة فقط.

شكل رقم (10): مؤشر السفر الحلال في إفريقيا جنوب الصحراء عام 2018/2019



Source: <https://www.salaamgateway.com/global-islamic-economy-indicator>



المصدر: إعداد الباحثة؛ من: Global Muslim Travel Index 2019.

تمثلت الدول الخمس الأولى في المؤشر في: المغرب، التي احتلت المركز الأول إفريقياً والسابع عالمياً، وحصلت على 67 درجة، تليها مصر في المركز 14 عالمياً (61 درجة)، ثم تونس في المركز 16 عالمياً (59 درجة). وفي المركز الثالث إفريقياً جاءت الجزائر في المركز 19 دولياً (56 درجة)، واحتلت جنوب إفريقيا المركز الرابع إفريقياً والـ 29 عالمياً (52 درجة)، وفي المركز الخامس السودان، التي كان ترتيبها دولياً 31، وحصلت على 51 درجة. وفي المركز الأخير: جاءت سوازيلاند لتحتل المركز 121 من 130 دولة، وحصلت على 27 درجة فقط في المؤشر.

اللافت للنظر أنّ المراكز الثلاثة الأولى كانت من نصيب دول شمال إفريقيا، مما يشير لتوفر مقومات السفر الحلال فيها أكثر من دول الجنوب، كما أنّ جنوب إفريقيا أصبحت من أهمّ جهات الجذب في السفر الحلال في إفريقيا؛ على الرغم من كون المسلمين أقلية لا تتعدى 3%، الأمر الذي يؤكد أنّ نجاح الدولة في توفير مقومات السفر الحلال لا يقتصر فقط على الدول ذات الأغلبية المسلمة.

وفيما يأتي تفصيل نتائج المؤشرات الفرعية:

1- البيئة الملائمة للمسلمين:

تصدّرت تونس قائمة الدول كوجهة ملائمة للأسر

2) السفر الحلال في إفريقيا من خلال

مؤشر السفر العالمي للمسلمين:

يُعدّ مؤشر السفر العالمي للمسلمين GMTI لعام 2019م، الصادر عن مؤسستَي Master Card و Crescent Rating، أحد المؤشرات المهمة التي ترصد وضع السفر الحلال في 130 دولةً حول العالم. ويتكوّن المؤشر من 15 معياراً فرعياً، وتندرج هذه المعايير تحت أربعة عناصر أساسية، وهي: (البيئة، والخدمات، والاتصالات، والوصول)، (شكل رقم 13).



المصدر: إعداد الباحثة؛ من: Global Muslim Travel Index 2019.

يهدف المؤشر إلى تحديد العوامل التي تؤثر على اختيار السياح المسلمين لوجهتهم السياحية، وذلك من أجل فهم وتلبية الاحتياجات الثقافية والدينية للمسافرين المسلمين من قبل منظمي السفر الحلال، ليتسنى لهم توفير منتجات وخدمات مصممة خصيصاً لهم⁽¹⁾.

توضّح الخريطة التالية: نتائج دول القارة الإفريقية في مؤشر السفر الإسلامي العالمي لعام 2019م:

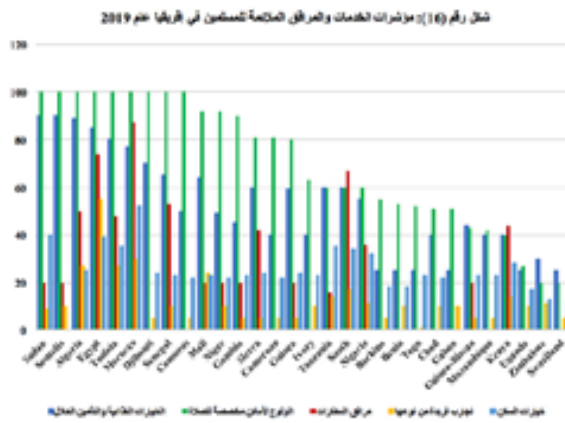
(1) المرجع السابق ص 9.

شمال إفريقيا إضافة إلى: السودان، الصومال، جيبوتي، السنغال، جزر القمر.

وكانت المغرب أفضل الدول في تجهيز مرافق المطار المؤهلة لاستقبال المسافرين المسلمين، وحصلت على ٨٧ نقطة، في حين جاءت تنزانيا في المركز الأخير بحصولها على ١٦ نقطة، وهناك عدة دول حصلت على صفر.

كما تصدرت المغرب أيضاً في خيارات السكن وحصلت على ٥٢ نقطة، مقابل سوازيلاند التي حصلت على ١٢ نقطة لتحتل المركز الأخير.

فيما يتعلق بالتجارب الفريدة من نوعها، والتي تشير إلى الثراء في الأماكن الأثرية والثقافية والتاريخية، تصدرت مصر دول القارة بحصولها على ٥٥ نقطة، وحصلت توجو على نقطة واحدة فقط، انظر: (شكل رقم ١٦).



.Source: Global Muslim Travel Index 2019

٣- مؤشرات التواصل:

احتلت تونس المركز الأول في سهولة الاتصالات (٧٠ نقطة)، وجاءت غينيا بيساو في المركز الأخير (بنقطتين).

وتصدرت جنوب إفريقيا في كل من البنية الرقمية والوعي باحتياجات المسلمين، حيث حصلت في كل من هذين المؤشرين على ٦٠ و ٥١ على التوالي، كما في (شكل رقم ١٧).

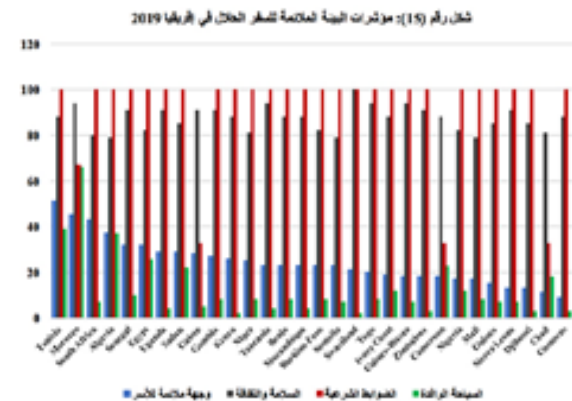
المسلمة، وحصلت على ٥١ نقطة في المؤشر، في حين كانت جزر القمر أقل البيئات ملائمة، وحصلت على ٩ نقاط فقط.

وفيما يتعلق بالسلامة والثقافة: احتلت سوازيلاند المركز الأول وحصلت على ١٠٠ نقطة، وكانت أقل الدول الصومال وحصلت على ٩٧ نقطة.

وتظهر نتائج المؤشر: أن معظم الدول الإفريقية التي شملتها عينة الدراسة تلتزم بالضوابط الشرعية ١٠٠٪، فيما عدا المغرب التي حصلت على ٦٧ نقطة، وكل من الجابون والكاميرون وتشاد حصلت على ٣٣ نقطة.

أما من حيث أعداد السياحة الوافدة: فاحتلت المغرب المركز الأول بحصولها على ٦٦ نقطة.

أما أقل الدول جذباً للسفر الحلال: فكانت كينيا وحصلت على نقطتين فقط في المؤشر، (شكل رقم ١٥).



.Source: Global Muslim Travel Index 2019

٢- الخدمات والمرافق الملائمة للمسلمين:

جاءت الصومال والسودان في صدارة الدول التي تُقدّم خدمات الطعام الحلال، وحصلت كل منهما على ٩٠ نقطة في المؤشر، ثم الجزائر (٨٩ نقطة)، ومصر (٨٥ نقطة).

ومن حيث توفير أماكن مخصصة للصلاة: حصلت تسع دول على ١٠٠ نقطة، وهي دول

د- التطور الرقمي:

أصبح الوصول إلى معلومات السفر عبر الإنترنت من أهم محركات تزايد الطلب على السفر الحلال، ويمكن لإفريقيا الاستفادة من هذه الفرص عبر تطبيقات المحمول، مثل تطبيق HalalTrip، وعبر مواقع وتطبيقات حجوزات الفنادق، مثل موقع HalalBooking.

هـ- نمو الأعمال التجارية:

دفع نمو الأعمال التجارية- خصوصاً في الدول الإسلامية ذات الاقتصادات المتنامية؛ مثل تركيا وماليزيا ودول الخليج- كثيراً من رجال الأعمال والمستثمرين إلى السفر لأغراض حضور المؤتمرات والفعاليات والمعارض التجارية وغيرها، مما يوفر فرصة كبيرة لإفريقيا لتشجيع سياحة المؤتمرات وتلبية الطلب المتزايد عليها^(٤).

و- انتشار أنواع جديدة من السياحة:

لم يعد السفر للسياحة قاصراً على غرض الترفيه، بل دخلت منتجات سياحية مبتكرة الساحة بقوة، ويمكن أن تمثل فرصة استثمارية أمام القارة الإفريقية.

ومن هذه الأنواع:

- السياحة البيئية: تضم السياحة البيئية أنشطة متعددة، مثل: رياضات الفوص، ومشاهدة الآثار الغارقة، ورحلات السفاري، ومراقبة الطيور، ومنتزهات الحياة البرية والمحميات الطبيعية، والاستشفاء البيئي، وتزخر القارة الإفريقية بالطبيعة البكر التي تؤهلها لاجتذاب أعداد كبيرة من المسافرين الراغبين في السفر الحلال.

- السياحة التراثية: تحظى القارة الإفريقية بالعديد من الأماكن التراثية التي تجتذب المسافرين المسلمين، ويمكن أن تشكل وجهة مهمة في السفر الحلال، سواء في شمال إفريقيا أو جنوبها.

- السياحة الشاطئية: لا تزال الشواطئ والمنتجعات أبرز الوجهات التي يشملها السفر الحلال، ويمكن لإفريقيا استثمار شواطئها في تلبية حاجات المسافرين المسلمين وتوفير البيئة الملائمة للسفر الحلال، سواء على شواطئ البحر المتوسط والأحمر، أو المحيطين الأطلسي والهندي.

والمطاعم، ووكالات السفر وشركات الطيران، على التمويل الحلال الخالي من الربا والفائدة^(١).

ويمكن القول بأن: هذه المحددات جميعها يمكن أن توفرها الدول الإفريقية لجذب المسافرين المسلمين، والدخول بقوة في سوق السفر الحلال.

٢) فرص السفر الحلال في إفريقيا:

تتمثل المحركات الأساسية التي تساهم في دفع سوق السفر الحلال نحو النمو السريع في إفريقيا فيما يأتي:

أ- توقعات نمو السياحة العالمية في القارة:

تشير بعض التوقعات إلى استقطاب إفريقيا نحو ٧٪ من إجمالي السائحين حول العالم بحلول عام ٢٠٢٠م (١٤٣ مليون سائح)، ويتوقع أن تظل دول شمال إفريقيا في صدارة استقبال السياح في عام ٢٠٢٠م (٥، ٢٪)، تليها شرق إفريقيا (١، ٢٪)، ثم جنوب إفريقيا (٦، ١٪)، وأخيراً منطقة غرب ووسط إفريقيا بنسبة (٢، ١٪)^(٢)؛ مما يمثل فرصة كبيرة أمام القارة بتقديم خدمات السفر الحلال التي سوف تزيد من نصيبها المتوقع من السياحة العالمية.

ب- تنامي الطلب العالمي على السفر الحلال:

فهناك من جهة نمو متسارع في عدد السكان المسلمين، ومن جهة أخرى تزايد في إقبال غير المسلمين على السفر الحلال، ويمكن لإفريقيا أن تكون إحدى الوجهات الملمية لهذا الطلب المتزايد، خصوصاً للسياح القادمين من دول الخليج العربي.

ج- تزايد فئة الشباب في إفريقيا:

تشير التوقعات إلى: أنه بحلول عام ٢٠٥٥م؛ سيصل عدد الشباب في إفريقيا (الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ و ٢٤ عاماً) إلى أكثر من ضعف عددهم في عام ٢٠١٥م البالغ ٢٢٦ مليون نسمة^(٣)، ولا شك بأن تشكيل مستقبل السياحة الحلال يعتمد على خدمات الضيافة التي تقدمها هذه الفئة العمرية.

(١) Alfanda, R., & Suhartanti, P. D. op.cit

(٢) موسى فتحي موسى عتلم، التحليل الجغرافي للحركة السياحية إلى إفريقيا، مجلة قراءات إفريقية، العدد ٣٠، شوال- ذو الحجة ١٤٣٧هـ/أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٦م، ص (٦٠-٧١).

(٣) محمد يحيى، الفرص الضائعة ودعم الشباب في إفريقيا، مجلة البيان، مؤسسة دبي للإعلام، ٣٠ أغسطس ٢٠١٧م.

(٤) Mastercard-CrescentRating. (2017). Global

Muslim Travel Index 2017. Singapore:

.Mastercard-CrescentRating. p.3

ز- توفر الثروة الزراعية والنباتية:

وهي من المؤهلات اللازمة لتلبية طلب المسافرين المسلم على الأطعمة الحلال.

٣) تحديات السفر الحلال في إفريقيا:

في المقابل؛ توجد العديد من التحديات التي تواجه نمو السفر الحلال في القارة، من أهمها:

١- ضعف البنية التحتية اللازمة للمواصلات في كثير من الدول الإفريقية، ومن بينها ضعف انتشار النقل الجوي، وتدني كفاءة شبكات الطرق البرية؛ مما أدى إلى بُعد إفريقيا عن الأسواق السياحية^(١).

٢- تأثير التغيرات المناخية، التي قد تؤدي إلى تراجع معدلات السياحة بصفة عامة في القارة، مما يستوجب البحث عن أنماط بديلة للسياحة التقليدية، بحيث تكون أقل عرضة للتأثر بالتغيرات المناخية، ومن بينها السياحة الثقافية والتراثية^(٢).

٣- الافتقار إلى معايير وشهادات عالمية موحدة للسفر الحلال.

٤- نقص الموارد المالية اللازمة لتنمية قطاع السفر الحلال.

٥- تزايد الاضطرابات السياسية وأعمال العنف والصراعات التي تحد من تدفق السائحين.

٦- ضعف الإمكانيات اللازمة لتسويق السفر الحلال، وإن كان التقدم الرقمي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي قدّمت الحلول لمواجهة هذا التحدي.

٧- غياب الإحصاءات المتعلقة بالسفر الحلال في الدول الإفريقية.

الخاتمة:

أ- نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- تنامي الطلب العالمي على السفر الحلال، ونموه بوتيرة متسارعة.

- شهد الاقتصاد الإسلامي تطوراً كبيراً في إفريقيا في السنوات الأخيرة، وخصوصاً في قطاع السفر الحلال.

- لا تزال منطقة شمال إفريقيا تتصدّر سوق السفر

الحلال، وإن كانت التوقعات تشير إلى أن منطقة جنوب الصحراء ستصبح من الوجهات الجاذبة لهذا القطاع.

- تتخفّف نسبة مساهمة السفر الحلال في التوظيف؛ حيث بلغت ٠,٠٩٨٪ في دول شمال إفريقيا، و٠,٠٦٪ في دول جنوب الصحراء.

- تتمثل أهمّ محددات الطلب على السفر الحلال في: البيئة الملائمة للمسلمين، والخدمات والمرافق التي تلبي احتياجاتهم، والتسهيلات اللوجستية والتواصل والاتصالات، ومعظم هذه المقومات تتوافر في القارة الإفريقية.

- تزخر القارة الإفريقية بالعديد من الفرص التي تؤهلها لتصبح منطقة جذب للسفر الحلال، كما تواجهها العديد من التحديات.

ب- مقترحات الدراسة:

من أجل التغلب على هذه التحديات؛ تقترح الدراسة ما يأتي:

- استثمار الفرص المتاحة أمام القارة كجهة جذب للسفر الحلال.

- العمل على فهم احتياجات وتفضيلات المسافرين المسلمين، والمرونة في توفير البدائل هذه الاحتياجات.

- إتاحة مرافق صديقة للمسلمين، وتوفير الخدمات والبنية التحتية المتعلقة بالسياحة.

- مبادرة الدول الإفريقية بمطالبة معهد المواصفات والمقاييس للدول الإسلامية بتوحيد المعايير المتعلقة بالسفر الحلال.

- الوعي بأهمية إدراج السفر الحلال في استراتيجيات تنمية السياحة الوطنية.

- الاهتمام بإحصاءات السفر الحلال، وتضمينها في النشرات الإحصائية المتعلقة بالسياحة وإتاحتها إلكترونياً.

- تنظيم المعارض السياحية للتعريف بوجهات السفر الإفريقية التي تلبي حاجات المسلمين.

- استقطاب رواد صناعة السياحة في الدول الإسلامية الكبرى، وتعريفهم بمقومات ووجهات السياحة الإفريقية.

- حث رجال الأعمال على الاستثمار في هذا القطاع السياحي الواعد.

- الاستفادة من التطبيقات الرقمية في التسويق للسفر الحلال.

- إبراز قصص النجاح السياحي في القارة، مثل تجربة جنوب إفريقيا، والاستفادة من هذه التجارب ■

(١) موسى فتحي موسى عتلم، مرجع سابق.

(٢) المرجع نفسه.