

السياحة الإسلامية: اتجاه جديد في صناعة السياحة التركية

Islamic tourism: A new trend in the Turkish tourism industry

فاطمة الزهرة بن زيدان^{* 1}

¹ جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف (الجزائر)، f.benzidane@univ-chlef.dz

تاريخ الاستلام: 2022/09/07 تاريخ قبول النشر: 2022/11/17 تاريخ النشر: 2022/12/31

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الأهمية الاقتصادية للسياحة الإسلامية بتركيا والإجراءات التي انتهجتها بهدف تحسين الترتيب في مؤشر تنافسية السياحة الإسلامية، من خلال تحسين البنية التحتية، والترويج، وتدريب الموارد البشرية، ولا سيما زيادة قدره الشركات السياحية على استقبال عدد أكبر من السياح المسلمين. وتوصلت الدراسة إلى أن السياحة الإسلامية بتركيا تلعب دورا مهما من خلال مساهمتها في النمو الاقتصادي وزيادة الإيرادات الحكومية حيث بلغت نسبة الناتج المحلي الإجمالي المباشر للسياحة المسلمة الوافدة من الناتج المحلي الإجمالي المباشر 14 % كما أنها تخلق 140.000 وظيفة مباشرة، وهذا ما مكنها باحتلال المرتبة الثانية عالميا في مؤشر العالمي للسفر الإسلامي سنة 2022.

الكلمات المفتاحية: السياحة الإسلامية، الأغذية الحلال، المؤشر العالمي للسفر الإسلامي، تركيا.

تصنيف JEL : C33 .

Abstract:

This study aims to highlight the economic importance of Islamic tourism in Turkey and the measures it has taken with the aim of improving the ranking in the Islamic Tourism Competitiveness Index, through improving infrastructure, promotion, and training of human resources, in particular increasing the ability of tourism companies to receive a greater number of Muslim tourists.

The study found that Islamic tourism in Turkey plays an important role through its contribution to economic growth and increased government revenues, where the percentage of direct GDP of Muslim tourism from direct GDP reached 14% and it creates 140,000 direct jobs, which enabled it to occupy the second place globally in the Global Islamic Travel Index in 2022.

Keywords: Islamic tourism, Halal food, World Islamic Travel Index, Turkey.

Jel Classification Codes. C33.

* المؤلف المرسل: فاطمة الزهرة بن زيدان

1. مقدمة :

يُقبل الاقتصاد الإسلامي على مرحلة من النمو الكبير والانتشار الواسع النطاق بعد أن حظي باهتمام الكثيرين تماشياً مع تأكيد المسلمين على التدين والقيم التقليدية. ونشهد حالياً زيادة الاهتمام والوعي بمفهوم الحلال، لذلك تحرص الشركات على الاستجابة إلى احتياجات المستهلكين في هذا الإطار سواء على مستوى الخدمات أو المنتجات، بما في ذلك السياحة الحلال وعلى الرغم من الاهتمام الكبير الذي حظيت به في جميع أنحاء العالم، وقد باتت السياحة الإسلامية هي المحرك الرئيسي لقطاع السفر والرحلات في ظل الطفرة الكبيرة التي تشهدها ومع زيادة الاهتمام العالمي بها فإن المؤشرات والتوقعات تؤكد أن هذا القطاع سيعطي دفعة كبيرة للسياحة العالمية، حيث ارتفع عدد السياح المسلمين إلى 117 مليون سائح عام 2015، أي ما يُمثل 10% من اقتصاد السياحة بالكامل. ومن المتوقع نمو عدد السياح المسلمين ليصل إلى 168 مليوناً بحلول عام 2020، مما يشكل 11% من هذه السوق، بقيمة سوقية من المتوقع أن تتجاوز 200 مليار دولار.

فالسياحة الإسلامية في هذه البلدان تتلاءم مع طبيعتها كون غالبيتها تتوفر على البنية الأساسية والبيئة اللازمة لتلبية الاحتياجات المحددة للسياح المسلمين، ما يجعلها تتمتع بميزة تفضيلية مقارنة بالبلدان الأخرى.

ومن بين الدول التي أصبحت السياحة الإسلامية تشكل محورا أساسيا في إحداث النمو الاقتصادي نجد تركيا التي أصبحت من اللاعبين الأساسيين في هذا السوق بقوة باعتبار أنها تمتلك المقومات التي يحتاج إليها هذا السوق، بالإضافة إلى أنها تمتلك عادات وتقاليد تتماشى مع مفهوم السياحة الإسلامية.

الإشكالية:

أصبحت سوق السياحة الإسلامية واحده من الأكثر القطاعات ربحيه وأسرعها نموا من حيث الإنفاق، ولذلك أخذت الدول المصدرة بوضع نماذج وخطط السياحية لجذب أكبر عدد من السياح المسلمين ومن بين هذه الدول نجد تركيا وعليه جاءت إشكالية الدراسة: فماهي المعالم الكبرى للاستراتيجية المتبعة من طرف تركيا للنهوض بالسياحة الإسلامية؟

الأسئلة الفرعية:

للإجابة عن إشكالية الدراسة تم وضع الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تساهم السياحة الإسلامية في النشاط الاقتصادي بتركيا؟
- فيما تتمثل خصائص السياحة الإسلامية في تركيا؟
- ماهي الاستراتيجية التي اتبعتها تركيا لتعزيز السياحة الإسلامية؟

الفرضيات

- تصنف تركيا حاليا كرابع أفضل وجهة سياحية لدى السياح المسلمين سنة 2018، ارتفاع عدد السياح المسلمين انعكس على ارتفاع حجم الإيرادات السياحية بتركيا.
- أدركت تركيا الفرص التي توفرها لها السياحة الإسلامية، حيث قامت بتفعيل هذه الصناعة لجعل السياحة الإسلامية سوقا ذات أولوية بوضع علامة تجارية وتسويقية أكثر قوة لتركيا في مجال السياحة الإسلامية، وتطوير منتجات وخدمات إسلامية جديدة، وإشراك المزيد من وكالات السفر.
- اهتمت الحكومة التركية بتطوير السياحة الإسلامية وهذا بإشراك القطاع الخاص في ترويج لها.

أهداف الدراسة:

- تحديد المفاهيم الأساسية بالسياحة الإسلامية.
- معرفة أهم الفاعلين في تطوير السياحة الإسلامية في تركيا.
- معرفة الاستراتيجية المتبعة من طرف تركيا لتطوير السياحة الإسلامية.
- التعرف على أداء تركيا في مؤشر السياحة الإسلامية ومؤشر السفر الإسلامي.

منهج الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع المعلومات والأرقام والإحصاءات وتحليلها تحليلًا منطقيًا للوصول للنتائج المطلوبة.

2-مدخل إلى السياحة الإسلامية

1.2 تعريف السياحة الإسلامية

مع نمو سوق السفر للمسلمين استخدمت العديد من مصطلحات يختلف حسب استخدامها من طرف الأكاديميون والمنظمات الخاصة والعامة ووسائل الإعلام.

1.1.2- المفهوم الأكاديمي للسياحة الإسلامية (الصديقة للمسلمين) Muslim Friendly Tourism (MFT)

بدأ العديد من الأكاديميين في تعريفها بالقيام أولاً باستكشاف العناصر التي تشمل السياحة وتأثيرها. وهناك اتفاق على فهم السياحة الصديقة للمسلمين من قبل مختلف المهنيين الأكاديميين من حيث الدوافع الإسلامية، وأثرها على المجتمع.

-من حيث الدوافع الإسلامية وفقاً لـ (duman 2011) يمكن تعريف السياحة الإسلامية بأنها "أنشطة المسلمين المسافرين والمقيمين في أماكن خارج بيئتهم المعتادة لمدته لا تتجاوز سنة واحدة للمشاركة في الأنشطة التي تنشأ من الدوافع الإسلامية التي لا تتصل بممارسه نشاط مأجور من داخل المكان الذي تمت زيارته ويمكن تقسيم هذه الدوافع.

*من حيث الدوافع الدينية القائمة على الاحتياجات والخدمات والسوق المتخصصة: حسب kilinc- akyol السياحة الصديقة للمسلمين تشمل الفنادق الحلال، النقل الحلال (الخطوط الجوية الحلال)، مطاعم والأطعمة الحلال، صفقات الحلال والتمويل الحلال. لذلك، السياحة الحلال يتكون من القطاعات المختلفة والتي ترتبط مع بعضها البعض.

-من حيث التعاليم الإسلامية: تعرف فاتن نور الدين عثمان (2015) السياحة الإسلامية على أنها السياحة التي تستند إلى التعاليم الإسلام والتي تشجع الأفراد ولا سيما النساء والأطفال على السفر مع بعض والذين تربطهم صلة الدم والسؤال الذي يطرح نفسه لماذا يهتم السائح بالاحتياجات الدينية ؟

يؤثر الإيمان بشكل متزايد على قرارات الشراء التي يتخذها المسلمون. ويتضح ذلك من النمو السريع للصناعات الإسلامية مثل البنوك الإسلامية والأطعمة الحلال والموضة الإسلامية ومستحضرات التجميل الحلال والصناعات الأخرى ذات الصلة. ويظهر تقرير بيو للأبحاث (2012) تزايد التزام بالركائز الخمس للإسلام من جانب المسلمين في 39 بلداً.

2.1.2- مفهوم لدى وسائل الإعلام: أشارت وسائل الإعلام الرائدة إلى مصطلح السياحة الإسلامية مثل صحيفة Wall Street (2014) إلى أن السياحة الإسلامية تستند إلى مصطلح "السفر الحلال". وما إذا كان الطعام الحلال متوفراً فإن الوجهة السياحية مسلمة وملائمة.

أما صحيفة (2014) Reuters في مقالهم "تايلاند تطلق التطبيق السياحي الصديق للمسلمين" يعرف السياحة الإسلامية على أنها توفر الفنادق ومراكز التسوق مع غرف الصلاة والمطاعم الحلال (Jaelani Aan, 2016, March 3, p. 17).

أما (2014) The Guardian في مقالهم «إندونيسيا يعزز نفسه بأنه الوجهة السياحية الصديقة للمسلمين»، وتعرف السياحة الإسلامية هي مكان الذي يتواجد فيه العديد من المساجد ولدي إندونيسيا 600,000 مسجداً.

3.1.2-المركز الإسلامي للسياحة في ماليزيا: ماليزيا حالياً هي البلد الوحيد الذي لديه برنامج موجه لوزارة السياحة لقياده السياحة الإسلامية، ففي 2009 تم إنشاء اللجنة المركز الإسلامي للسياحة التابع لوزارة السياحة وقد عرفوا السياحة الإسلامية بأنها "أي نشاط أو حدث أو تجربته يتم القيام بها في حاله سفر يتفق مع الإسلام.

4.1.2-تعريف. CrescentRating's Glossary of terms.

أطلق معجم السفر حلال في 2015 في طبعته الأولى الذي يحتوي علي قائمه من أكثر من 150 مصطلحات والتعبيرات المتعلقة بسوق السفر الإسلامي، مع شرح لكل مصطلح في سياق نمط الحياة والسفر. ومن أجل تحسين سياق المصطلحات واقتراح مجموعه أكثر اتساقاً من التعاريف، فان سوق السياحة الإسلامية يشترط توفر المكونات الرئيسية الثلاثة التالية :

- الاحتياجات الدينية الرئيسية (الاحتياجات الدينية للمسافرين المسلمين).
- الموضوعات الرئيسية جانب الطلب (أسباب ودوافع لسفر المسلمين).
- المواضيع الرئيسية لجانب العرض (خدمات ومرافق السفر والضيافة).

5.1.2-المنظمة العالمية للتجارة: يمكن تعريفها بأنها أنشطه سفر المسلمين إلى أماكن والبقاء في الخارج لمدته لا تتجاوز سنه واحدة على التوالي للمشاركة في تلك الأنشطة النابعة من الدوافع الإسلامية التي لا علاقة لها بممارسه نشاط مدفوع الأجر من داخل المكان الذي تمت زيارته.

مما سبق يمكن تعريف السياحة الإسلامية بأنها الأنشطة السياحية التي يقوم بها المسلمين والتي تتبع من الدوافع الإسلامية وتتحقق وفقاً للشريعة والمبادئ الإسلامية ويمكن أن تكون هذه الأنشطة ضمن نطاق الحج أو العمرة، وقد تشمل الأنشطة الأخرى تلك التي تهدف "لتقدير عظمه الله من خلال مراقبه علامات من الجمال وفضله من إبداعاته التي

يمكن أن ينظر إليها في كل مكان سواء في عوالم الماضي والحاضر أو السفر لأغراض مثل الصحة والتعليم.

ويمكن أن يتسم مفهوم السياحة الإسلامية بالطابع الاقتصادي والثقافي والديني المحافظ وفيما يتعلق بالمفهوم الاقتصادي تعتبر السياحة منبرا لتعزيز التعاون الوثيق بين المؤسسات الحكومية في كل أنحاء العالم. كما يمكنها أن تعزز الأنشطة السياحية بين المسلمين من خلال المساهمة في إنشاء وجهات جديدة للمنتجات السياحية.

أما المفهوم الثقافي للسياحة الإسلامية يساعد على المحافظة على تراث المنتجات الإسلامية والحفاظ عليه في الوقت الذي تخلق فيه منتجات سياحية جديدة ذات الميزات الإسلامية.

ولذلك فإن السياحة الإسلامية هي مفهوم متوازن للحياة ليس فقط لتحقيق المتعة أثناء السفر فهناك ارتباط بين الأنشطة السياحية بالعوامل الاجتماعية والدينية والاقتصادية فالسياحة الإسلامية هي مزيج من السياحة الدينية والسياحة الروحية والسياحة الثقافية وغيرها من أنواع السياحة ما دامت الأنشطة تتعلق بالقيم أو المبادئ الإسلامية كطريقه للحياة . (Writershttps, (Mar2016).

2.2 المحركات الرئيسية لنمو سوق السياحة الإسلامية

هناك سبعة من العوامل الرئيسية التي ساعدت في تشكيل النمو السريع للسوق العالمية للسفر الإسلامي نبينها:

1.2.2- السكان المسلمون المتزايدون: ما زال المسلمون يشكلون المجموعة الدينية الأسرع نموا في العالم ما يقرب مسلم واحد من كل أربعة أشخاص في جميع أنحاء العالم، بينما مسلم لكل ثلاثة أشخاص في آسيا ومنطقه المحيط الهادئ. هذا ما سيزيد عدد المسلمين إلى 2.8 مليار بحلول 2050.

2.2.2- نمو الطبقة المتوسطة والدخل المتاح: مع تواجد العدد الكبير للسكان المسلمين في دول الخليج وإندونيسيا وماليزيا ارتفع عدد الطبقة الوسطى الإسلامية مثل الطبقة المتنامية من المهنيين المسلمين المهرة من أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية، وزيادة النساء المسلمات في المناطق الحضرية في جميع أنحاء العالم، ما أدى إلى توسيع قاعدة المستهلكين المسلمين.

3.2.2- ارتفاع السكان الأصغر سننا: المسلمون هم أيضا أصغر شريحة بين جميع الجماعات الدينية الرئيسية الأخرى بمتوسط عمر يبلغ 24 سنة في 2015. وهذه الفئات الشابة والأصغر سنا هي الأكثر اطلاعا وتأثيرا في التخطيط للسفر في رحلات عائلية. وبالتالي ازدياد الطلب على الرحلات العائلية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية وتشكل هذه الفئة المسلمة والتشابه مستقبل السياحة والضيافة. (عرقوب خديجة. ، (أفريل, 2018)، (صفحة 73)

4.2.2-زيادة فرص الحصول على المعلومات المتعلقة بالسفر: مع ظهور الذكاء الاصطناعي وتأثيره على التطور الحاصل في تقديم خدمة معلومات السفر ذات الصلة باحتياجات المسافرين المسلمين لكل وجهه هذا من جهة، ومن جهة أخرى تأثيره على خيارات العملاء وبالتالي، فإن الوجهات التي تستثمر في البحث والابتكار الرقمي سيكون لها ميزة واضحة في جذب السياح المسلمين.

5.2.2-زيادة توافر خدمات ومرافق السفر الصديقة للمسلمين: مع تزايد نمو سوق السفر للمسلمين، ودخول الكثير من الشركات والدول في هذه الصناعة من خلال تكييف منتجاتهم وخدماتهم مع احتياجات المسافرين المسلمين.

6.2.2-السفر في رمضان: لا يزال هناك اتجاه قوي للمسافرين المسلمين الباحثين عن تجارب رمضانيه فريدة خلال شهر رمضان من خلال القيام بسفر العمرة خلال هذه الفترة، زيادة في الأعمال التجارية والاحتفالات الشعبية المرافقة لهذا الشهر الفضيل.

7.2.2-السفر التجاري: من المتوقع أن ينمو السفر التجاري بسرعة لتلبية احتياجات العدد الكبير للمسلمين المتواجدين في الاقتصادات النامية مثل إندونيسيا وماليزيا، تركيا والاقتصادات في مجلس التعاون الخليجي، دخول المهنيين المسلمين الجدد (ذكورا وإناثا) والقوي العاملة والمسافرين من رجال الأعمال المسلمين) . (Mastercard- Crescentrating, 2015-2022, p. 05)

إن تعريف السائح المسلم سيكون مختلفا بسبب الأنشطة، من حيث الدوافع والمطالب. وعلى العموم المسافر المسلم يقرر السفر إلى الخارج من أجل زيارة الأصدقاء والأقارب أو غيرها من الأغراض وعلاوة على ذلك لا يجوز للسائح المسلم اختيار وجهه معينه إلا إذا توفرت القيم والممارسات الإسلامية ذات الصلة بالممارسات السياحية.

ومما لا شك فيه توافر هذه الصفات وكيف تؤثر على السياحة التجارية الإسلامية من خلال مساعدة المسوقين للوجهات السياحية على تصميم المنتجات والخدمات التي ترضي السياح المسلمين وتزيد من عدد السياح الوافدين وتعزيز النمو الاقتصادي (Intan Shafina Suid & Nor Ashikin Mohd Nor and Hamimi Omar, 2017, p. 256)

3.2 الاتجاهات الجديدة في المنتجات والخدمات السياحية الإسلامية عالمياً:

بدأت منتجات وخدمات السياحة الإسلامية في التكاثر والتنوع، وقد دخل لاعبين جدد في هذه السوق إضافة إلى العرض العالمي منه بالإضافة إلى إنشاء عروض المنتجات والخدمات الجديدة خاصة في قطاع الفنادق والمطاعم لاستيعاب احتياجات المسافرين المسلمين بما في ذلك الرحلات البحرية الصديقة للمسلمين وخطوط الطيران وتطبيقات السفر المتنقل. ومن أهم مظاهر الاهتمام العالمي بالسياحة الإسلامية ما يلي:

-بدأت سلاسل الفنادق حول العالم في العمل في استيعاب ما يحتاجه المسلمين المسافرين في محاولة لدخول سوق السياحة الإسلامية المربح رغم عدم وجود توحيد شهادة تصنيف الفنادق الحلال فكل فندق اعتمد على معايير خاصة به، فبعض الفنادق يقدم الطعام الحلال فقط، في حين يقدم البعض الآخر بالإضافة إلى غرف الصلاة مرافق الترفيه المنفصلة بين الرجال والنساء وفي المنتجعات الصحية، كما حصلت بعض الفنادق على شهادة حلال من هيئات التصديق.

-تزايد عدد المطاعم الحلال المعتمدة للمسلمين: تختلف البلدان من حيث مستوى الامتثال للشريعة الإسلامية، فالمطاعم الصديقة للمسلمين تقدم بعض الخيارات الحلال فقط، في حين أن البعض الآخر يقدم الطعام الحلال الذي أعد في المطابخ المعتمدة على الحلال.

-توسع قطاع خدمات السفر وتكيفه مع المسافرين المسلمين وقد وضعت كل من الوكالات الحكومية والقطاع الخاص بصماتها على سوق السياحة الإسلامية في قطاع خدمات السفر وخاصة من حيث تطوير مواقع السفر وإيجاد تطبيقات مساعدة على ذلك.

-تكيف قطاع النقل بشكل متزايد مع احتياجات المسافرين المسلمين سواء من حيث مقدمي الخدمات الرئيسية التي تم إضافة تغييرات طفيفة عليها، مثل تقديم وجبات الطعام الحلال في المطارات والرحلات على متن الطائرات وفي الرحلات البحرية، أو من حيث مزودي الخدمات المتخصصة الذين يسعون إلى توفير منتج أكثر تصميمًا كما هو الوضع

في حظر الرحلات الكحولية على متن الطائرات والرحلات. وتوفير الترفيه المتوافق مع الشريعة بالإضافة هناك العديد من الوجهات تجعل المطارات الخاصة بهم صديقة للمسلمين من خلال توفير مناطق الصلاة والمراحيض.

3. اللاعبين الأساسيين في تنشيط سوق السياحة الإسلامية بتركيا

بحثاً عن انتعاش القطاع السياحة الإسلامية في تركيا، وإفساح المجال لها لتشغل مردوداً أكبر في اقتصاد تركيا، فإن الحكومة التركية تعمد إلى جذب المزيد من السياح لتنشيط أهم محركاتها الاقتصادية الأساسية، ولتحقيق المزيد من الجذب تركّز تركيا على مجموعة من السياسات نذكرها كما يلي:

1.3- السياسات الحكومية: من بين الإجراءات التي اتخذتها الحكومة التركية لتشجيع السياحة الإسلامية ما يلي:

1.1.3- تسهيل منح تأشيرات الدخول: على الصعيد العالمي تسهل منح تأشيراتها اتجاه البلدان التي ترغب في جذب المزيد من السياح منها. (Azerbaijan Entry, 11 Nov. 2016).

2.1.3- تقديم الإعانات: تقدم العديد من الدول الإسلامية وغير الإسلامية بما في ذلك تركيا إعانات لموردي السياحة خاصة فيما يتعلق بالحصول على شهادة الحلال من خلال تقديم إعانات لتشجيع الموردين على الحصول على شهادة الحلال.

3.1.3- تقديم التحفيز المالي للمؤسسات العاملة بالقطاع: هناك حوافز تقدمها الحكومة التركية مثل ما تقدمه مؤسسة **KOSGEB** (إدارة التنمية ودعم الشركات صغيرة والمتوسطة) للشركات السياحية من دعم مالي يصل إلى 75% من إجمالي نفقات التسويق في الأسواق الخارجية، مثل حضور معرض في الخارج أو تنفيذ حملة تسويقيه في السوق الأجنبية، بالإضافة إلى موقع جديد للحجز عبر الإنترنت **Halalinn.com** مدعم من طرف **KOSGEB** وهو يوفر للعملاء المسلمين القدرة علي اختيار المنتجات والخدمات الحلال التي تقدمها 700 فنادق تركيا، بما في ذلك الفنادق التقليدية التي قررت تخصيص منتجاتها وخدماتها لتلبية احتياجات المسلمين) (Pekacar, april 2016.)

وبسبب الانخفاض الحاد في عدد السياح بعد الأزمة مع روسيا، أعلنت الحكومة التركية عن حوافز دعم الطوارئ لصناعه السياحة من أجل جذب السياح الأجانب من

بلدان أخرى، وخاصه من منظمه المؤتمر الإسلامي الأسواق في 2016 وسيحصل السائح من الدول الأعضاء في منظمه المؤتمر الإسلامي من منطقه الخليج واسيا الوسطي على التمويل يصل إلى 35 مليون \$ مقدم من طرف صندوق ضمان الائتمان التابع للحكومة (Incentives Tourism., (5 Mar. 2016)).

2.3 إنشاء هيئات داعمة للسياحة الإسلامية:

هناك العديد من المؤسسات الحكومية والخاصة الداعمة لهذا القطاع تتمثل في:

1.2.3 - وزارة الثقافة والسياحة: تمثل الجهة التنظيمية العليا للسوق السياحية الإسلامية، وفي السنوات الأخيرة حاولت الوزارة القيام بدور نشط في السوق من خلال ما قدمه المهنيون من اقتراحات أهمها: إنشاء إدارة جديدة في وزارة الثقافة والسياحة لتعزيز منتجات وخدمات السياحة الإسلامية، وهذا أمر حيوي بالنسبة لتركيا إذا أرادت أن تصبح لاعبا رئيسيا في سوق السياحة الصديقة للمسلمين.

2.2.3 - اتحاد وكالات السفر التركية: يشمل 8633 وكالة سفر بما في ذلك وكالات السفر الكبرى في جميع أنحاء تركيا وهو شريك مع الحكومة في تنظيم هذا القطاع.

3.2.3 - اتحاد فنادق تركيا: (TÜROB): يمثل أكثر من 20 % من قطاع السياحة في عضو في رابطة الفنادق والمطاعم الدولية ومنظمه السياحة العالمية، يقوم بدراسات استقصائية لتحسين التسويق والترويج وتطوير المبيعات في الأسواق المحلية والدولية. (TUROB, (2016))

4.2.3 - اتحاد الفنادق التركية (TÜROFED) يضم 9 جمعيات سياحية مختلفة، والتي تمثل 766 شركة سياحية التي لديها 1 مليون موظفا في جميع أنحاء تركيا. وهي واحدة من أكبر المجموعات المحركة لهذا القطاع.

تقوم **türofed** بإعداد التقارير الدورية وإجراء البحوث لأعضائها وتنظيم فعاليات التسويق المنتجات والخدمات السياحية لأعضائها- (UROFED Magazine, May-June 2016))

5.2.3 - جمعية مستثمري السياحة التركية (TYD): استثمرت لتوفير 285127 سرير والتي تمثل 25% من إجمالي الأسرة في تركيا، وهي أكبر مجموعه مستثمرين في هذا القطاع. ولهذا الجهاز تمثيل قوي فيما يتعلق بالحوافز التي تحددها الحكومة (Portfolio, (2016).)

6.2.3-وكالات السفر الصديقة للمسلمين: بالنسبة للسائح المسلم الذي يبحث عن باقة سياحية بديلة، فإن اختيار وكالة السفر الخاصة به له أهمية، ويفضل المئات من وكالات السفر التي تخدم 1 مليون من المسافرين المسلمين الأتراك لسوق الحج والعمرة كل عام، كما بلغ عدد وكالات السفر من الدرجة الأولى 557 وكالة، مع العلم أن أكثر من نصفهم لديهم تجارب من سوق الحج والعمرة.

3.3منتجات وخدمات السياحة الإسلامية والفنادق الصديقة للمسلمين:

لتركيا حوالي 4248 إقامة سياحية 200 منهم يطلقون على أنفسهم "الفنادق الإسلامية،" الفنادق البديلة"، "الفنادق الحلال"، "الفنادق غير الكحولية" أو "صديقه للعائلة (Necip Fuat Ersoy, (April 2016)

وهناك أكثر من 700 الفنادق توفر ما لا يقل عن واحد أو أكثر من منتجات والخدمات الحلال. من بين هذه الفنادق نجد فندق **Bera Alanya** دخل حيز الخدمة سنة 2007 وهو أحد الفنادق الإسلامية الرائدة في تركيا، يستوعب شرائح مختلفة من العائلات المسلمة، تقوم إدارة الفندق بإجراء استطلاعات لآراء العملاء باستمرار لأجل تطوير منتجات وخدمات جديدة من الصفر أو تحديثها بناء على نتيجة هذه المسوحات . بالإضافة إلى الفنادق **IC** التي تعتبر واحدة من أكبر السلاسل الفندقية السائدة في تركيا، وتستهدف جذب السياح المسلمين فضلا عن العملاء التقليديين. وترحب إدارة الفندق بطلبات السياح الصديقة للمسلمين وهي لا تفرض أي رسوم إضافية عليها.

ولعل أهم عوامل نجاح المنتجات التي تقدمها الفنادق التركية عدة نذكرها كما يلي:
-تتكيف الفنادق التقليدية مع منتجات وخدمات السياحة الإسلامية بشكل أسرع من المتوقع مع توسع قاعده العملاء بشكل مطرد.

-الفنادق التركية حريصة على الإعلان على الأقل على خدمة واحد أو أكثر من المنتجات والخدمات الإسلامية حتى ولو لم تكن قادرة على تقديم الخدمات بشكل كامل، وقد سجل أكثر من 700 فندق في موقع **Halalinn.com** .

-الموظفون المتعلمون هم المفتاح الذهبي للحفاظ على ولاء السياح المسلمين.
-فجوه الاستثمارات الجديدة في السوق: فالاتجاه الجديد في تركيا هو تحول الفندق من تقليدي إلى فندق صديق للمسلمين وتحت ارتفاع تكلفة الاستثمار في الفنادق الإسلامية

اجتذبت هذه الفكرة أصحاب الفنادق التقليدية (Standing Committee for Economic and Commercial, 2016, p. 1116) .

4.3 تنوع أنظمة النقل السياحي الصديق للمسلمين:

تنوعت وسائل النقل السياحي في تركيا من بري وبحري وجوي نبرزها كما يلي:

1.4.3- الخطوط الجوية الصديقة للمسلمين: تلعب الطيران دورا محوريا في دعم السياحة فهناك أكثر من 52 % من سفر السياح الدوليين يتم عن طريق الجو (Noman Khan (2015), p. 16) .

فالخطوط الجوية التركية (THY) هي ثاني أكبر شركة طيران والرائدة في تقديم الخدمات الغذائية الحلال مع وجود خيار وجبة المسلمين في قائم خدماتها كما أن الصلاة قبل الإقلاع ليست خدمة في صناعه الخطوط الجوية التركية، ولكن إذا كانت الرحلة رحله طيران إلى الحج أو العمرة، فإنها تسمح للمرشد الديني بالدعاء، وتلاوة القران من ميكروفون الطائرة (Online Food Order. 1 May 2016) . وشركة الطيران الوحيدة التي لديها منطقه للصلاة في الطائرة هي الخطوط الجوية العربية السعودية في رحلاتها المستأجرة من تركيا إلى الحج والعمرة والخطوط الجوية الماليزية على رحلاتها الطويلة.

2.4.3- المطارات الصديقة للمسلمين: يوجد في تركيا 57 مطار مدني 17 منها دوليه تحتوي جميع المطارات ومراكز التسوق على مساجد ومرافق اغتسال للمسافرين (أقسام الطعام الحلال بالكامل (الطعام والعمليات) ، ولكن بعض السلاسل الغذائية التي تعمل داخل المطارات تستخدم منتجات حلال معتمدة، على سبيل المثال أعلنت برغر كينغ وماكدونالدز أن جميع منتجات اللحوم لديها شهادات الحلال.

3.4.3- مرافق النقل الصديقة للمسلمين: معظم محطات البنزين المتوسطة والكبيرة ومحطات التوقف لديها مسجد ومرافق الاغتسال على طول الطرق السريعة والطرق بين المدن في تركيا، ويوجد في الحافلات والعبارات البحرية العامة (التي يديرها القطاع الحكومي أو الخاص) مسجد ومرافق اغتسال (Standing Committee for Economic and Commercial Co, February 2016, p. 1112) .

5.3 الحجز الإلكتروني الصديق للمسلمين:

تم تطوير أدوات التصفح عبر الإنترنت لحجز الفنادق الإسلامية التي تسمح للعملاء باختيار واحد أو أكثر من المنتجات والخدمات الحلال في الفنادق التقليدية ويوجد أكثر من 15 موقع مختلفة تعمل على تسويق الفنادق الصديقة للمسلمين.

ومن بين المواقع الأكثر استعمالاً موقع **Halalinn.com** تأسس من قبل مجموعة أطلس في 2014 ومقرها في كونيا، يضم جميع أسماء الفنادق الإسلامية والفنادق التقليدية التي تقدم خدمة واحدة علي الأقل من المنتجات أو الخدمات الحلال يسمح هذا الموقع الجديد للحجز عبر الإنترنت بتصفية وتخصيص المنتجات والخدمات السياحية الإسلامية القائمة علي احتياجات العملاء المسلمين، والتي تتضمن حتى الفنادق التقليدية بالإضافة إلى الفنادق الإسلامية، ففي سنة 2016 ضم أكثر من 700 الفنادق علي قاعده بياناتها في جميع أنحاء تركيا. ((Halalinn, (2016, April)

6.3 التسعير: تسعير خدمات السياحة الإسلامية غير متناسقة داخل السوق السياحة

الإسلامية لسببين:

- السوق هو سوق متخصصة فمعظم المنتجات التي تم تحويلها حديثاً من المنتجات التقليدية إلى منتجات إسلامية بسبب ارتفاع الطلب على الخدمات الإسلامية.
- العديد من الوافدين الجدد من مقدمي الخدمات السياحية عديمي الخبرة لذا لديها هيكل تسعير عشوائي. ويعتبر فندق بيرا هو واضع السعر الأولي في السوق السياحة الإسلامية، ثم تتبعته الفنادق الأخرى.

وفرضت الفنادق السياحية الإسلامية (معظمها خمسة نجوم) أسعاراً أعلى بنسبه 30 % من منافسيها التقليديين في سنة 2016، ووفقاً للمقارنات المأخوذة من مواقع الحجز عبر الإنترنت، فإن فجوة الأسعار تضيق عندما تخفض النجوم إلى أربعة أو ثلاثة نجوم، حيث أصبحت أسعار الفنادق الصديقة للمسلمين تقريبا نفسها أو حتى أقل تكلفه من نظيراتها التقليدية.

وفقاً لأسعار البحث والمقارنات الشاملة لجميع الأسعار الحجز المبكر لشخصين لليلة واحدة في الفنادق الرائدة في سوق السياحة الإسلامية هي في المتوسط هي 209€ لشهر يوليو، 117€ لشهر أغسطس، و78€ سبتمبر-أيلول 2016، وهذه الأرقام تزيد بنسبه

20% إلى 30% عن معدلات الفنادق التقليدية الخمس نجوم ذات مستويات خدمة مماثله .

ويمكن رؤية الاختلافات الكبيرة في الأسعار لنفس الغرفة تقريبا في جميع الفنادق بما في ذلك الصديقة للمسلمين منها بيع ما لا يقل عن 30% من غرفهم إلى وكالات السفر الدولية العملاقة مثل توماس كوك مع سعر مخفض بشكل كبير تصل إلى 50%- 60% من 6-8 أشهر قبل بدء موسم السياحة ، ولكن وكالات السفر المحلية لا تملك نفس القوة المالية الأجنبية، بينما تبيع وكالات السفر الأجنبية الفنادق التركية من 20-25 يورو في الليلة الواحدة إلى السياح الأتراك الذين يعيشون في ألمانيا، وتبيع وكالات السفر المحلية نفس الغرفة للسياح الأتراك المحليين مقابل 35-40 يورو، ولذلك، فإن هذه الفجوة تخلق الصراع وعدم الثقة بين السياح المحليين للفنادق لان لديهم لدفع ما يقرب من ضعف بالمقارنة مع السياح الأجانب للبقاء في نفس الفندق.

4- تحليل تنافسية قطاع السياحة الإسلامية بتركيا

يشهد قطاع السياحة الإسلامية في تركيا نموا هادئا ومستمرًا خلال السنوات الأخيرة مما يضيف إلى صناعة السياحة التركية عائدات سنوية تقدر بنحو 26 مليار دولار.

1.4 نقاط قوة السياحة الإسلامية في تركيا

بدأ النشاط السياحي المكثف في تركيا مع قانون تحفيز السياحة سنة 1982، وقبل سنة 2000 لم تكن تصنف تركيا ضمن الوجهات السياحية العشرة الأولى من حيث السياح الوافدين، وقد لوحظ أن العقد الأخير (2002-2012) كان من أكثر الفترات التي شهدت استقرارا سياسيا وازدهارا اقتصاديا وقد أدى الاستقرار السياسي في البلد إلى تحسينات في العديد من المجالات بما في ذلك بناء البنية التحتية ، والعلاقات الدولية وإدارة الأحداث والتي كان لها جميعا تأثير قوي علي تنمية السياحة ، ويمكن إبراز أهم نقاط القوة للسياحة الإسلامية في تركيا كما يلي:

بذلت تركيا جهودا كبيرة لتشجيع السياحة من تخطيط وبنية تحتية والبحث عن الاعتراف في الأسواق الأوروبية والروسية، فضلا عن الأنشطة الترويجية، وزيادة عدد السياح، وتنويع المنتجات، وتكثيف السياحة الإسلامية، بالإضافة إلى نمو قطاع الخطوط الجوية التركية بسرعة ليصبح محور النقل الجوي العالمي (تخدم أوروبا وإفريقيا وأسيا)، وفيما

يتعلق بالأغذية الحلال، فإن شركات الطيران على موقعها الإلكتروني تنص على أن جميع الوجبات التي تقدم على متن رحلاتها تتفق مع المعتقدات الدينية الإسلامية .

-لقد استفادت تركيا من تنميه طبقتها المتوسطة، فقد صممت أنواعا مختلفة من الأسواق السياحية معتمدة على التنوع الثقافي والتاريخ الغني ما يجعلها واحدة من أكثر الوجهات جاذبيه في العالم. وفي الوقت الحالي، تحتل المرتبة الثانية بين الوجهات الأكثر شعبيه للسياح المسلمين في 2022، ومن الناحية الجغرافية، فإن تركيا قريبة من أوروبا ومن الدول العربية والخليجية .

وتقدم العديد من الفنادق في تركيا عطلات محافظة تستهدف السكان المسلمين الأثرياء. هذه الفنادق تقدم الخدمات مصممة وفقا للمبادئ الإسلامية.

وتعتبر أنطاليا وإسطنبول وموغلا هي المدن السياحية الرئيسية الثلاث في تركيا وتستوعب هذه المدن نحو 50% من السياح الدوليين إلى البلد.

-الفنادق التي تستخدم مفهوم السياحة الإسلامية تستخدم مرافق الفندق المتوافقة مع مفهوم السياحة الإسلامية من بينها برك ومرافق الشواطئ للرجال والنساء، وتطبيق بعض قواعد اللباس، ففي بعض المناطق لا يقبل الأطفال الجنس المعاكس ست سنوات وما فوق لمراقبة عائلاتهم في السباحة وحظر التصوير في مرافق السباحة، وتشجيع البرامج الاجتماعية ذات المحتوى الإسلامي .

-وجود أنواع رئيسية من أنشطه ومنتجات السياحة الإسلامية: يمكن تصنيف مرافق الإقامة التي تخدم صناعة السياحة الإسلامية في تركيا إلى مجموعتين:

-**المرافق الساحلية:** وهي تمثل مفهوما جديدا نسبيا للسياحة التركية. ويتزايد عدد هذه المرافق تقع معظم المرافق الساحلية التي تطبق مفهوم السياحة الإسلامية في المنطقة المجاورة لمنتجع الانيا السياحي الشهير .

-**المجموعة الساخنة:** تركيا غنيه بالمياه الساخنة (الحرارية) منها مرافق الساخنة (الحرارية) التي تلبى احتياجات كل من السياحة الصحية والسياحة الترفيهية... الخ ، ومن المحتمل أن تكون الدولة الأولى في أوروبا من بين سبعة بلدان في العالم.

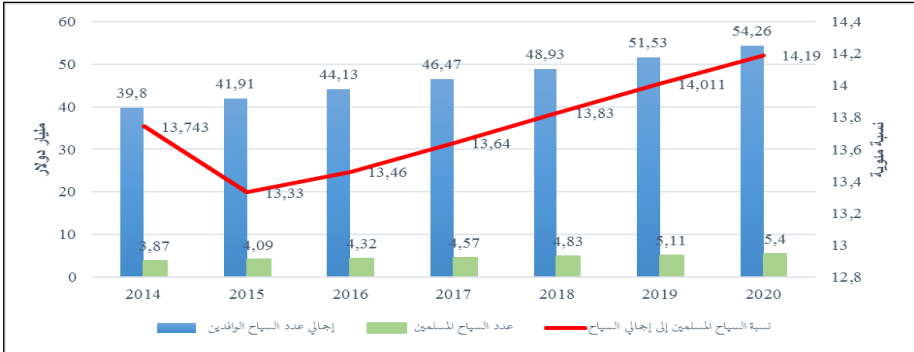
4. الأهمية الاقتصادية للسياحة الإسلامية في تركيا

يعد السفر والسياحة أحد أكبر المحركات الاقتصادية، التي لا تخلق روابط ثقافية فحسب، بل تسهم أيضا في التقدم الاقتصادي للعالم. وتسهم صناعه السياحة بنسبة 9% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي. لذا سنحاول دراسة الأثر الاقتصادي للسياحة الإسلامية في تركيا من حيث تطور عدد الزوار المسلمين الوافدين، الإنفاق السياحي لهؤلاء السياح، ثم نسبة مساهمة السياحة الإسلامية في التنمية الاقتصادية.

4. 1.2- تطور عدد السياح المسلمين والإنفاق السياحي بتركيا

تعيش صناعة السياحة الإسلامية فترة من النمو المتسارع في تركيا التي شهدت إقبالا كبيرا من السياح العرب والمسلمين وحتى نسبة من الأجانب (انظر الشكل رقم 1).

الشكل رقم 1 : تطور عدد السياح المسلمين بتركيا خلال الفترة (2014-2020)



المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على (Standing Committee for Economic and Commercial Co, February 2016, p. 107).

من خلال الشكل نلاحظ أن تركيا استضافت ما يقرب من 40 مليون سائح أجنبي في 2014 وكان أكثر من 3.5 مليون منهم من السياح المسلمين، وقد ارتفعت نسبة السياح المسلمين من إجمالي السياح الوافدين إلى تركيا من 13.73% سنة 2014 إلى 13.83% سنة 2018، ويتوقع أن يزيد عدد السياح إلى 63 مليون سائحا وعائدا سياحيا إلى 50 مليار \$ سنة 2023. هذا الارتفاع في عدد السياح قابله زيادة في النفقات السياحية الصادرة والواردة إلى تركيا (الجدول رقم 1).

الجدول رقم 1: تطور النفقات السياحية الصادرة والواردة لتركيا خلال الفترة (2014-
الوحدة: مليار \$ (2020)

2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	
29,5	31,18	32,96	34,84	36,82	38,92	41,4	مجموع النفقات الواردة
7,7	7,22	6,77	6,34	5,94	5,59	5,47	مجموع النفقات الصادرة
21,8	23,96	26,19	28,5	30,88	33,33	35,93	رصيد الميزان السياحي

Source: (Standing Committee for Economic and Commercial Co, February 2016, p. 107).

من جدول نلاحظ أن سنة 2014 كانت أعلى قيمة للنفقات الواردة بـ \$41.4 مليار مع ملاحظة انخفاض النفقات الواردة إلى تركيا ابتداء من سنة 2015 بسبب المخاوف الأمنية والنزاعات السياسية في السنوات الأخيرة، ووفقا لجمعية وكالات السفر التركية التي تمتلك 1.1 مليون سريرا مع 4248 مؤسسة سياحية بما في ذلك الفنادق التي يبلغ عددها 5 684 ذات خمسة نجوم نجمة (Standing Committee for Economic and Commercial Co, February 2016, p. 107) من المتوقع أن ينمو السوق من خلال العطلات الشاطئية للمسلمين المحافظين، بالإضافة الى ملاحظة ارتفاع النفقات الصادرة التي وصلت إلى 7.7 مليار \$، سنة 2020 (Ezgi Erkoyun, . (23May, 2018).)

4. 2.2-تقييم الأداء الاقتصادي للسياحة الإسلامية في تركيا

تعكس مرتبة الدول ضمن مؤشر تنافسية السياحة الإسلامية ومؤشر العالمي للسفر على الأهمية الاقتصادية للسياحة الإسلامية، حيث نجد الدول التي تحتل المراتب الأولى في مؤشرات التنافسية السياحية نجد لها مساهمة موجبة للسياحة في النشاط الاقتصادي والعكس صحيح. (فاطمة الزهرة بن زيدان، 2018، صفحة 107) وبين لنا الجدول رقم 2 مساهمة السياحة الإسلامية في تركيا في النشاط الاقتصادي نبينها كما يلي :

الجدول رقم 2: الأهمية الاقتصادية للسياحة الإسلامية لتركيا 2015

الدولة	الناتج المحلي الإجمالي المباشر	نسبة الناتج المحلي الإجمالي المباشر للسياحة الإسلامية	التوظيف المباشر	تأثير الضرائب (مليون \$)
تركيا	2,700	14%	140.000	1,250

Source: (salam standard, november 2016, pp. 11-13).

-أثر الناتج المحلي الإجمالي المباشر للسياحة الإسلامية: يشمل الناتج المحلي المباشر الشركات التي تستقبل الإنفاق السياحي على سبيل المثال، المطاعم والفنادق والأماكن الثقافية ووكلاء السفر والخطوط الجوية والنقل المحلي وتجارة التجزئة (salam standard, november 2016, pp. 11-13) ، وقد بلغ الناتج المحلي الإجمالي المباشر للسياحة المسلمة الوافدة 2.70 مليون \$ بنسبة 14 % من الناتج المحلي الإجمالي المباشر.

-الأثر المباشر للسياحة الإسلامية في التوظيف المباشر: السفر مسلم يدعم أكثر من 1.8 مليون وظيفة في جميع أنحاء العالم، وبهذا الحجم فهي تدعم العديد من فرص العمل في الشركات التي توفر خدمات السياحة المباشرة وقد خلق هذا القطاع ما يقارب 140.000 وظيفة مباشرة.

-الإيرادات الضريبية من السياحة الإسلامية: ومن الطرق الأخرى التي تستفيد منها اقتصاديات السياحة الإسلامية من خلال ضريبة المدفوعات التي يولدها السفر إلى هذه الدول على سبيل المثال، تجميع العديد من ضرائب المبيعات على السلع والخدمات التي اشتراها السياح وعلى الشركات أيضا التي تباع هذه السلع والخدمات دفع ضريبة على أرباحها، فضلا عن الضرائب العقارية والتراخيص والرسوم المماثلة. وأخيرا، تدفع ضرائب الدخل على أجور العمال الذين يعتمد عملهم على سفر المسلمين الوافدين.

3.4 تركيا ضمن مؤشر السياحة الإسلامية عالمياً.

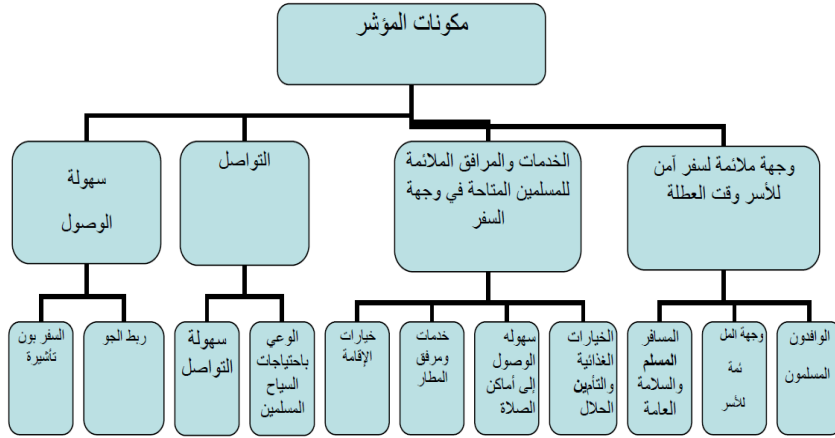
تمثل التنافسية معياراً لتقييم الأداء الدول مقارنة بغيرها من دول العالم وذلك للوقوف على جوانب القوة والضعف لها في مجال المقارنة (-هاني نوال، 2013، صفحة 77)، وسنستخدم المؤشر العالمي لسفر الإسلامي (GMTI) للتحليل هذه التنافسية .

1.3.4-مؤشر السفر الإسلامي: صدرت الطبعة الأولى من المؤشر العالمي لسفر الإسلامي من ماستركارد-كريسناتاست (GMTI) في مارس 2015 ويغطي 100 وجهة. لتصبح 130 في 2016، 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 التأشيرات- (Mastercard-Crescentrating, 2015, p. 10)

وقد أدخلت هذه التحسينات للإشارة إلى الأهمية المتزايدة للسياحة الحلال، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه التغييرات تزيد من تعزيز المستوى الرئيسي للموارد المالية باعتباره مؤشر رئيسي لقياس مستوى الوجهة السياحية الصديقة للمسلمين (Nurhafihz, 2018, Apr)

وينظر مؤشر السفر العالمي للمسلمين إلى بيانات دقيقة تغطي 130 وجهة، وهذا يعد ارتفاعاً من عام 2015 حيث كانت عدد الوجهات 100 فقط. هذه أول مرة تقدم فيها مثل هذه النظرة الشاملة حول إحدى القطاعات السياحية الأسرع نمواً في العالم. ويساعد المؤشر على تحديد الوجهات ومقدمي الخدمات السياحية، كما يساعد المستثمرين على متابعة صحة ونمو هذا القطاع السياحي أثناء تقييم تقدمهم الفردي في الوصول إلى هذه الشريحة النامية.

الشكل رقم 2: مكونات المؤشر العالمي لسفر الإسلامي (GMTI)



Source : (ORGANISATION OF ISLAMIC COOPERATION, 2017, p. 09).

وتم احتساب معدلات لجميع الجهات المئة والثلاثون في مؤشر السفر العالمي للمسلمين باعتبار معايير تضمنت ملاءمتها كوجهة للسفر العائلي، ومستوى الخدمات والتسهيلات التي تقدمها، وخيارات السكن، والمبادرات التسويقية، إضافة إلى عدد الزوار القادمين. بعد ذلك تم إعطاء كل معيار وزن لاحتساب المعدل الإجمالي للمؤشر. وتمت إضافة معيارين جديدين هذا العام - سهولة الوصول إلى الوجهة جويًا والقيود على التأشيرات من أجل تحسين المؤشر.

2.3.4 - ترتيب تركيا ضمن المؤشر العالمي للسفر الإسلامي.

تركيا البلد النابض بالحياة منذ فتره طويلة ووجهه جذب السياح من جميع أنحاء العالم وقد جاء ترتيب تركيا في هذا المؤشر، وقد جاء ترتيب تركيا في هذا المؤشر نبينه في الجدول رقم 3، حيث حافظت ماليزيا على مكانتها عالميا كأفضل وجهة للمسلمين منذ ظهور المؤشر لأول مرة في عام 2015 (Crescent rating , 2022) ، بينما انتقلت تركيا من المرتبة الثالثة سنة 2015 إلى المرتبة الثانية خلال سنتي 2021 و2022 رغم التأثيرات السلبية لجائحة كورونا على القطاع السياحي بصفة عامة.

الجدول رقم 3: تطور ترتيب تركيا في مؤشر السياحة الإسلامية GMTI من
2022-2015

الرتبة	2015	2016	2018	2019	2021	2022
1	الإمارات	ماليزيا	ماليزيا	ماليزيا	ماليزيا	ماليزيا
2	ماليزيا	الإمارات	اندونسا	اندونسيا	تركيا	اندونسيا (2)
3	تركيا	تركيا	الأمارات	تركيا	السعودية	السعودية (2)
4	سنغافورة	إندونيسيا	تركيا	السعودية	اندوسيا	تركيا (2)
5	الأردن	تايلاندا	السعودية	الامارات	الامارات	الامارات
6	جـزر المالديف	السعودية	قطر	قطر	قطر	قطر
7	ايران	تونس	البحرين	المغرب	سنغافورة	ايران
8	لبنان	جـزر المالديف	عمان	البحرين	البحرين	الاردن
9	عمان	قطر	المغرب	عمان(8)	ايران	البحرين
10	السعودية	الأردن	الكويت	بروناي	عمان	سنغافورة

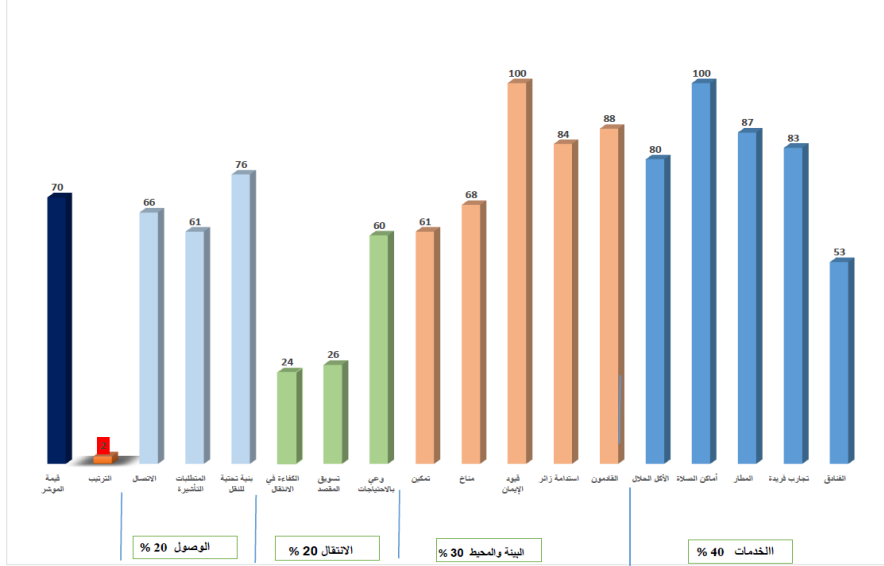
المصدر : تم إعداده اعتمادا على تقارير - (Mastercard-Crescentrating, 2015-2022).

هذه النتيجة جاءت أن تركيا حاليا تستحوذ على حصة 2 % في السوق العالمية للسياحة الإسلامية، أي حوالي 226 مليار \$ ولكنها تتطلع إلى رفع هذه الحصة إلى 10%، بالإضافة إلى أنها الرائدة في المنتجات الشاطئية الصديقة للمسلمين في العالم، مع العديد من الأمثلة الناجحة للمنتجات التي تلبي احتياجات المسلمين حصريا. (Standing Committee for Economic and Commercial Co, February 2016, p. 107).

احتلال تركيا المرتبة الثانية عالميا في مؤشر السفر الإسلامي بـ 70 نقطة سنة 2022، هذه المرتبة تعود إلى تاريخها الرائع وثقافتها وعاداتها، إلى جانب معالمها المذهلة والعمارة الجميلة، يظهر من خلال حصولها على النقطة 100 في المؤشر الفرعي لاماكن الصلاة، حيث تنتشر المساجد في جميع أنحاء البلاد، السياح المسلمون يمكن أن يصلوا

أينما يريدون أثناء سفرهم في تركيا فلديها 87.000 مسجداً، إسطنبول لوحدها 3.200 مسجد (direction general of promotion MUSLIM (MFT)).

الجدول رقم 4 : ترتيب تركيا في المؤشرات الفرعية لمؤشر GMTI سنة 2022



Source : (Mastercard-Crescentrating, 2015-2022).

كما حصلت على 68 نقطة في مؤشر مناخ نظرا لامتلاكها المناظر الطبيعية الخلابة وموقعها يجعلها واحده من وجهات السفر الأكثر شعبية في العالم. تركيا لديها أيضا أشهر المطاعم في العالم ومعظم الذين يسافرون للتذوق واكتشاف أطباق جديدة مثيره هذا ما جعل قيمة مؤشر الفرعي للطعام تصل إلى 80 نقطة وتقريبا جميع المواد الغذائية الموجودة في جميع أنحاء تركيا حلال لان معظم سكانها مسلمين، كما احتلت المرتبة الأولى في مؤشر الاتصال الجوي بـ 87 نقطة متقدمة بذلك عن كل من ماليزيا، الإمارات، أندونيسيا فمطار أتاتورك الدولي في إسطنبول هو واحد من أسرع المطارات نموا في العالم ويتم فيه تلبية الاحتياجات الأساسية للمسلمين إلى حد كبير. في حين حصلت على نقطة 35 في مؤشر الفنادق، إذ تعتبر الفنادق في تركيا من بين الفنادق التي تقدم خدمات تتوافق مع الشريعة الإسلامية، حيث نشر معهد المقاييس للدول الإسلامية القائمة الأولى لمعايير الفنادق المؤهلة بوصفها "فندق الحلال" وكان فندق بيرا الانيا أول فندق في حصل على شهادة الحلال للمطبخ والمواد الغذائية، ولكن الشهادة

الحلال اقتصر فقط على المطبخ وليس على الخدمات الأخرى ولحد الآن لا يوجد فندق معتمد بالكامل الحلال (Turkey's , (18 Jan2014), p. 105) .

5. خاتمة

السياحة الإسلامية هي اتجاه جديد للمنتجات السياحية التي تعتبر مساهما جديدا في الصناعة السياحية وتعتبر السياحة الإسلامية سياحة مستدامة لأنها تساهم بتأثيرات إيجابية على البيئة ولمجتمع وهذا بتوليد الدخل للسكان المحليين وقد أثار هذا المنتج الجديد في جميع أنحاء العالم موجة من الاستراتيجيات اتبعتها الكثير من دول من بينها تركيا التي وضعت خطط لتوفير ما يكفي من المنتجات والتسهيلات للسياح المسلمين. ولدى تركيا فرص كبيرة لتطوير السياحة الإسلامية كون الإسلام هو الدين الرسمي.

في نهاية هذه الدراسة، يمكن صياغة بعض النتائج والتوصيات المتعلقة بالجوانب المتصلة بقطاع السياحة الإسلامية، ذلك أن تنفيذها سوف يمكن تركيا وبما فيها الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي من تحسين مكانتها في سوق إسلامية وريح حصة أكبر من المسافرين المسلمين الوافدين.

برزت السياحة الإسلامية كجزء جديد هام من قطاع السياحة الذي لديه إمكانيات كبيرة غير مقلقة. ويتعين على جميع أصحاب مصلحة القطاع العام، والقطاع الخاص، والسلطات الدينية، وهيئات التقييس العمل معا لإطلاق طاقاتها.

الاسترشاد بالتعاليم والمبادئ الإسلامية من جميع جوانبها لتطوير أي استراتيجية أو تسويق منتجات السياحة الحلال.

هذا النوع من السياحة يمر بمرحلة تحول تتطلب إحداث أساليب جديدة في تسويق لها بدءا من الجذب السياحي والفنادق.

6. قائمة المراجع

دينار ستاندر. (2018/2017). تخطي النمط السائد . تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي، 2018/2017.

عرقوب خديجة ((أفريل، 2018)). مقومات نجاح السياحة الحلال في ماليزيا. مجلة البشائر الاقتصادية ، جامعة بشار،، 04(12).

فاطمة الزهرة بن زيدان. (2018). التحليل الاقتصادي لمصادر النمو المستدام لدول شمال إفريقيا - دراسة في الجغرافيا الاقتصادية. طروحة دكتوراه - ، كلية العلوم الاقتصادية جامعة الشلف.

- هاني نوال. (2013). تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية. مجلة الباحث (13).
- Azerbaijan Entry. ((11 Nov 2016).). *Visa Requirements Lifted for UAE.*
direction general of promotion MUSLIM (MFT). (s.d.). *MARKETING IN TURKEY* turkish ministry of culture and tourism.
- Ezgi Erkoyun. (. (23May, 2018).). *Turkey's halal-friendly tourism draws crowds.* Récupéré sur //www.csmonitor.com/World/Middle-East/2018/0523/Turkey-s-halal-friendly-tourism-draws-crowds,.
- Crescent rating . (2022). *GMTI 2022 Reports Top 20 OIC & NON OIC Destinations- GMTI Rankings.* Récupéré sur <https://www..com/magazine/all/4081/gmti-2022-reports-top-20-oic-non-oic-destinations-gmti-rankings.html>
- (MFT), d. g. (2016). *MARKETING IN TURKEY* turkish ministry of culture and tourism. .
- Halalinn. ((2016, April)). Récupéré sur Halalinn.com
- Incentives Tourism. ((5 Mar. 2016)). *Official Gazette of Turkish Republic.* TURSAB,.
- Intan Shafina Suid, & Nor Ashikin Mohd Nor and Hamimi Omar. (2017). *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*, 12(7), p. 256.
- Jaelani Aan. ((2016, March 3). *Islamic Tourism Development in Cirebon: The Study Heritage Tourism in Islamic Economic Perspective* Munich Personal RePEc Archive MPRA.
- Mastercard-Crescentrating. ((April 2018).). *Global Muslim Travel Index GMTI 2018.*
- Necip Fuat Ersoy. ((April 2016)). *business Development and SalesandMarketing.*
- Noman Khan . ((2015)). *Air Transport Industry. Contribution in world Economy) ourse:.* *Macro Economics MBA / MS (Aviation Mgt. PAF KIET A brief on Air Transport Industry., 116.*
- Nurhafihz. (2018, Apr). Récupéré sur <https://www.crescentrating.com/magazine/crescentrating->.
- ORGANISATION OF ISLAMIC COOPERATION. (2017). *STRATEGIC ROADMAP FOR DEVELOPMENT OF ISLAMIC TOURISM IN OIC. MEMBER COUNTRIES.* *The Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries.*
- Pekacar. (april 2016.). *Manager of Halalinn.*

- Portfolio. ((2016).). *Tourism Investments of TTYD Members. Investment. Turkish Tourism Investors Association.*
- salam standard. (november 2016). *The Global Economic Impact of Muslim Tourism. Annual Re-port 2015/2016.*
- Standing Committee for Economic and Commercial Co. (February 2016). *Understanding the Demand and Supply Sides in the OIC Member Countries. COMCEC COORDINATION OFFICE.*
- Standing Committee for Economic and Commercial. (2016). *Cooperation Muslim Friendly Tourism.*
- Turkey's . ((18 Jan2014)). *First 'Halal Compliance Certificate.. goes to Bera Alanya Hotel. Récupéré sur Recent News. Kombassan Holding (Parent Company of Bera Alanya Hotel).*
- TUROB. ((2016)). *Touristic Hotels and Investor Association. ields of Activity.*
- UROFED Magazine, U. (May-June 2016)).
- Writershttps, C. S. (Mar2016). *Defining what is Halal Travel or Muslim Friendly Tourism.: Récupéré sur CrescentRating Staff Writershttps: .//www.crescentrating.com.*