

معلومات صحفية

**احتلت عمان المركز السابع في مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2016 المقدم من قبل MasterCard وCrescentRating**

* احتلت عمان المركز السابع في مؤشر السفر العالمي للمسلمين، باقية في نفس المركز مقارنة بالعام الماضي.
* ترأست ماليزيا القائمة للسنة الثانية على التوالي، بينما شكلت كل من الإمارات العربية المتحدة وتركيا وإندونيسيا وقطر بقية الدول الخمس الأولى من بين أعضاء منظمة التعاون الإسلامي.
* سنغافورة هي الأولى على قائمة الدول غير الأعضاء في مجلس التعاون الإسلامي، ويليها كل من تايلاند والمملكة المتحدة وإفريقيا الجنوبية وهونج كونج.
* وتعد آسيا وأوروبا المنطقتين الرائدتين عالمياً في استقطاب الزوار المسلمين، ويمثلان 87 بالمئة من إجمالي سوق سفر المسلمين.
* في 2015، بلغ إجمالي عدد الزوار المسلمين القادمين إلى مختلف البلدان 117 مليون مسافراً، وهذا يشكّل 10 بالمئة من إجمالي الاقتصاد السياحي. ومن المتوقع أن يصل عدد المسافرين بحلول عام 2020 إلى 168 مليون مسافر بإنفاق يتعدى 200 مليار دولار.
* https://www.crescentrating.com/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2016.html

**جاكرتا، 23 مارس 2016 -** أعلن بأن عمان هي الوجهة السابعة الأكثر شهرة في سوق سفر المسلمين العالمي، وفقاً لما ذكره البحث الأكثر شمولاً في هذا القطاع.

ورأى مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2016 المقدم من قبل MasterCard وCrescentRating، والذي يغطي 130 وجهة، احتفاظ عمان بمركزها للسنة الثانية على التوالي في قائمة الوجهات من أعضاء مجلس التعاون الإسلامي.

واحتفظت ماليزيا بمركزها في صدارة القائمة، متبوعة بالإمارات وتركيا وإندونيسيا وقطر، والتي شكلت الوجهات الخمس الأولى في القائمة. وقفزت إندونيسيا مركزين لتحتل المركز الرابع هذا العام، بينما أصبحت البحرين الوجهة الأكثر تحركاً حيث صعدت أربع مراكز لتحتل المركز العاشر.

واحتفظت سنغافورة أيضاً على مركزها في صدارة القائمة بالنسبة للدول غير الأعضاء في مجلس التعاون الإسلامي، وشكلت بالإضافة إلى كل من تايلاند والمملكة المتحدة وإفريقيا الجنوبية وهونج كونج الخمس الوجهات الأولى في القائمة.

وأظهرت الدراسة أيضاً بأنه في 2015، بلغ إجمالي عدد الزوار المسلمين القادمين إلى مختلف البلدان في جميع أنحاء العالم 117 مليون مسافراً، ممثلين ما يقارب 10 بالمئة من إجمالي سوق السياحة. ومن المتوقع نمو هذا العدد ليصبح 168 مليون زائراً بحلول 2020، مما سيمثل 11 بالمئة من السوق بقيمة ستتعدى 200 مليار دولار.

وتم الإفصاح عن آسيا وأوروبا كالمنطقتين الرائدتين عالمياً في استقطاب الزوار المسلمين، ويمثلان 87 بالمئة من إجمالي الاقتصاد.

*وقال فضل بحرالدين، المدير التنفيذي لشركتي CrescentRating و*HalalTrip بأن *“مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2016 المقدم من قبل MasterCard وCrescentRating أصبح الأداة الأولى التي تعتمد عليها الوجهات عبر أنحاء العالم لإعادة ترتيب استراتيجياتهم للوصول إلى المستهلك المسلم.* *إحدى الاتجاهات الكبرى التي نراها هي جهود الوجهات غير الأعضاء في مجلس التعاون الإسلامي لاستقطاب السائح المسلم، وهم يمثلون الآن أكثر من 63 بالمئة من الوجهات المغطاة في* مؤشر السفر العالمي للمسلمين. *على سبيل المثال، اتخذت اليابان والفلبين خطوات أساسية خلال الشهور الماضية القليلة لتنويع المسافرين القادمين إليهما ودعم اقتصادهم من خلال هذه العملية."*

*وقال ماثيو درايفر، المسؤول التنفيذي لمجموعة المنتجات والحلول العالمية بمنطقة آسيا والمحيط الهادئ لدى شركة MasterCard بأن "العديد من الوجهات الناجحة حالياً تتطلع إلى تنويع الزوار القادمين إليهم للحفاظ على معدلات النمو السياحي في سوق السفر الذي يتزايد فيه التناف بشكل كبير اليوم. إن الشريحة السياحية المسلمة النامية سريعاً هي فرصة واضحة، لكنه من المهم جداً فهم احتياجات ورغبات المسافرين المسلمين وكيفية تعديل المنتجات والخدمات وصياغتها لتناسبهم من أجل استغلال هذه الفرصة. نحن نعتقد بأن مؤشر السفر العالمي للمسلمين تقدم قيمة حقيقية للشركات والحكومات التي تتطلع إلى الانتفاع من هذا القطاع الهام من السوق السياحي."*

ويعد مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2016 البحث الأكثر شمولاً في إحدى القطاعات السياحية الأسرع نمواً في العالم، والتي تمثل 10 بالمئة من إجمالي الاقتصاد السياحي.

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 الوجهات ومقدمي الخدمات السياحية والمستثمرين على متابعة صحة ونمو هذا القطاع السياحي أثناء تقييس تقدمهم الفردي في الوصول إلى هذه الشريحة النامية.

وتم احتساب معدلات لجميع الوجهات 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 جوياً والقيود على التأشيرات - من أجل تحسين المؤشر.

وحصلت عمان على معدل إجمالي في المؤشر بلغت قيمته 70.3، لتصبح في المركز السابع في القائمة العامة. وحصلت ماليزيا على معدل بلغت قيمته 81.9، تبعتها الإمارات بمعدل بلغت قيمته 74.7، وتركيا بمعدل بلغت قيمته 73.9، وإندونيسيا بمعدل بلغت قيمته70.6. مقارنة بذلك، حصلت سنغافورة، وهي الوجهة التي حصلت على أعلى معدل من بين الوجهات غير الأعضاء في مجلس التعاون الإسلامي، على معدل بلغت قيمته 68.4، بينما احتلت تايلاند المركز الثاني بمعدل بلغت قيمته 59.5.

واستمرت كل من تايوان واليابان في تحسين مراكزهم العامة، وتظهر متوسط المعدلات في مؤشر السفر العالمي للمسلمين بأن آسيا هي المنطقة الرائدة في هذا القطاع.

وتبلغ قيمة المتوسط العام لمعدل مؤشر السفر العالمي للمسلمين لجميع الوجهات المئة والثلاثين 43.7. ومن منظور إقليمي، تترأس وجهات منطقة آسيا والمحيط الهادئ بمتوسط لمعدل مؤشر السفر العالمي للمسلمين بلغت قيمته 56.6.

**أول 10 وجهات من أعضاء منظمة التعاون الإسلامي في مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2016**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **المركز** | **المركز في مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2016** | **الوجهة** | **المعدل** |
| **1** | **1** | **ماليزيا** | **81.9** |
| **2** | **2** | **الإمارات العربية المتحدة** | **74.7** |
| **3** | **3** | **تركيا** | **73.9** |
| **4** | **4** | **إندونيسيا** | **70.6** |
| **5** | **5** | **قطر** | **70.5** |
| **6** | **6** | **المملكة العربية السعودية** | **70.4** |
| **7** | **7** | **عمان** | **70.3** |
| **8** | **9** | **المغرب** | **68.3** |
| **9** | **10** | **الأردن** | **65.4** |
| **10** | **11** | **البحرين** | **63.3** |

**أول 10 وجهات غير أعضاء منظمة التعاون الإسلامي في مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2016**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **المركز** | **المركز في مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2016** | **الوجهة** | **المعدل** |
| **1** | **8** | **سنغافورة** | **68.4** |
| **2** | **20** | **تايلاند** | **59.5** |
| **3** | **21** | **المملكة المتحدة** | **59.0** |
| **4** | **30** | **إفريقيا الجنوبية** | **53.1** |
| **5** | **31** | **هونج كونج** | **53.0** |
| **6** | **31** | **فرنسا** | **51.6** |
| **7** | **33** | **تايوان** | **50.1** |
| **8** | **34** | **اليابان** | **49.1** |
| **9** | **35** | **سريلانكا** | **49.0** |
| **10** | **36** | **الولايات المتحدة** | **48.9** |

يمكنك رؤية التقرير بالكامل هنا <ادخل الرابط>.

**انتهى**

**للمزيد من المعلومات وطلب المقابلات، نرجو التواصل مع:**

**استفسارات العلاقات العامة**

أنس كسك  
CrescentRating  
هاتف: +44 7971 735090  
بريد إلكتروني: [anas@crescentrating.com](mailto:anas@crescentrating.com)

فنتشر ليانغ

MasterCard

هاتف: +65 6390 5973

بريد إلكتروني: [venture.liang@mastercard.com](mailto:venture.liang@mastercard.com)

سامانثا يونغ

Weber Shandwick  
هاتف: +65 6825 8053

بريد إلكتروني: [samyong@webershandwick.com](mailto:samyong@webershandwick.com)

**نبذة عن CrescentRating Pte Ltd**

تعتبر CrescentRating المرجع الرائد عالمياً في مجال السياحة الحلال. رؤية الشركة هي ريادة وإبداع وقيادة هذا المجال عبر توصيل الحلول العملية لما يعتبر اليوم أحد الشرائح الأسرع نمواً في القطاع السياحي. وتقوم الشركة باستعمال التبصر والإدراك الصناعي في فهم احتياجات المسافرين المسلمين عبر دراسة أنماط حياتهم وسلوكياتهم لتوصيل التوجيهات المتعلقة بجميع نواحي السفر الحلال للمؤسسات في جميع أنحاء العالم.

وتشمل الآن خدمات CrescentRating التقييم والاعتماد والدراسات والاستشارات وورش العمل والتدريب والتصنيف والمؤشرات ودعم الفعاليات والشراكات وتوفير المحتوى.

**الموقع:** www.crescentrating.com

**تويتر:** <http://twitter.com/crescentrating>

**لينكدإن:** <https://www.linkedin.com/company/crescentrating>

**نبذة عن MasterCard**   
  
**MasterCard**، (NYSE:MA)، **www.mastercard.com**، شركة تقنية تعمل في قطاع المدفوعات العالمية. نحن نقوم بتشغيل شبكة معالجة المدفوعات الأسرع عالمياً، والتي تربط بين المستهلكين والمؤسسات المالية والتجار والحكومات والشركات في أكثر من 210 وجهة وإقليم. وتجعل منتوجات وحلول MasterCard الأنشطة التجارية اليومية – كالتسوق والسفر وإدارة الشركات والشؤون المالية – أكثر سهولة وأمان وفعالية للجميع. قم بمتابعتنا عبر تويتر على الحسابات التالية: **@MasterCardAP** و**@MasterCardNews** والمشاركة في الحوار على مدونتنا **Cashless Pioneers Blog** والاشتراك للحصول على آخر الأخبار عبر **Engagement Bureau**.