



ما فعلا تماشاچی هستیم

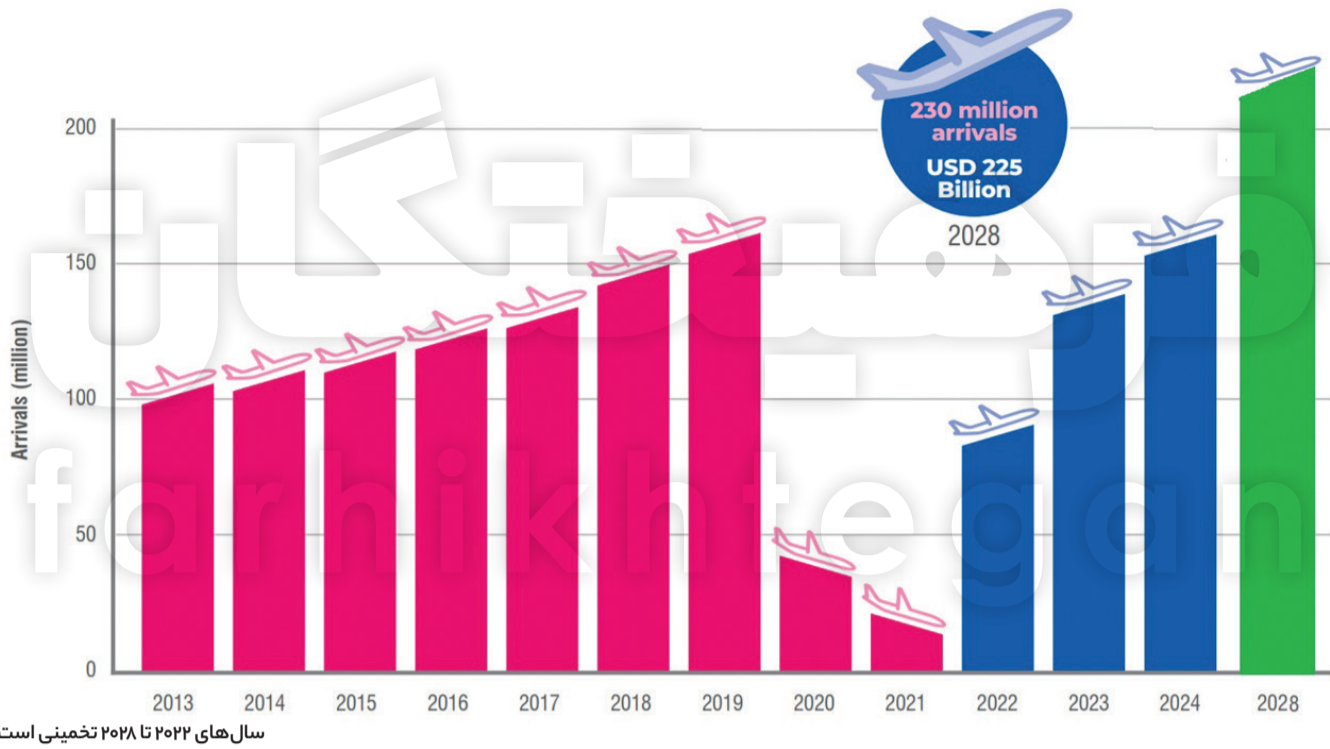
# بازار ۲۰۸ میلیارد دلاری گردشگری کشورهای اسلامی



سیدسجاد قوامی پژوهشگر

علاقه به محصولات و خدمات حلال در سال‌های اخیر در سراسر جهان به شدت افزایش یافته است. با توجه به این علاقه رو به رشد، تامین کنندگان بیشتری به این صنعت نقل مکان کرده‌اند و این صنعت به یک بخش تجاری پرسود تبدیل شده است که فراتر از بازار غذای حلال بوده و بازارهای مختلف مانند گردشگری اسلامی، امور مالی و سبک زندگی را در بر می‌گیرد. گسترش صنعت جهانی حلال منجر به افزایش مستمر اندازه بازار آن از ۳٫۲ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ به ۴٫۷ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰، رشد چشمگیر ۴۷ درصدی را در این دوره ثبت کرد. اگرچه همه گیری کووید-۱۹ به عملکرد رشد ضربه زده و چشم انداز صنعت حلال را بدتر کرده است، با همه این اوصاف تخمین زده می‌شود که اندازه بازار جهانی حلال در سال ۲۰۲۴ به ۶ هزار میلیارد دلار برسد. اهمیت جایگاه گردشگری حلال برای کشور عزیز ما ایران با توجه به نوع فرهنگ و آداب مردم ایران زمین می‌تواند رهیافتی بی‌بدیل باشد. در بررسی ذیل به وضوح ضعف ایران مشخص بوده و عملا جایگاهی در این بازار چند میلیارد دلاری ندارد.

## تعداد گردشگران مسلمان طی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۸ (میلیون نفر)



سال‌های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۸ تخمینی است

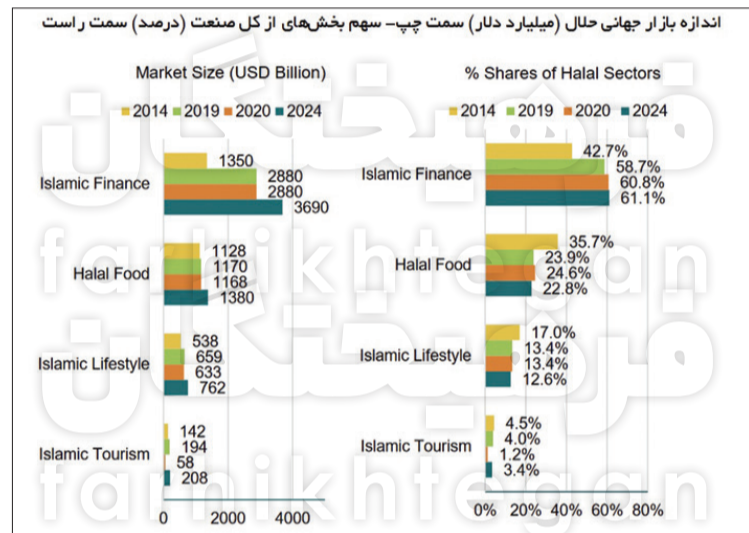
## رتبه ۷ ایران در پذیرش گردشگران اسلامی

(GMTI)، در سال ۲۰۲۲ ایران در بین کشورهای اسلامی، گرچه جزء بهترین کشورها در ظرفیت‌های گردشگری اسلامی است، اما رتبه کشورمان در جذب گردشگران مسلمان طی سال گذشته ۷ بوده است. در این رتبه‌بندی، مالزی در رتبه اول، اندونزی رتبه دوم، عربستان سعودی سوم، ترکیه چهارم، امارات پنجم، قطر ششم و ایران هفتم است.

رتبه	کشور	تغییر نسبت به ۲۰۲۱
۱	مالزی	۰
۲	اندونزی	۲
۳	عربستان سعودی	۱
۴	ترکیه	۰
۵	امارات عربی متحده	۰
۶	قطر	۰
۷	ایران	۱
۸	اردن	۳
۹	بحرین	-۱
۱۰	سنگاپور	-۲
۱۱	ازبکستان	۷
۱۲	برونئی	۰
۱۳	مصر	۰
۱۴	عمان	-۲
۱۵	کویت	۰
۱۶	مراکش	۰
۱۷	پاکستان	-۱
۱۸	تونس	۱
۱۹	لبنان	۱
۲۰	مالدیو	۱

در مجموع، گردشگری اسلامی بازار مهمی است که با پتانسیل‌های اقتصادی بالای خود می‌تواند به رونق صنعت گردشگری کشورهای OIC کمک کند. استفاده گسترده از پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی، افزایش تعداد مسافران مسلمان و تقاضای فزاینده برای محصولات و خدمات گردشگری اسلامی سفارشی از جمله محرک‌های کلیدی رشد در بازار گردشگری اسلامی خواهد بود. علاوه بر این، سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در این بازار خاص این پتانسیل را دارد که فعالیت‌های گردشگری درون سازمان همکاری اسلامی را به اوج برساند. اگرچه در سه سال اخیر همه‌گیری کووید-۱۹ بخش گردشگری از جمله فعالیت‌های گردشگری اسلامی را به شدت تحت تأثیر قرار داد، اما با کاهش و حذف محدودیت‌های سفر، جست‌وجو برای بازارهای گردشگری خاص با محصولات و خدمات با ارزش افزوده بیشتر و همچنین سرعت دیجیتال‌سازی شدن در این بخش را تسریع کرده است. بر اساس یک نظرسنجی گزارش شده در ۷۰٫۲ درصد از پاسخ‌دهندگان (مسافران مسلمان) موافق بودند که از ابتدای همه‌گیری COVID-۱۹ استفاده بیشتری از فناوری کرده‌اند. علاوه بر این، بیماری همه‌گیر برخی از ترجیحات را تغییر داده است. از مسافران مسلمان در همین نظرسنجی، ۴۷٫۷ درصد از پاسخ‌دهندگان ذکر کردند که در طول همه‌گیری نسبت به فرهنگ‌های دیگر کنجکاوتر شده‌اند و ۶۹٫۷ درصد از آنها اعلام کردند که تمایل شدیدی برای رفتن به عمره حج دارند. اما برای گردشگری اسلامی و حلال در کشورمان ظرفیت‌های زیادی وجود دارد. با توجه به پیشینه فرهنگی و تاریخی کشور ایران و همچنین اهمیت صنعت حلال در زندگی روزمره مردم انتظار می‌رفت که جایگاه مناسبی در این حوزه داشته باشد، ولی همچنان عدم برنامه‌ریزی و نبود چشم‌انداز توسعه در این بخش باعث از بین رفتن درآمد چند میلیارد دلاری و متعاقب آن عدم بهره‌مندی از طیف گسترده‌ای به منظور ایجاد اشتغال در این حوزه شده است. به نظر می‌رسد ساختار قانونگذاری و تدوین چهارچوب‌های توسعه اولین قدم در این راه باشد و نکته بعد استفاده از ظرفیت دیپلماسی فرهنگی برای بازاریابی در کشورهای مبدا است. زیرساخت‌های اقامتگاهی، جاده و ترابری متناسب با ظرفیت ورود گردشگران داخلی نیست و صد البته نگاه صرف تجاری به گردشگر خارجی نیز باعث صدمات جبران‌ناپذیری در این حوزه شده است. طبق آمارهای گزارش‌شده شاخص جهانی گردشگری مسلمانان

## ظرفیت ۲۰۸ میلیارد دلاری گردشگری اسلامی



در سراسر جهان، تخمین زده می‌شود که اندازه آن تا ۷۰ درصد کاهش یابد و با سهولت به ۵۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ رسیده باشد. با توجه به پایان محدودیت‌ها، انتظار می‌رود بازار بهبود یابد و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۴ اندازه این بازار به ۲۰۸ میلیارد دلار برسد. افزایش فعالیت‌های گردشگری درون سازمان همکاری اسلامی (OIC) یکی از عوامل محرک رشد گردشگری اسلامی در سال‌های اخیر بوده است. ورود گردشگران داخل سازمان همکاری اسلامی از ۸۳٫۶ میلیون در سال ۲۰۱۷ به ۱۰۳٫۹ میلیون در سال ۲۰۱۹ افزایش یافت. در همین مدت، گردشگران داخل سازمان همکاری اسلامی ۱۴٫۷ میلیارد دلار افزایش یافت و به ۷۵٫۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ رسید.

یکی از بخش‌های بسیار جذاب صنعت حلال، بخش گردشگری حلال است. آمارهای گزارش‌شده شاخص جهانی گردشگری مسلمانان (GMTI) نشان می‌دهد گردشگری حلال با اسلامی در دوره ۲۰۱۹-۲۰۱۴ شتاب بیشتری گرفته و در سال ۲۰۱۹ به مرز ۱۹۴ میلیارد دلار رسیده است. بیماری همه‌گیر کرونا منجر به کاهش تاریخی در این بخش شد و اندازه بازار آن در سال ۲۰۲۰ به ۵۸ میلیارد دلار رسید. بر این اساس، سهم آن در صنعت حلال از ۴٫۵ درصد در سال ۲۰۱۴ به ۱٫۲ درصد در سال ۲۰۲۰ کاهش یافت. با این حال، با بهبود فعالیت‌ها و ازسریع‌تر شدن خدمات مسافرتی، حجم بازار گردشگری اسلامی احتمالاً به ۲۰۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴ خواهد رسید که ۲۴ درصد از صنعت حلال را تشکیل می‌دهد. گسترش سریعی بوده و به‌عنوان یکی از بخش‌های بارشده سریع در بازار گردشگری جهانی هم از نظر ورود و هم از نظر دریافت گردشگر ظاهر شده است. تعداد گردشگران در بازار طی دوره ۲۰۱۸-۲۰۱۰ به ۴۳ درصد افزایش یافته است (رتبه‌بندی مستر کارت و کریست، ۲۰۱۹). با این حال، هیچ مجموعه داده استاندارد نشده در سطح جهانی در مورد گردشگری اسلامی وجود ندارد که محققان را قادر به پیگیری تحولات در این زمینه کند، برخی از متغیرهای برآوردها و شاخص‌های توسعه‌یافته توسط برخی موسسات مانند رتبه‌بندی کریست و استاندارد دینار معمولاً برای درک و پیگیری عملکرد بخش استفاده می‌شوند. با وجود چالش‌هایی که در زمینه آمار وجود دارد، مجموعه داده‌های

## کشورهای پیشرو در گردشگری اسلامی

(۳۴) و سورینام (۳۳) کمترین امتیاز GMTI را در سال ۲۰۲۱ داشتند. کشورهای برتر OIC در مناطق MENA و ESALAOIC متمرکز بودند. به‌طور خاص، مالزی با (۸۰)، ترکیه (۷۷) و عربستان سعودی (۷۶) کشورهای OIC بالاترین امتیازات را پس از اندونزی (۷۳) و امارات متحده عربی (۷۲) بودند. در همین راستا، زیرشاخص گردشگری اسلامی در شاخص جهانی اقتصاد اسلامی (GIED) کشورها را بر اساس وضعیت و توسعه اکوسیستم گردشگری اسلامی با در نظر گرفتن چهار بعد زیر رتبه‌بندی می‌کند: مالی، حاکمیتی، آگاهی و اجتماعی. بر اساس نمرات سال ۲۰۲۰ که تأثیر همه‌گیری را حذف می‌کند، مالزی (۹۸٫۲)، امارات متحده عربی (۷۸٫۳) و ترکیه (۶۲٫۷) بالاترین امتیازها را کسب کردند. در ۱۵ کشور برتر در رتبه‌بندی جهانی زیرشاخص، دو کشور غیر OIC به نام سنگاپور (۴۲٫۶) و سربلانکا (۱۳٫۳) قرار گرفتند که نشان‌دهنده علاقه و سرمایه‌گذاری روبه‌رشد کشورهای غیر OIC در گردشگری اسلامی با توجه به پتانسیل‌های اقتصادی بالای آن است. برخی از کشورهای غیر OIC نیز مقاصد محبوب برای مسافران مسلمان هستند. روسیه در سال ۲۰۱۹ میان ۵٫۶ میلیون مسافر مسلمان بود و در همان سال حدود ۵ میلیون مسافر مسلمان از فرانسه دیدن کردند. در این راستا بسیاری از ذی‌نفعان

کشورهای OIC، به‌عنوان یک گروه، به لطف اکوسیستم مسلمان دوست خود، بازیگران اصلی بازار گردشگری اسلامی در سراسر جهان هستند. از این نظر کشورهای OIC بالاترین امتیازات را در شاخص‌های مختلف توسعه‌یافته در این حوزه مانند شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) به‌دست آورده‌اند. در ویرایش ۲۰۲۱ GMTI، کشورهای OIC بالاترین میانگین امتیاز (۵۵٫۸) را کسب کردند. در میان سایر گروه‌های کشوری در همان سال میانگین جهانی ۴۱٫۵ ثبت شد. کشورهای OIC نمرات بالایی را در رابطه با زیرشاخص محیط‌زیست کسب کردند. در برخی از ابعاد مانند ایمنی (۹۹) و محدودیت‌های اعتقادی (۹۲٫۵)، میانگین نمرات آنها از ۹۰ فراتر رفت. کشورهای OIC به‌طور متوسط کمترین امتیاز را در بازاریابی مقصد (۱۰٫۸) در زیر شاخص ارتباطات کسب کردند. به‌طور متوسط، گروه OIC همچنین امتیازات نسبتاً پایینی را در مورد بازدیدکنندگان (۲۰٫۶) و اتصال (۳۵٫۳) گزارش کرد که به‌عنوان مناطقی برای سرمایه‌گذاری بیشتر برای توسعه گردشگری اسلامی ظاهر شدند. در سطح هر کشور OIC، ۱۷ کشور امتیاز GMTI کمتری نسبت به میانگین ۵۵٫۸ OIC در سال ۲۰۲۱ کسب کردند. اکثر این کشورها در SSA قرار داشتند که در آن میانگین منطقه‌ای ۴۱٫۸ اندازه‌گیری شد. بنین (۳۵)، توگو

تنوع گسترده‌ای در آگاهی و پذیرش اعمال مختلف اسلامی توسط مسافران مسلمان وجود دارد. تعداد قابل توجهی از گردشگران مسلمان به مقاصد غیراسلامی جهان مانند اروپا سفر می‌کنند و با جست‌وجوی جایگزین برای غذای حلال و سایر ملاحظات مذهبی مانند مکان‌های نماز و... با هر محدودیتی سازگار می‌شوند. در یک نظرسنجی جهانی که به‌طور مشترک توسط دینار استاندارد و رتبه‌بندی کریست انجام شد، ۱- غذای حلال، ۲- قیمت مناسب خدمات و ۳- تجربه مسلمان‌پسند در میان سه مورد نیاز اساسی بازار گردشگر مسلمانان قرار گرفت. در حالی که بخش بزرگی از گردشگران مسلمان به دنبال این خدمات بودند، تعداد بسیار کمی از هتل‌ها، خطوط هوایی و مقاصد گردشگری در واقع تلاش کردند تا خواسته‌های آنها را برآورده کنند. آمارهای شورای جهانی سفر و گردشگری نشان می‌دهد ایران علاوه بر ظرفیت بالا و متنوع و جذاب در حوزه غذای حلال و تجربه‌های مسلمان‌پسند، در شاخص قیمت رقابتی نیز طی چندین سال رتبه اول را داشته و جزء ارزان‌ترین نقاط گردشگری در جهان بوده است.

## ۳ اصل اساسی برای گردشگران مسلمان

آمارهای گزارش‌شده شاخص جهانی گردشگری مسلمانان (GMTI) نشان می‌دهد در سال ۲۰۲۲ تعداد دو میلیارد نفر از مسلمانان جهان مربوط به جمعیت مسلمانان بوده است. این تعداد معادل ۲۵ درصد از جمعیت جهان می‌شود. برآوردهای گزارش GMTI نشان می‌دهد تا سال ۲۰۳۰ جمعیت مسلمانان جهان به ۲٫۳ میلیارد نفر و سهم مسلمانان از جمعیت دنیا به ۲۷ درصد می‌رسد. مفهوم اعداد مذکور این است که کشورمان اگر با موانع فرهنگی ورود گردشگران از کشورهای غیراسلامی روبه‌روست، می‌تواند برای بهره‌مندی از ظرفیت‌های بیش از دو میلیارد نفر مسلمانان جهان در حوزه صنعت حلال و به‌ویژه حوزه گردشگری حلال برنامه‌ریزی کند. اما گردشگری اسلامی و حلال چیست؟ گردشگری اسلامی به‌عنوان یک مفهوم با نام‌های مختلفی به کار رفته است، مانند گردشگری

مقاصدی که خدمات و امکاناتی را ارائه می‌دهند - که حداقل برخی از نیازهای مبتنی بر ایمان بازدیدکنندگان مسلمان را برآورده می‌کنند - به‌عنوان «مقاصد دوست‌تانه مسلمانان» طبقه‌بندی می‌شوند. در این مقاصد گردشگران می‌توانند روی احساس امنیت و آرامش حساب کنند و از فعالیت‌های حلال خانواده‌محور لذت ببرند و اوقات خوشی را سپری کنند. انگیزه مسلمانان برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری می‌تواند عمومی باشد (مانند انجام تجارت، دیدار با دوستان یا اقوام)، دنبال کردن سایر اهداف و فعالیت‌های شخصی (مانند تحصیل، خرید، ولادت یا انگیزه‌های خاص، ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی، عبادت خدا) از طریق حج و عمره، تقویت پیوند برادری و... بیشتر انگیزه‌های عمومی مشترک هستند.

انتظار می‌رود که از مصرف بی‌مورد و زیاده‌خواهی پرهیز کنند. در اصل گردشگری اسلامی رضایت‌گرایانه است که به دنبال مقصدی هستند که بتوانند نیازهای آنها را بدون اینکه به هیچ‌وجه توهین آمیز باشد برآورده کنند. در واقع گردشگری حلال کلیه کالاها و خدمات مرتبط با گردشگری را که بر اساس قوانین اسلامی طراحی، تولید و به بازار ارائه می‌شوند، پوشش می‌دهد. گردشگران مسلمان معمولاً با اعضای خانواده سفر می‌کنند، بنابراین این مفهوم حول نیازهای سفر گردشگران مسلمانان که عمدتاً به دنبال محیط‌های دوستانه برای خانواده هستند، طراحی شده است. همه

اصلی گردشگری اسلامی شبیه به گردشگری متعارف مانند هتل‌ها، رستوران‌ها، تدارکات، امور مالی و بسته‌های مسافرتی است. از زیبایی ارزش محصولات گردشگری در مورد گردشگری اسلامی، با توجه به مقتضیات اسلام، روندی کاملاً متفاوت را در پی دارد. این الزامات، اصول شرعی نامیده می‌شوند و در ساده‌ترین سطح، این اصول (منع زنا، قمار، مصرف الکل، گوشت خوک و سایر موارد حرام) است. علاوه بر این، از یک مسلمان معمولی انتظار می‌رود که نمازهای منظم را در محیط‌های پاک بخواند و در ماه رمضان روزه بگیرد. در آموزه‌های اسلامی نیز از مسلمانان

حلال، گردشگری شرعی و گردشگری مسلمان‌پسند رایج‌ترین اصطلاحاتی هستند که به صورت جایگزین استفاده می‌شوند. با این حال، هیچ‌یک از این اصطلاحات تعریف جهانی قابل فهم ندارند. همچنین اصطلاحات مرتبطی مانند «میهمان‌نوازی حلال»، «هتل‌های شرعی» و «مسافرت حلال‌پسند» در مورد خدمات این بخش وجود دارد. عدم درک مشترک در اصطلاحات و تفاوت‌های غالب بین کشورهای در تفسیر و اجرای استانداردهای مختلف مسائل مربوط به صدور گواهینامه همچنان از چالش‌های کلیدی است که ذی‌نفعان در این بخش با آن مواجه هستند. مولفه‌های

## سهم ۲۵ درصدی مسلمانان از گردشگران جهانی