## السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات 2017





مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية







# السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي:

الآفاق والتحديات

2017





منظمة التعاون الإسلامي

مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك)

© 2017 مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك)

العنوان: Kudüs Cad. No: 9, Diplomatik Site, 06450 Oran, Ankara — Turkey

الهاتف: 468 6172 +90-312-468

البريد الإلكتروني: pubs@sesric.org

#### جميع الحقوق محفوظة

تخضع المادة المقدمة في هذه الطبعة لقانون حقوق الطبع و النشر. ويعطى المؤلفون الإذن بعرض ونسخ وتحميل وطباعة المواد المعروضة على أن لا يتم إعادة استخدامها، في أي ظرف، لأغراض تجارية. وللحصول على الإذن بإعادة إنتاج أو إعادة طبع أي جزء من هذا المنشور، يرجى إرسال طلب يشمل جميع المعلومات لدائرة النشر بسيسرك.

وتوجه جميع الاستفسارات بشأن الحقوق والتراخيص إلى دائرة النشر بسيسرك على العنوان المذكور أعلاه.

الرقم الدولي المعياري للكتاب: 978-975-6427-3-6

تم تصميم الغلاف من قبل سفاش بهليفان، دائرة النشر، سيسرك

لمزيد من المعلومات، يرجى الاتصال بدائرة الأبحاث عبر البريد الإلكتروني: research@sesric.org

#### شكر وتقدير

سهر على إعداد هذا التقرير د. جيم تينتين، باحث بسيسرك، بمساعدة مستفيضة في البحث من السيد جهاد بطال أوغلو، باحث مساعد بسيسرك. كما أجري العمل تحت الإشراف العام للسيد نبيل دبور، المدير العام المساعد والقائم بأعمال مدير دائرة الأبحاث في سيسرك، الذي أدلى بتعليقاته وملاحظاته القيمة في إطار إنجاز هذا التقرير. وقد قام بترجمة هذا التقرير من الانجليزية إلى العربية محمد أمين عزاوي وإحسان الخليع من وحدة الترجمة.

## جدول المحتويات

وطئة
1 مقدمة
2 السياحة الدولية على الصعيد العالمي: نظرة شاملة
3 السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي
1.3 السياح الوافدون وعائدات السياحة
2.3 الدور الاقتصادي للسياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي
3.3 السياحة البينية في منظمة التعاون الإسلامي
4 الاتجاهات الجديدة في قطاع السياحة: السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي
1.4 السياحة الإسلامية و مكوناتها
2.4 وضع السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي
3.4 التحديات والفرص أمام السياحة الإسلامية
5 تعزيز التكامل الإقليمي في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي من خلال
السياحة
<ul><li>2.5 دور السياحة في تعميق التكامل الإقليمي</li></ul>
<ul><li>2.5 دور المديات في تعميل التعاون لتعزيز التكامل الإقليمي في الدول الأعضاء في منظمة التعاون</li></ul>
الإسلامي من خلال السياحة
1.3.5 تسهيل إجراءات الحصول على التأشيرة فيما بين دول المنظمة
2.3.5 تصميم أنشطة السياحة الإقليمية وتعزيزها

55	3.3.5 تحسين شبكات النقل الإقليمية
57	4.3.5 إقامة معارض ومهرجانات خاصة بالسياحة
57	5.3.5 وضع سياسات خاصة بالسياحة بشكل مشترك على المستوى الإقليمي
58	6.3.5 ضمان قابلية العملات للتحويل
59	6 ملاحظات ختامية وآثار السياسات
71	المراجع
75	التذييل الإحصائي

#### توطئة

شهد نشاط السياحة الدولية على مدى العقود القليلة الماضية نموا كبيرا ومستداما من حيث عدد السياح وعائدات السياحة. ففي الوقت الذي ما انفكت فيه أرقام السياح الوافدين وعائدات السياحة على الصعيد العالمي تنمو بشكل مستمر على مر الأعوام، واكبت أسواق السياحة في الآن ذاته تغيرات مهمة على مستوى اتجاهات السياحة. وهذا ما تعكسه بجلاء الزيادة الملحوظة في الحصة النسبية للدول النامية، بما فها الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، في أعداد السياح الدوليين الوافدين وعائدات السياحة. وكجزء مهم من مجموعة الدول النامية، استفادت دول المنظمة بدورها من هذا التغير الإيجابي، بحيث استقطبت هذه الأخيرة كمجموعة حوالي 173.4 مليون سائح في 2015 مقابل 160.6 مليون في 2011. ومن جهتها كذلك، سجلت عائدات السياحة الدولية زيادة طفيفة خلال الفترة الممتدة بين عامي 2011 و 2015 بالغة 139.3 مليار دولار اعتبارا

ونحت أنشطة السياحة البينية في منظمة التعاون الإسلامي نفس المنحى الإيجابي، بحيث ارتفع عدد السياح الوافدين فيما بين الدول الأعضاء من 60.9 مليون في 2011 إلى 67.7 مليون في 2015، أي ما يعادل نسبة 39% من إجمالي المنظمة من عدد الوافدين من السياح الدوليين. ومن بين العوامل الرئيسية وراء هذا التطور الإيجابي في السياحة البينية داخل منظمة التعاون الإسلامي هو ظهور السياحة الإسلامية (الحلال) التي تتوافق كل أنشطتها وخدماتها ومرافقها ومنتجاتها مع مبادئ الإسلام.

ويسلط هذا العدد من تقرير "السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الأفاق والتحديات" لسيسرك الضوء على أداء قطاع السياحة الدولية ودوره الاقتصادي في دول المنظمة خلال فترة الخمس سنوات الأخيرة التي تتوفر حولها البيانات. كما يتناول التقرير التطورات التي شهدها قطاع السياحة الإسلامية، مع إيلاء اهتمام خاص بالدول الأعضاء في المنظمة، نظرا لما تتيحه من إمكانيات لتحقيق نمو مستدام ومساهمة مثمرة في تطوير قطاع السياحة ككل في الدول الأعضاء. ويخصص التقرير القسم الخامس منه لمناقشة الدور الذي من شأن قطاع السياحة أن يلعبه لتعزيز التكامل الإقليمي وتعميق التعاون فيما بين الدول الأعضاء. وفي الأخير، يتطرق التقرير بالتفصيل للتحديات التي تقف عقبة في وجه نهوض قطاع الصناعة السياحية في هذه الدول ويقترح بعض التوصيات لتكون بمثابة مبادئ توجهية عامة سعيا وراء تجاوز هذه التحديات.

السفير موسى كولاكليكايا المدير العام سيسرك

#### 1 مقدمة

حسب تعريف منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة (UNWTO)، فإن السياحة الدولية تشمل أنشطة الأفراد المتمثلة في السفر إلى أماكن خارج أماكن إقامتهم المعتادة والدائمة والمكوث بها لمدة لا تتجاوز 12 شهرا لقضاء أوقات ممتعة أو ممارسة أنشطة الأعمال التجارية أو لغيرها من الأغراض. وبناء على هذا التعريف العام، تشمل صناعة السياحة جميع الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية التي ترتبط بشكل مباشرة أو غير مباشر بتوفير السلع والخدمات للسياح. وفي هذا الصدد، حددت منظمة السياحة العالمية 185 نشاطا متعلقا بجانب العرض لها روابط مهمة بقطاع السياحة. أوتشمل هذه الأنشطة خدمات مختلف القطاعات مثل النقل والاتصالات والفنادق والسكن والأغذية والمشروبات والخدمات الثقافية والترفيهية والخدمات المصرفية والمالية وخدمات الترويج والدعاية. وهذه الشبكة الهائلة من الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والبنية التحتية اللازمة لدعمها، تعتبر السياحة من أكبر القطاعات في العالم فضلا عن كونها عنصرا مهما من عناصر التجارة الدولية.

وعلى مدى العقود القليلة الماضية، شهد النشاط السياحي الدولي نموا كبيرا ومتواصلا سواء من حيث الإيرادات السياحية أو عدد السياح الوافدين، وهذا ما نتج عنه آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية واسعة النطاق لتشمل كل بقاع المعمورة تقريبا. كما أن النشاط السياحي الدولي يولد فوائد اقتصادية جمّة تعود بالنفع على البلدان المستضيفة للسياح وبلدان إقامتهم على حد سواء. ووفقا لمنظمة السياحة العالمية، فقد ارتفع عدد الوافدين من السياح الدوليين من 998 مليون المسجل في عام 2011 إلى 1235 مليون في 2016، أي بمتوسط معدل نمو سنوي قدره الدولية، كما ارتفعت خلال الفترة ذاتها العائدات الناجمة عنهم، أي عائدات السياحة الدولية، من 1073 مليار دولار إلى 1220 مليار، بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي، أي بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 2.6 في المائة. وبلغت عائدات السياحة العالمية في 2016 ما يناهز 3.34 مليار دولار لليوم أو ما يعادل 988 دولار لكل سائح وافد.

<sup>1</sup> منظمة السياحة العالمية، "التصنيف الدولي الموحد للأنشطة السياحية (SICTA)"، http://www.unwto.org/statistics/basic\_references/index-en.htm

ويتميز النشاط السياحي الدولي أيضا باتساع رقعته الجغرافية وتنويع الوجهات والمنتجات السياحية بشكل متواصل. وعلى الرغم من أن الجزء الأكبر من النشاط السياحي الدولي ما يزال مرتكزا في المناطق المتقدمة في أوروبا والأمريكتان، إلا أنه تم أيضا تسجيل انتشار مهم لأسواق مستقبلة للسياح في المناطق النامية. فوفقا لبيانات منظمة السياحة العالمية، فإن المنطقتين الأكثر استقبالا للسياح في العالم، أي أوروبا والأمريكتان، قد استقطبتا معا 70.7 في المائة من الأكثر استقبالا للسياح الوافدين في العالم في عام 2011، لكن هذا الرقم سجل تراجعا بحلول عام أولي المستقر على نسبة 66.9 في المائة مقابل ارتفاع هذا الرقم في المناطق النامية مثل منطقة أسيا والمحيط الهادئ. وبين عامي 2011 و 2016، كان الانخفاض المسجل في حصة أوروبا من عائدات السياحة العالمية الأكثر حدة من بين باقي المناطق التي شهدت تراجعا، بحيث تراجعت من 44.8 في المائة إلى 36.7 في المائة لصالح المناطق النامية في العالم. وقد صارت السياحة الدولية أحد أهم النشاطات الاقتصادية ومصدرا مهما من مصادر عائدات النقد الأجنبي والعمالة في العديد من الدول النامية. لذلك، يتم إيلاء اهتمام كبير لتنمية السياحة في السنوات الأخيرة عند صياغة استراتيجيات التنمية الوطنية في العديد من البلدان النامية، كما نجدها على جدول أعمال العديد من المؤتمرات الدولية المعنية بالتنمية المستدامة المنعقدة مؤخرا.

وبتوفرها على تنوع وغنى على مستوى المعالم الطبيعية والجغرافية والتاريخية والثقافية، فإن دول منظمة التعاون الإسلامي كمجموعة تزخر بإمكانيات هائلة تسمح لها بتنمية قطاع السياحة الدولية تنمية مستدامة. ولكن نظرا للحصة المتواضعة لمنطقة المنظمة في سوق السياحة العالمية وانحصار النشاط السياحي فها في عدد قليل من بلدانها فقط دون غيرها، يبدو أن جزءا مهما من هذه الإمكانيات تبقى خارج نطاق الاستثمار والاستفادة منها. ويتجلى هذا الوضع في الحصص المتواضعة نسبيا للدول الأعضاء في عدد الوافدين من السياح الدوليين وعائدات السياحة العالمية، والتي سجلت على التوالي 14.9 و10.1 في المائة في عام 2015. إن المشاكل التي تواجهها السياحة وتنمية قطاع السياحة الدولية المستدامة في دول المنظمة متنوعة بتنوع الخصائص السياحية لكل بلد ومستوى التنمية فيه فضلا عن أولوباته وسياساته الإنمائية الوطنية.

وتعتبر نشأة السياحة الإسلامية (الحلال) من بين العوامل الأخرى الواعدة لدول منظمة التعاون الإسلامي في مجال السياحة، فعدد متزايد من سكان هذه الدول يؤثرون اللجوء إلى الاستفادة من المرافق والخدمات السياحية المصممة وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية. ووفقا لأحدث التقديرات، فإن الطلب على السياحة الإسلامية وخدماتها سيستمر في النمو ومن المتوقع أن يصل إلى 243 مليار دولار بحلول عام 2021. وهذا التوجه الإيجابي الملحوظ في السياحة الإسلامية لا يعزز القطاع السياحي بشكل عام في دول المنظمة فحسب، بل يدفع أيضا بالزبادة في الأنشطة السياحية البينية في بلدان المنظمة ما دامت تتوفر جل مرافق وخدمات السياحة الإسلامية في هذه البلدان. ومع ذلك، تتمركز سوق السياحة الإسلامية بشكل عال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (MENA) التي تمثل نصف مجموع نفقات السياحة الخارجية للسياح المسلمين. وتعتبر دول المنظمة السوق التي تمثل المصدر الرئيسي لصناعة السياحة الإسلامية العالمية. وبنفقات سياحية تقدر بأكثر من 108 مليار دولار، استأثرت هذه الدول بنحو الإسلامية العالمية. من أجمالي النفقات السياحية للسياح المسلمين خلال 2015. وفي العام ذاته، احتلت تسعة من أسواق السياحة الإسلامية في المنظمة مكانة ضمن عشر أكبر الأسواق ذات الريادة في هذا الصنف من السياحة. كما أظهر مؤشر السفر العالمي للمسلمين المسلمين (GMTI) لعام تعتبر من أكبر وجهات السياحة الإسلامية.

ومن بين المزايا التي توفرها السياحة فتح المجال أمام مزيد من التعاون الاقتصادي وحوار السياسات خاصة فيما بين البلدان الجارة المنتمية لنفس المنطقة. وبلغة أكثر دقة، تعزز السياحة داخل المنطقة الواحدة التكامل الإقليمي من خلال الرفع من مستويات الأنشطة التجارية والاقتصادية، كما أنها تدعم البلدان في خلق جسور تفاهم أكبر فيما بينها وبالتالي تعبيد الطريق لمجابهة بعض التحديات المشتركة مثل القيود المفروضة على التأشيرات والممارسات الجمركية غير المعيارية. وتشير الأرقام الخاصة بالسياحة فيما بين دول المنظمة إلى وجود تقدم محدود في مجموعة المنظمة مع مرور الوقت، ويتمثل ذلك في ارتفاع حصة الوافدين البينيين في دول المنظمة من إجمالي الوافدين الدوليين لهذه المجموعةمن 36.4 في المائة السجلة عام 2010 إلى 92 في المائة في 2015. ولذلك فإنه من الضروري على دول المنظمة اتخاذ إجراءات سياساتية والقيام بما يلزم من التدخلات للاستفادة من الإمكانيات التي تتيحها السياحة الإقليمية استفادة تامة باعتبارها عنصر تمكين للتكامل الإقليمي.

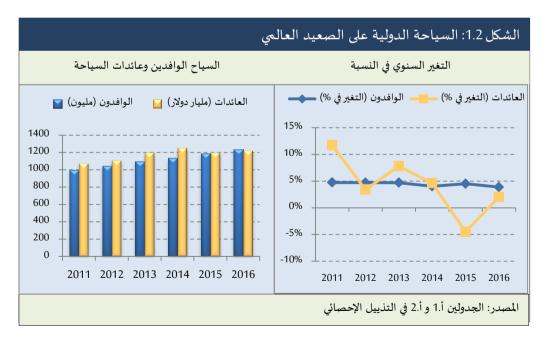
وبشكل عام، فإن السياحة تعتبر قطاعا على جانب كبير من الأهمية وبمكن أن تلعب دورا هاما في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للعديد من دول منظمة التعاون الإسلامي إذا ما وضعت لها خطط ملائمة وأديرت بشكل سليم، وهذا لا يرجع فقط لتوفر هذه البلدان على الموارد السياحية الغنية القائمة وتلك الممكن توفرها، بل أيضا لأن مواطنها يسافرون بأعداد كبيرة لجميع أنحاء العالم سواء بغرض العمل أو الترفيه أو لأغراض أخرى. لذلك تم تعريف السياحة باعتبارها واحدة من المجالات العشر ذات الأولوبة للتعاون في خطة عمل منظمة التعاون الإسلامي لتعزبز التعاون الاقتصادي والتجاري فيما بين الدول الأعضاء التي اعتمدت في عام 1994. كما تقرر تحديد السياحة على أنها واحدة من المجالات الست ذات الأولوبة للتعاون في استراتيجية الكومسيك المعتمدة حديثا ذات الهدف الاستراتيجي لتطوير السياحة المستدامة والتنافسية في منطقة المنظمة. وفي هذا السياق، من الجدير بالذكر أيضا أنه على مدى العقد الماضي حظيت أنشطة التعاون السياحي باهتمام أكبر على قائمة جدول أعمال منظمة التعاون الإسلامي، بحيث عقدت تسع مؤتمرات إسلامية لوزراء السياحة وعدد من اجتماعات فربق الخبراء وحلقات دراسية بشأن تنمية السياحة خلال الفترة التي انقضت منذ انعقاد المؤتمر الإسلامي الأول لوزراء السياحة في أصفهان بجمهورية إيران الإسلامية، في أكتوبر 2000. وفي هذه المؤتمرات والاجتماعات تم اعتماد طائفة عربضة من الإجراءات بهدف تنمية قطاع السياحة في دول المنظمة وتعزيز تعاونها في هذا المجال الحيوي ومتعدد الأبعاد من النشاط الاقتصادي والاجتماعي والثقافي. وفي الآونة الأخيرة، حدد "برنامج عمل منظمة التعاون الإسلامي حتى عام 2025"، الذي تم اعتماده في إسطنبول عام 2016، خمسة أهداف محددة ذات صلة بتنمية السياحة في الدول الأعضاء. ومع ذلك، لم تتحقق حتى الآن المستوبات المرغوبة من التنمية السياحية في العديد من دول المنظمة وفي منطقة المنظمة ككل.

وبالنظر إلى هذا الوضع، يحاول هذا التقرير تقييم أداء قطاع السياحة الدولية ودورها الاقتصادي في بلدان منظمة التعاون الإسلامي في فترة الخمس سنوات الأخيرة التي تتوفر حولها البيانات. كما يحلل أيضا المؤشرين المعتاد استخدامهما في قياس السياحة الدولية، أي الوافدين من السياح الدوليين وعائدات السياحة الدولية. وقد تم إجراء التحليل على مستوى كل بلد على حدة وعلى المستوى الإقليمي لمنظمة التعاون الإسلامي. ويخصص التقرير القسم

الرابع لموضوع السياحة الإسلامية، التي تشكل عنصرا ذا إمكانيات كبيرة لتنمية قطاع السياحة في دول المنظمة، فيما يعرض القسم الخامس منه مناقشة حول الدور الذي من شأن قطاع السياحة أن يلعبه لتعزيز التكامل الإقليمي وتعميق التعاون فيما بين الدول الأعضاء. وفي الختام، يسلط التقرير الضوء على التحديات التي تواجه التنمية السياحية في دول منظمة التعاون الإسلامي ومسألة التعاون السياحي فيما بينها، ويقترح بعض الآثار السياساتية لتكون بمثابة مبادئ توجهية للسياسات يتعين على هذه البلدان مراعاتها.

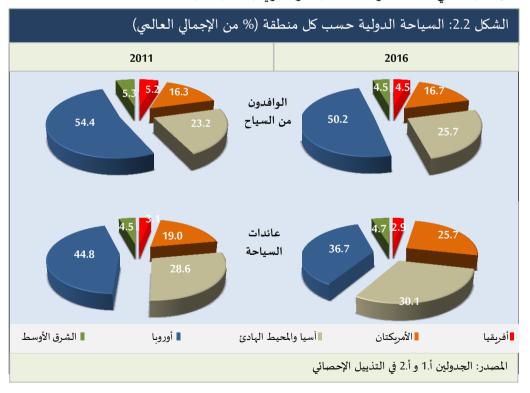
#### 2 السياحة الدولية على الصعيد العالمي: نظرة شاملة

ارتفع عدد الوافدين من السياح الدوليين على الصعيد العالمي من 998 مليون المسجل في عام 2011 إلى 1235 مليون في 2016، أي بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 4,4 في المائة. كما ارتفعت في الفترة نفسها عائدات السياحة الدولية من 1073 إلى 1220 مليار دولار، بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي، أي بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 2.6 في المائة (الشكل 1.2). ومن حيث التوزيع الإقليمي في جميع أنحاء العالم، اعتبرت كل من أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ والأمريكتان كأكثر ثلاث مناطق استقطابا للسياح خلال عام 2011، فقد استقطبت ما يقرب من 19.9 وكأكثر ثلاث مناطق سائح على التوالي، أي ما يعادل 54.4 و 23.2 و 16.3 في المائة من سوق السياحة العالمية في 2011 (الشكل 2.2). وعلى مدى الفترة الممتدة بين عامي 2011 و2016، نحت أعداد الوافدين من السياح الدوليين في منحى نمو سنوي إيجابي ومستقر. وخلال الفترة ذاتها، استقرت معدلات النمو في عائدات السياحة الدولية على أكثر من 2 في المائة، ما عدا في عام 2015 وذلك بسبب تقلبات أسعار الصرف في الدول النامية.

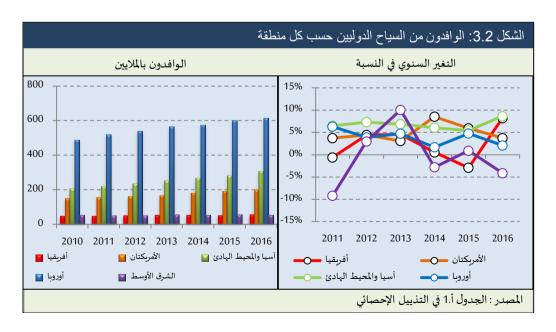


وكون السياحة الدولية تتميز بنزعة السياح المتزايدة اتجاه زيارة وجهات جديدة، إلى جانب تنوع المنتجات السياحية، فضلا عن زيادة المنافسة في الأسواق السياحية الدولية، فإن عددا مهما من

الوجهات الجديدة في نمو مطرد وبوتيرة أسرع في العديد من البلدان النامية التي تقع في منطقة آسيا والمحيط الهادئ بالخصوص. ولذلك، تشهد هذه المناطق ارتفاعا ملحوظا في حصتها من السوق السياحية العالمية. فعلى سبيل المثال، شهدت منطقة آسيا والمحيط الهادئ، التي تنتمي معظم البلدان الواقعة فيها لنادي البلدان النامية، أعلى معدل نمو سنوي لعدد السياح الوافدين بلغ نسبة 6.9 في المائة بين عامي 2011 و 2016، وتلتها الأمريكتان وأوروبا بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 5.1 و 4.8 في المائة على التوالي. وبالنسبة لأفريقيا، باعتبارها منطقة نامية، فقد حققت ارتفاعا ملحوظا في عدد الوافدين من السياح الدوليين بمتوسط معدل نمو سنوي قدره 2.9 في المائة خلال الفترة قيد النظر. وفي المقابل، لم تتمكن منطقة الشرق الأوسط من تحقيق تحسين يستحق الذكر في أدائها العام بسبب الصراعات الجارية وعدم الاستقرار السياسي في المنطقة، بالرغم من تسجيل زيادة في عدد الوافدين من السياح الدوليين على المنطقة بحيث بلغ 53.6 مليون سائح في عام 2016 بدل 50.3 مليون المسجلة عام 2011، وهو ما يعادل 1.3 في المائة كمتوسط معدل نمو سنوي (الشكل 5.2).

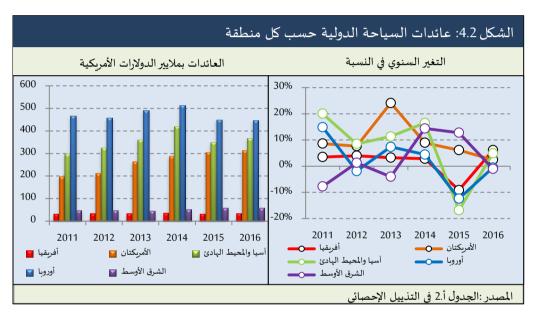


وخلال الفترة الممتدة بين عامى 2011 و2016، لم تتمكن سوى منطقتي آسيا والمحيط الهادئ والأمريكتين من تحقيق زبادة في حصتهما في سوق السياحة العالمية من حيث أعدد السياح الوافدين. فقد سجلت حصة منطقة أسيا والمحيط الهادئ ارتفاعا من 23.2 في المائة المسجلة عام 2011 إلى 25.7 في المائة عام 2016 (الشكل 2.2)، كما شهدت حصة منطقة الأمريكتين تسجيل زبادة طفيفة من 16.3 إلى 16.7 في المائة خلال الفترة ذاتها. وعلى الرغم من النمو الإيجابي الملاحظ من حيث عدد السياح الدوليين الوافدين، إلا أن حصة أوروبا من هذا العدد شهدت تراجعا كبيرا بحيث بلغت 50.2 في المائة عام 2016 مقابل 54.4 في المائة المسجل عام 2011، كما تراجعت فيها كذلك عائدات السياحة الدولية من 466.7 إلى 447.4 مليار دولار خلال نفس الفترة (الشكل 4.2). وتعتبر حالة عدم الاستقرار الاقتصادي القائمة في العديد من الدول الأوروبية من بين الأسباب الرئيسة وراء هذا الوضع كونها تلقى بظلالها على حجم نفقات السياح الأوروبيين. ومن جهة أخرى، لم تحظ منطقة أفريقيا إلا بحصة ضئيلة من السياح الدوليين الوافدين عليها ومن عائدات السياحة العالمية في 2016 مقارنة بعام 2011، بحيث تراجعت حصتها من الوافدين من 5.2 إلى 4.5 في المائة، فيما انخفضت حصتها من العائدات من 3.1 إلى 2.9 في المائة (الشكل 2.2). لذلك فإنه لا يتعين على البلدان الأفريقية التركيز على الرفع من أعداد الوافدين من السياح الدوليين فحسب، بل أيضا محاولة إيجاد سبل لزبادة الإيرادات من السياحة من خلال تنويع الأنشطة السياحية (مثل الشاطئ مقابل الجبل) وتطوير أصناف



سياحية بديلة (مثل رحلات السفاري بالمنطاد)، وكذلك تنفيذ الاستراتيجيات التي تستهدف السوق (في محاولة لجذب المزيد من السياح من البلدان ذات نزعات استهلاكية أعلى).

وببين الشكل 2.2 أيضا أن منطقتي أوروبا وآسيا والمحيط الهادي واصلتا احتلال مكانة كأقوى منطقتين في سوق السياحة العالمية من حيث الأداء سواء في 2011 أو 2016. وفي 2016 استأثرت هاتين المنطقتين بنسبة 67 في المائة من إجمالي إيرادات السياحة الدولية و 76 في المائة من الوافدين من السياح الدوليين.



وبمجرد ما شرعت البلدان في بلوغ معدلاتها الطبيعية في النمو الاقتصادي بعد تعافي الاقتصاد العالمي، سرعان ما بدأت أعداد السياح الوافدين تنحو في منحى أكثر استقرارا بل وأكثر إيجابية بين عامي 2011 و 2016. وبحكم تقلبات أسعار الصرف التي شهدتها الدول النامية في الغالب، فقد شهدت عائدات السياحة على الصعيد العالمي مستويات من الازدهار والتدهور خلال الفترة الممتدة بين عامي 2011 و 2016 (الشكلين 1.2 و 4.2). ويحمل هذا الأمر في طياته مصدر قلق كبير بالنسبة للعديد من البلدان النامية التي تعتمد بشكل كبير نسبيا على الأنشطة السياحية، والتي تولد قدرا مهما من الدخل من العملة الأجنبية وبالتالي النهوض بالنمو الاقتصادي.

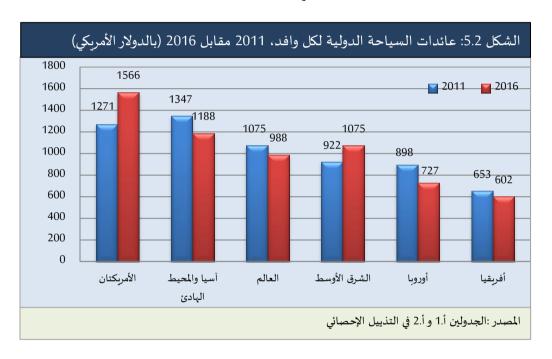
وخلال عام 2011، واصل نشاط السياحة الدولية نموه وبلغ 998 مليون كعدد السياح الدوليين الوافدين و1073 مليار دولار كعائدات من السياحة الدولية. وكانعكاس للظروف الاقتصادية، كان الانتعاش الاقتصادي قويا نسبيا خاصة في الاقتصادات الناشئة، فقد سجلت منطقة آسيا والمحيط الهادئ بين عامي 2011 و2012 أعلى معدل نمو سنوي من حيث أعداد الوافدين من السياح الدوليين (13.5 في المائة) وفي عامي 2012 و2013 شهدت كل المناطق الخمس زيادة في أعداد الوافدين من السياح الدوليين. وكنتيجة لذلك، ارتفع عدد الوافدين من 1045 مليون في أعداد الوافدين من 1045 مليون في 2012 إلى 1093 مليون في 1093 حين ارتفعت العائدات بمعدل 87 مليار دولار (الشكلين 3.2 بسار)

وبلغ عدد السياح الوافدين على الصعيد العالمي في 2014 ما يناهز 1137 مليون سائح، فيما ارتفعت عائدات السياحة لتسجل 1252 مليار دولار. فقد سجلت الأمريكتان وآسيا والمحيط الهادئ أعلى معدلات النمو من حيث عدد الوافدين من السياح الدوليين، بلغت 8.5 و 6.1 في المائة على التوالي. وفي العام نفسه، سجلت أوروبا معدل نمو إيجابي في عدد الوافدين من السياح الدوليين (1.7 في المائة). وبالمقابل، مرت منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا بأوقات عصيبة بسبب الحراك الاجتماعي الذي تشهده والمخاوف المتعلقة بانعدام الأمن المتزايدة، الشيء الذي أدى إلى تحويل مسار الراغبين في السفر بعيدا عن هذه المناطق، وهذا ما يفسر سبب تمركز جزء كبير من النشاط السياحي الدولي في المناطق الأخرى.

وفي 2015، واصلت أعداد الوافدين من السياح الدوليين تعافيها بحيث نمت بمعدل 4.5 بالمائة وبلغت 1189 مليون سائح. لكن لوحظ أيضا أن الشواغل الأمنية في بعض البلدان من منطقي الشرق الأوسط وأفريقيا أثرت بشكل سلبي على الأداء العام للسياحة في هاتين المنطقتين. وكنتيجة لذلك، تواصل أعداد الوافدين من السياح الدوليين السير في اتجاه سلبي أو تسجيل معدلات نمو تقل عن 1 في المائة في المنطقتين.

واعتبارا من 2016، بلغ عدد السياح الدوليين الوافدين 1235 مليون وسجلت عائدات السياحة 1220 مليار دولار أمريكي، وهو ما يمثل زيادة قدرها 3.9 و 2 في المائة، على التوالي، مقارنة بالسنة التي قبلها. وعلى وجه الخصوص، سجلت منطقتي أفريقيا وآسيا والمحيط الهادئ نموا قويا من حيث عدد السياح الدوليين الوافدين، أي بزيادة بلغت نسبتي 8.7 و 8.2 في المائة على التوالي.

وكانعكاس للاتجاهات الإيجابية المسجلة على مستوى السياح الوافدين، زادت بدورها عائدات السياحة بنسبة 6.1 في المائة في أفريقيا و 4.9 في المائة في آسيا والمحيط الهادئ (الشكلين 3.2 و 4.2). وبالمقابل، تراجعت أعداد الوافدين وعائدات السياحة في الشرق الأوسط بنسبتي 4.1 و 1.0 في المائة على التوالي. وخلال السنة ذاتها، تم تسجيل أعلى معدل نمو على مستوى عائدات السياحة في منطقة أفريقيا (6.1 في المائة)، وتلتها آسيا والمحيط الهادئ (4.9 في المائة) والأمريكتان (2.5 في المائة). وسجلت كل من منطقتي أوروبا والشرق الأوسط معدلات نمو سلبية من حيث العائدات خلال 2016، بلغت 5.5- و 0.1- في المائة (الشكل 4.2).



وعموما، في الوقت الذي اتجهت فيه عائدات السياحة في منحى مماثل لذلك الذي اتجه فيه عدد السياح الوافدين، كان متوسط معدلات نمو عائدات السياحة والحصص الإقليمية من الإجمالي العالمي مختلفا إلى حد ما. ويمكن أن تعزى التباينات القائمة بين التغير في عدد الوافدين من السياح الدوليين والتغير في عائدات السياحة الدولية إلى الاختلافات في أسعار الصرف واستراتيجيات السياحة المنفذة (على سبيل المثال قيمة مضافة أعلى لتوليد السياحة). ومن الواضح أيضا أنه في الأوقات الاقتصادية الصعبة، عادة ما لا يتوقف السياح الدوليون الوافدون عن السفر، ولكن يلجأون لتخفيض التكاليف، أي اختيار إقامة أقصر في وجهات أقل تكلفة

وأقرب إلى أماكن سكناهم على سبيل المثال، وذلك بالسفر والإقامة في الفئات ذات التكاليف المنخفضة. وفي الفترات التي يكون فيها الاقتصاد منتعشا، غالبا ما ينزعون إلى الإنفاق بشكل أكثر خلال فترات إجازاتهم والبقاء لفترة أطول في وجهاتهم. وفي هذا السياق، قد تختلف معدلات نمو عائدات السياحة وأعداد السياح الوافدين بشكل ملفت بسبب العوامل المذكورة أعلاه.

وبمكن للصورة أن تتضح أكثر بالاطلاع على معدلات منطقتي الأمريكتان وآسيا والمحيط الهادئ. فقد سجلت الأمريكتان متوسط معدل نمو سنوى قدره 5.1 في المائة بين عامي 2011 و 2016 في عدد السياح الوافدين، كما ارتفع خلال افترة ذاتها متوسط عائدات السياحة فيها بنسبة 9.6 في المائة في السنة، وهي نسبة أعلى أعلى بشكل ملحوظ عن معدل النمو المسجل على مستوى عدد السياح الوافدين. وبالمقابل، بلغ متوسط معدل النمو السنوي الخاص بعدد السياح الوافدين وعائدات السياحة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ 6.9 و 4.2 في المائة على التوالي خلال نفس الفترة. وتعزى هذه التباينات في حجم نمو عدد السياح الوافدين وعائدات السياحة بالأساس إلى التنوع على مستوى عائدات السياحة الدولية لكل سائح وافد بتنوع الخصائص السياحية لكل منطقة، سواء من حيث طول مدة إقامة السائح والغرض من الزيارة وبعد المسافة الجغرافية وغيرها من المحددات. وعلاوة على ذلك، تؤثر تقلبات أسعار الصرف على قيمة عائدات السياحة التي يتحكم الدولار الأمريكي في قياسها. وفي هذا السياق، بلغ المتوسط العالمي لعائدات السياحة لكل وافد في 2016 ما يناهز 988 دولار وهو رقم يقل بحوالي 87 دولار عن القيمة المسجلة في 2011. واستأثرت منطقة الأمربكتان بأعلى متوسط لعائدات السياحة لكل وافد (1566 دولار)، تلتها منطقة آسيا والمحيط الهادئ (1188 دولار). وفي عام 2016 كذلك، استقرت عائدات السياحة الدولية لكل وافد في أوروبا وأفريقيا على أرقام دون المتوسط العالمي بلغت 727 و 602 على التوالي (الشكل 5.2). وبالمقارنة مع عام 2011، كانت منطقتي الأمريكتان والشرق الأوسط أكثر المناطق دخلا فيما يخص عائدات السياحة الدولية لكل وافد من حيث القيمة الإسمية. وبعبارة أخرى، كانت الفترة الممتدة بين 2011 و2016 أكثر الفترات التي حققت فيها دول الأمربكتان والشرق الأوسط نجاحا مهما من حيث متوسطات عائدات السياحة الدولية. ومن ناحية أخرى، تراجعت هذه العائدات في مناطق أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ وأفريقيا خلال الفترة ذاتها. وتشير هذه النتائج إلى أنه لا يتعين على الدول على الصعيد العالمي التركيز فقط على

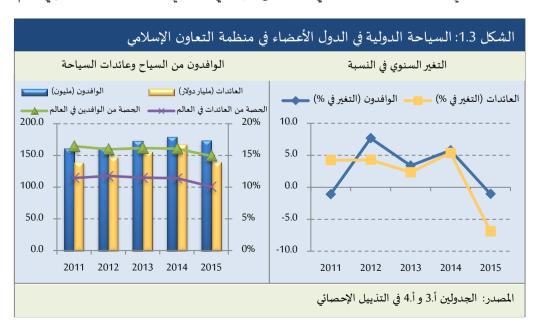
زيادة أعداد السياح الوافدين، وإنما أيضا وضع سياسات فعالة لتكون بمثابة قيمة مضافة للمنتجات والخدمات التي يستفيد منها الزوار الدوليون.

## 3 السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

يهدف هذا القسم إلى تقييم أداء قطاع السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي ودور ها الاقتصادي. ويدرس القسم الفرعي الأول الاتجاهات في اثنين من المؤشرات التي دُرج على استخدامها في قياس السياحة الدولية، أي الوافدون من السياح الدوليين وعائدات السياحة الدولية. ويستهدف التحليل كل من المستويين القطري والإقليمي لمنظمة التعاون الإسلامي. ويرمي القسم الفرعي الثاني إلى تقييم الدور الاقتصادي لقطاع السياحة الدولية في بلدان المنظمة. وفي الأخير ينظر القسم الفرعي الثالث في وضع السياحة البينية في المنظمة، وذلك بالقدر الذي يسمح به ما هو متوفر من البيانات ذات الصلة.

#### 1.3 السياح الوافدون وعائدات السياحة

كما هو مبين في الشكل 1.3، بلغ عدد الوافدين من السياح الدوليين في بلدان منظمة التعاون لإسلامي التي تتوفر حولها البيانات 160.6 مليون في عام 2011، أي ما يعادل حصة 16.5 في المائة من إجمالي الوافدين من السياح الدوليين في جميع أنحاء العالم. وكان لهذه الأعداد من السياح الفضل في جني 138.7 مليار دولار كعائدات للسياحة الدولية في البلدان الأعضاء في المنظمة، أي ما يقابل حصة 11.5 في المائة من الإجمالي العالمي لعائدات السياحة. وفي عام



2013، بلغ عدد السياح الوافدين على منطقة منظمة التعاون الإسامي 173 مليون سائح، كما ارتفعت خلال السنة ذاتها حصة مجموعة المنظمة من عدد السياح الوافدين في جميع أنحاء العالم بنسبة 0.2 في المائة لتسجل نسبة 16.2 في المائة، فيما بلغت عائداتها من السياحة الدولية 155.3 مليار دولار، وهو ما يمثل حصة 11.5 في المائة من الإجمالي العالمي.

تراجع عدد السياح الوافدين على منطقة منظمة التعاون الإسلامي من 179.4 مليون سائح في عام 2014 إلى 173.4 مليون في 2015. وخلال الفترة ذاتها، تراجعت عائدات السياحة الدولية في دول المنطقة من 167 مليار دولار إلى 139 مليار. وبشكل عام، انخفضت حصة بلدان المنظمة من إجمالي عدد السياح الدوليين الوافدين في العالم من 16.5 في المائة المسجلة عام 2011 إلى 11.5 في المائة عام 2015، كما تراجعت حصتها كذلك من الإجمالي العالمي لعائدات السياحة من 11.5 في المائة عام 2015.

في نفس السنة، كان للأزمات السياسية الإقليمية المتواصلة في مختلف بقاع العالم أثرا سلبيا على الصناعة السياحية. ولم تكن دول المنظمة استثناء من هذه التغيرات، بحيث سجل كل من إجمالي عدد الوافدين من السياح وعائدات السياحة وكذا حصة مجموعة المنظمة من السياحة العالمية تراجعا كبيرا. واختلفت الجوانب المتأثرة وحدة الأثر باختلاف البلدان، فقد تضررت بعض هذه البلدان بشكل فجائى وحاد، في حين شهدت بلدان أخرى اتجاهات متواضعة



ومتواصلة. وبالمقابل، أدى الانتعاش المستمر الذي يشهده الاقتصاد العالمي، وخاصة اقتصادات المناطق الرئيسية المولدة للسياح (الأمريكتان وأوروبا)، إلى تحقيق نتائج أفضل على مستوى السياحة في منطقة منظمة التعاون الإسلامي في 2015.

وفي الوقت الذي كانت فيه اتجاهات عائدات السياحة الدولية عموما مماثلة لتلك المتعلقة بعدد الوافدين من السياح الدوليين، من حيث القيمة المطلقة، سجلت حصص بلدان بعينها من إجمالي عائدات السياحة الدولية في المنظمة فضلا عن متوسط معدلات نموها تباينات نسبية. ويرجع ذلك إلى كون عائدات كل وافد تختلف باختلاف الخصائص السياحية لكل بلد من حيث طول مدة إقامة السائح والغرض من زيارته وبعد المسافة الجغرافية وأنواع التسوق وغيرها من الأمور. فعلى سبيل المثال، بلغ متوسط عائدات السياحة في منظمة التعاون الإسلامي لكل وافد 180 دولار في 2015 كما هو مبين في الشكل 2.3. وفي العام نفسه، تم تسجيل أعلى معدلات لعائدات السياحة حسب كل وافد في لبنان (960 دولار) تلتها كل من قطر (1414 دولار) وجزر المالديف (2159 دولار) والأردن (1329 دولار) والسودان (1821 دولار) وأذربيجان (1024).

وعلى المستوى القطري لكل بلد، لوحظ أن النشاط السياحي الدولي سواء من حيث أعداد السياح الوافدين أو عائدات السياحة لا يزال متمركزا في عدد قليل من البلدان فقط. وفي



2015، تربعت كل من تركيا وماليزيا والمملكة العربية السعودية على قائمة البلدان الأفضل أداء في مجموعة المنظمة من حيث الوافدين من السياح الدوليين، حيث استقطبت الدول العشر الأفضل أداء في المنظمة مجتمعة 139.2 مليون من السياح الدوليين، وهو ما يمثل حصة 80.3 في المائة من إجمالي السياح الدوليين الوافدين على دول المنظمة خلال 2015 (الشكل 3.3، يسار).

وبالمثل، تتمركز أيضا عائدات السياحة الدولية لدول منظمة التعاون الإسلامي في عدد قليل من البلدان، معظمها من الوجهات السياحية الرئيسية في المنظمة كما هو مبين في الشكل 3.3 (يسار). وفي ترتيب تنازلي، مثلت كل من تركيا وماليزيا وقطر وإندونيسيا والمملكة العربية السعودية والمغرب ولبنان ومصر والأردن والعراق أفضل 10 دول أداء في منظمة التعاون الإسلامي من حيث عائدات السياحة خلال 2015 (الشكل 3.3، يسار). فقد حققت هذه المجموعة من دول المنظمة 121.9 مليار دولار كعائدات من السياحة الدولية خلال السنة المذكورة، أي ما يعادل حصة 87.5 في المائة من إجمالي عائدات السياحة في منظمة التعاون الإسلامي في العام ذاته.

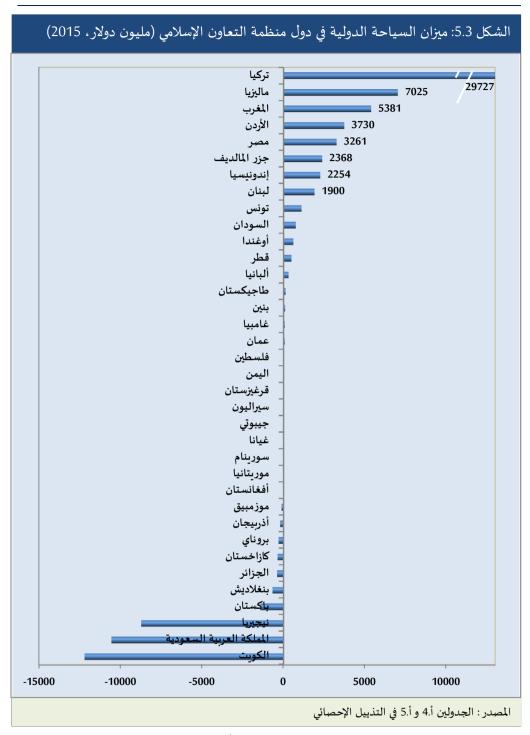
# 2.3 الدور الاقتصادي للسياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

يجسد هذا القسم الفرعي محاولة لتقييم الدور الاقتصادي لقطاع السياحة الدولية في اقتصادات بلدان منظمة التعاون الإسلامي. وفي هذا الصدد، فيما يلي سيتم تحليل الأرقام المتعلقة بمساهمة السياحة في العمالة والناتج المحلي الإجمالي والصادرات. وزيادة على ذلك، سيتم حساب البيانات ذات الصلة بموازنة السياحة الدولية والتقرير بشأنها، وذلك من خلال خصم نفقات السياحة الدولية من عائداتها لكل بلد تتوفر حوله البيانات ذات الصلة على حدة. ثم بعدها يتم دراسة صافي مساهمة قطاع السياحة الدولية في اقتصادات بلدان منظمة التعاون الإسلامي عن طريق ربط موزانة السياحة الدولية كنسبة مئوية بالناتج المحلي الإجمالي في كل بلد. كما سيتم تقييم القطاع باعتباره مصدرا من مصادر عائدات النقد الأجنبي من خلال ربط عائدات السياحة الدولية في كل بلد، كنسبة مئوية،مع إجمالي صادراتها السلعية خلال نفس عائدات السياحة الدولية في كل بلد، كنسبة مئوية،مع إجمالي صادراتها السلعية خلال نفس

الفترة، فضلا عن حصة صادرات السفر من إجمالي صادرات الخدمات لمجموعة منظمة التعاون الإسلامي.



وببرز الشكل 4.3 مدى مساهمة قطاع السياحة الدولية في اقتصادات دول المنظمة بالمقارنة مع المتوسط العالمي بناء على مجموعة بيانات مستمدة من المجلس العالمي للسفر والسياحة المتوسط (WTTC). وتميز إجمالي مساهمة قطاع السياحة الدولية في العمالة في دول المنظمة بنمط مستقر وتراوح بين 6.5 و 6.4 في المائة خلال الفترة الممتدة بين عامي 2012 و2017، ومن المتوقع أن يستقر كذلك على مستوى 6.4 في المائة في 2018. وعلى الصعيد العالمي، ارتفع هذا الرقم من عامي 2012 إلى 9.7 في المائة خلال 2017. وبعبارة أخرى، يمكن القول بأن إسهام قطاع السياحة في توفير العمالة في مجموعة دول المنظمة لم يرق بعد لمستوى ما تتيحه لها الإمكانيات التي تزخر بها إذا ما قورن بالمتوسط العالمي. ومن ناحية أخرى، ارتفعت نسبة إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (ويشمل ذلك مساهماتها المباشرة وغير المباشرة) في مجموعة المنظمة وفي العالم ككل خلال الفترة الممتدة بين عامي 2012 و 2017. فقد ارتفعت هذه النسبة في المنظمة من متوسط 7.9 في المائة المسجل عام 2012 إلى 8.6 في المائة في 2017. هذه النسبة في المنظمة من متوسط 7.9 في المائة المسجل عام 2012 إلى 8.6 في المائة في 2017. بينما بلغ المتوسط العالمي 9.5 خلال الفترة ذاتها.

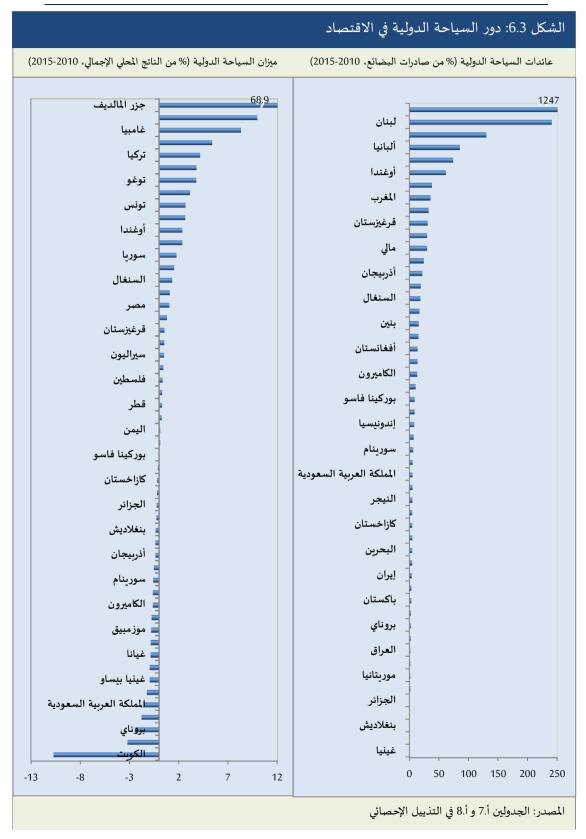


ويعكس الشكل 5.3 ميزان السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي خلال 2015. ومن بين الدول الأعضاء الستة والثلاثين التي تتوفر حولها البيانات، تجاوزت فيها عائدات

السياحة نفقاتها. وكانت كل من تركيا وماليزيا والمغرب هي الدول الأعضاء التي سجلت أعلى نسبة فائض بهذا الصدد. وبالمقابل، سجل ميزان السياحة الدولية نتائج سلبية في 14 دولة عضوا في المنظمة، ومن بينها الكويت والمملكة العربية السعودية ونيجيريا بصفتها أكر البلدان المسجلة للعجز. يبدو أن عددا مهما من الدول الأعضاء بحاجة إلى وضع سياسات فعالة خاصة بالسياحة بهدف توليد فائض في مداخيل أنشطة السياحة الدولية بدل تسجيل العجز (تم الحساب بناء على البيانات في الجدولين أ.4 و أ.5 في الملحق الإحصائي).

وعند النظر إلى الدور الاقتصادي لقطاع السياحة الدولية في اقتصادات بلدان منظمة التعاون الإسلامي من حيث صافي مساهماتها في الناتج المحلي الإجمالي لكل بلد، تعكس الصورة وضعا مختلفا تماما (الشكل 6.3، يسار)، فهذا الدور الاقتصادي لا يعد نتيجة لحجم أو مستوى ثراء الاقتصاد. وبمتوسط قدره 68.9 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي، تعتبر السياحة الدولية النشاط الاقتصادي الرئيسي في جزر المالديف ذات أكبر حصة مسجلة في المنظمة. ويبين الشكل 6.3 كذلك أن النشاط السياحي الدولي يلعب دورا هاما نسبيا مقارنة مع حجم الاقتصاد في بلدان المنظمة الثمانية والتي يبلغ متوسط موازنة السياحة الدولية الخاصة بها أكثر من 3 في المائة من ناتجها المحلي الإجمالي. وتشمل هذه المجموعة بعض الوجهات السياحية والدول الكاسبة الرئيسية في منظمة التعاون الإسلامي (مثل: الأردن ولبنان والمغرب وتركيا). وفي المقابل، تبين أن صافي مساهمة النشاط السياحي الدولي في اقتصادات 24 بلدا عضوا في منظمة التعاون الإسلامي، التى تتوفر حولها البيانات، كان سلبيا خلال الفترة الممتدة بين عامي 2010 و 2015.

ومن جهة أخرى، عند تقييم قطاع السياحة الدولية كمصدر من مصادر عائدات النقد الأجنبي من خلال ربطه في كل بلد كنسبة مئوية بإجمالي صادراته السلعية، يشير الشكل 6.3 (يمين) إلى أن النشاط السياحي الدولي يلعب دورا أكثر أهمية في اقتصادات دول منظمة التعاون الإسلامي كمصدر لعائدات النقد الأجنبي. فوفقا لبيانات العام الماضي المتاحة عن الفترة الممتدة بين عامي 2010 و 2015، سجلت جزر المالديف أعلى معدل لعائدات السياحة الدولية كنسبة من صادرات البضائع (1247.5 في المائة) تلتها كل من لبنان (240.0 في المائة) وغامبيا (129.6 في المائة). لكن عائدات السياحة الدولية في 16 دولة عضوا في المنظمة سجلت نسبة تقل عن 5 في المائة من إجمالي صادراتها السلعية (الجدول أ.8 في الملحق الإحصائي).



يمكن تقييم الأهمية الاقتصادية للصناعة السياحية من خلال النظر لحصة صادرات خدمات الأسفار من إجمالي صادرات الخدمات، فحسب الشكل 7.3 (يسار)، سجلت جزر المالديف أعلى معدل في هذه الحصة من بين بلدان المنظمة المتوفرة حولها البيانات، بحيث بلغت 87.5 في المائة خلال الفترة الممتدة بين عامي 2012 و 2016 وفقا للبيانات المتاحة من العام الماضي. تلها غامبيا (73.3%) والمملكة العربية السعودية (69.5%) والأردن (64.9%) والعراق (64.9%). وتجاوزت هذه الحصة عتبة 50 في المائة في 12 بلدا عضوا في المنظمة. لكن مع مرور الوقت يتضح أن متوسط حصة صادرات خدمات الأسفار من إجمالي صادرات الخدمات في دول المنظمة يسجل تراجعا طفيفا، بحيث نزل من 43.7 في المائة إلى 40.2 في المائة بين فترتي 2012-2014 و



### 3.3 السياحة البينية في منظمة التعاون الإسلامي

كما هو الحال بالنسبة للأبعاد الأخرى للتكامل الاقتصادي (مثل التجارة والاستثمار)، يمكن لاتجاهات السياحة البينية في منظمة التعاون الإسلامي أن تكون مؤشرا جيدا لتقييم مستوى التكامل الاقتصادي بين دول المنظمة. وتشير المستويات العالية في أرقام السياحة البينية في

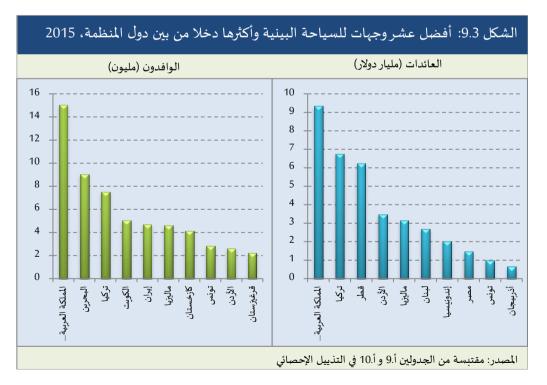
المنظمة سواء من حيث عدد السياح الوافدين أو عائدات السياحة البينية إلى وجود تحسن في التعاون الاقتصادي بين بلدانها الأعضاء.

ويعرض الشكل 8.3 الاتجاهات الخاصة بالسياح الوافدين فيما بين هذه الدول وعائدات السياحة البينية خلال الفترة بين عامي 2010 و 2015. فمع الانتعاش الطفيف على مستوى الأسواق العالمية خلال 2010 في أعقاب الأزمة العالمية، بلغ عدد السياح الوافدين في إطار السياحة البينية داخل المنظمة 59.1 مليون سائح وافد، وهو ما يعادل نسبة 36.4 في المائة من السياحة البيانات ذات الصلة. وفي 2011، ارتفع عددهم إلى 60.9 مليون سائح فيما سجلت حصتهم من إجمالي عدد الوافدين من السياح الدوليين على دول المنظمة 9.1 في المائة. وخلال سنة 2012، استمر العدد الوافدين من السياح الدوليين على دول المنظمة 9.1 في المائة من إجمالي السياح الوافدين في الإرتفاع وبلغ 65.3 مليون وافد، وهو ما يعادل حصة 39 في المائة من إجمالي السياح الوافدين على دول المنظمة، واستمرت وتيرة النمو هذه حتى 2014 و2015. فقد حققت الأرقام الخاصة بأعداد الوافدين فيما بين دول المنظمة طفرة نسبية من 66.8 عام 2014 إلى 67.7 مليون سائح في 2015، وكنتيجة لذلك سجلت حصة السياحة البينية من إجمالي السياحة في اتجاه دول المنظمة ارتفاعا من 8.88 في المائة إلى 99 في المائة خلال هذه الفترة. وعلى مستوى عائدات المنظمة ارتفاعا من 8.88 في المائة إلى 99 في المائة خلال هذه الفترة. وعلى مستوى عائدات



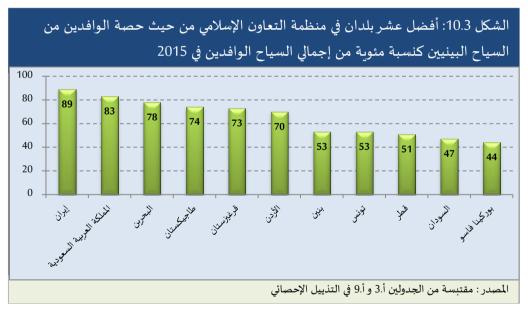
السياحة البينية في بلدان المنظمة، تم تسجيل اتجاه مماثل خلال الفترة قيد النظر (الشكل 8.3)، فقد عرفت فترة 2010-2015 نموا كبيرا، بحيث انتقلت من 44.1 مليار دولار المسجلة في 2010 إلى 55.1 مليار دولار في 2015. وفي الفترة نفسها، سجلت أيضا حصة عائدات السياحة البينية من إجمالي عائدات المنظمة زيادة مهمة بحيث ارتفعت من 36.4 في المائة إلى 39 في المائة.

وعلى مستوى كل بلد على حدة، لوحظ أن وجهات السياح البينيين الوافدين على دول المنظمة تتمركز في عدد قليل من البلدان فقط. ويعرض الشكل 9.3 البلدان الأعضاء العشرة الأفضل أداء في منظمة التعاون الإسلامي من حيث عدد السياح البينيين الوافدين وأيضا عائدات السياحة البينية في عام 2015. وفي ترتيب تنازلي، كانت كل من المملكة العربية السعودية والبحرين وتركيا والكويت وإيران وماليزيا وكازخستان وتونس والأردن وقرغيزستان أفضل عشر وجهات سياحية بينية في 2015 (الشكل 9.3، يسار). واستقبلت هذه الدول مجتمعة 57.6 مليون سائح من دول المنظمة، وهو ما يعادل 85 في المائة من إجمالي عائدات السياحة البينية فها خلال تلك السنة. وفي ترتيب تنازلي، كانت كل من المملكة العربية السعودية وتركيا وقطر والأردن وماليزيا ولبنان وإندونيسيا ومصر وتونس وأذربيجان أكثر البلدان دخلا من السياحة البينية في



دول المنظمة عام 2015 (الشكل 9.3، يمين)، بحيث جنت 36.7 مليار دولار كعائدات، أي ما يعادل حصة 66.6 في المائة من إجمالي عائدات السياحة البينية في المنظمة ككل.

وتم أيضا تسجيل أن عدد السياح الوافدين من بلدان أخرى أعضاء في المنظمة يمثل الجزء الأكبر من مجموع السياح الدوليين الوافدين في بعض دول المنظمة خلال عام 2015، مثل إيران (89 في المائة) والمملكة العربية السعودية (83 في المائة) والبحرين (78 في المائة) وطاجكستان (74 في المائة) وقرغيزستان (73 في المائة) والأردن (70 في المائة) (الشكل 10.3). ومع ذلك، فإن هذه النسبة لا تزال دون مستوى 20 في المائة في العديد من دول المنظمة. ويبدو جليا أن عدد السياح الوافدين فيما بين دول المنظمة على الدول الواقعة في الشرق الأوسط وآسيا الوسطى يمثل نسبيا حصة أكبر من إجمالي السياح الوافدين على بلدان المنظمة.



تشير هذه الأرقام إلى أن مجموعة كبيرة من الناس تسافر لأسباب سياحية لدول المنظمة المجاورة لبلدانهم في حدود المنطقة الواحدة. ومع ذلك، فإن حيازة حصة مرتفعة للغاية من السياح الوافدين فيما بين دول منظمة التعاون الإسلامي (من إجمالي السياح الوافدين) قد يعني أن البلاد تعتمد بدرجة كبيرة على السياح القادمين من عدد قليل من البلدان التي تقع معظمها في المنطقة نفسها. ولذلك، في حال وجود أي اضطراب (اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي) في بلد ما أو بين بلدين أعضاء في المنظمة من نفس المنطقة يمكن أن يأثر بشدة على أرقام السياحة. وفي

هذا السياق، ومن أجل التقليص من إمكانية حصول مثل هذا الأمر الخطر، فإنه من المهم التفكير في وضع استراتيجيات للتنويع السياحي لاستضافة المزيد من السياح من مختلف المناطق الجغرافية في منظمة التعاون الإسلامي بالنسبة لبلدانها التي تعتمد بشكل كبير على عدد قليل من البلدان في قطاع السياحة.

# الاتجاهات الجديدة في قطاع السياحة: السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

على مدى العقدين الماضيين، شهد سوق نمط الحياة الإسلامية نموا متسارعا بحيث أصبحت المنتجات و الخدمات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية (مثل الأغذية الحلال والسياحة الإسلامية والتمويل الإسلامي) عنصرا مهما في الاقتصاد العالمي. وبوجود وعي متزايد وانتشار أكبر للسياح المسلمين، بدأ العديد من المستمرين في صناعة السياحة بتقديم منتجات وخدمات خاصة وضعت وصممت وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية، وذلك لتلبية حاجيات ومتطلبات هؤلاء السياح. ومع ذلك، وعلى الرغم من الاهتمام الكبير الذي حضيت به في جميع أنحاء العالم، تبقى السياحة الإسلامية مفهوما جديدا نسبيا سواء على المستوى النظري أو العملي للسياحة. وبالتالي فإنه ليس من المستغرب أن يظل النشاط السياحي الإسلامي متمركزا بشكل كبير في الدول ذات الأغلبية المسلمة في منظمة التعاون الإسلامي، والتي هي حاليا أسواق المصادر الرئيسية لنفقات السياحة الإسلامية والوجهات الأكثر شعبية. 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. لذلك يمكن القول بأنه من شأن السياحة الإسلامية أن تلعب دورا حيوبا في إعادة تنشيط التنمية والنمو الاقتصاديين، ومن ثم توسيع نطاق الرخاء عبر ربوع دول منظمة التعاون الإسلامي، لكن شربطة حسن التخطيط لها وإدارتها.

وفي ضوء ذلك، يهدف هذا القسم إلى مناقشة تعاريف وأبعاد السياحة الإسلامية مناقشة صريحة من خلال البحث في أدبيات السياحة، وتسليط الضوء على نشأة صناعة السياحة الإسلامية ووضعها في العالم بشكل عام وفي دول منظمة التعاون الإسلامي على وجه الخصوص عن طريق تحليل أحدث المعلومات والإحصاءات المتاحة. كما يناقش هذا القسم كذلك بشكل وجيز أبرز التحديات والفرص أمام تنمية السياحة الإسلامية في بلدان المنظمة.

#### 1.4 السياحة الإسلامية و مكوناتها

#### الإسلام والسياحة

يحث القرآن الكريم المسلمين على السفر والترحال، فقد أمرنا الله عز وجل بأن نسير في الأرض ونأخذ العبر من خلقه، ويتجلى ذلك في قوله تعالى: "قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانْظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ وَمَا اللّه يُنْشِئُ النّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللّه عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ" (سورة العنكبوت، الآية: 20). ومن المعلوم أن للوازع الديني أثر بالغ على أنشطة المسلمين في حياتهم اليومية في حلّهم وترحالهم، وهذا عامل يتدخل في اختيار وجهة معينة دون غيرها لأغراض تقديرية وطبيعة الأنشطة المزمع القيام بها في هذه الوجهة (Jafari and Scott, 2014). فالإسلام يقر بحق الناس في الانتقال من مكان إلى آخر ويشجعهم على السفر لأغراض المنفعة بما في ذلك أداء مناسك الحج والعمرة ولأغراض الصحة والتداوي والتعليم والعمل والتجارة والترفيه والمرح. ومع ذلك، ينبغي توخي بعض الحذر والحيطة عند تفسير كلمات مثل "المرح" و "الترفيه" ما دام المسلمون ملزمون بعدم انتهاك حدود ما يتمليه الشريعة الإسلامية في سعيهم وراء المرح والترفيه وإدارة وتسيير هذه وفقا لذلك فإن وضع السياسات الخاصة بالسياحة وأهدافها التنموية وإدارة وتسيير هذه الصناعة سيتأثر إلى حد كبير بالمبادئ الإسلامية (Scott and Jafari, 2010).

# السياحة الإسلامية: تعاريف وأبعاد

كما هو واضح من خلال التسمية، تستهدف السياحة الإسلامية بالأساس الأشخاص ذوي المعتقدات الإسلامية على وجه الخصوص، على الرغم من أنه يمكن أن تستهدف أيضا كل الأشخاص على الصعيد العالمي حتى من غير المسلمين، وذلك لعدة أسباب مثل التسعير العادل والسلام والأمن والبيئة الودية للأسرة والنظافة وغيرها من الأمور التي قد تجذبهم. وقد تعددت المصطلحات المستخدمة للدلالة على مفهوم السياحة الإسلامية سواء في النظرية أو الممارسة السياحية، فنجد مصطلحات من قبيل السياحة الحلال والسياحة الملتزمة بمبادئ الشريعة والسياحة الملائمة للمسلمين هي الأكثر شيوعا وتستخدم على سبيل الترادف. ومع ذلك، فإن كل هذه المصطلحات لا تعكس تعريفا واحدا شاملا ومفهوما على المستوى العالمي ( Crescent ). وعلاوة على ذلك، هناك بعض المصطلحات ذات الصلة مثل "الضيافة الحلال" و "الفنادق المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية" و "السياحة الحلال" بشأن الخدمات في هذا القطاع.

#### الإطار 1.4: المكونات الرئيسية للسياحة الإسلامية

الفنادق الملتزمة بالحلال: تشمل بعض المؤشرات الرئيسية للفندق الإسلامي ما يلي: عدم تقديم المشروبات الكحولية أو لعب القمار وما شابه ذلك من المحرمات في الدين الإسلامي، وتوفير الطعام الحلال فقط والمصاحف وسجادات الصلاة وبوصلة تشير إلى اتجاه القبلة في كل غرفة، وتصميم موضع الأسرة والمراحيض بشكل يتعارض مع اتجاه القبلة، وتوفير غرف للصلاة، ولباس الموظفين لألبسة محافظة، والاعتماد على التمويل الإسلامي، وتوفير مرافق ترفيهية خاصة بالرجال وأخرى بالنساء منفصلة عن بعضها.

النقل الملتزم بالحلال (الخطوط الجوية): تشمل المؤشرات الرئيسية للنقل الحلال ما يلي: النظافة وعدم تقديم المشروبات الكحولية والمنشورات التي تتعارض مع تعاليم الإسلام.

منشآت الطعام الحلال: يجب أن تكون الأغذية المقدمة في المطاعم حلالا وأن يتم ذبح الحيوانات على الطريقة الإسلامية، مع عدم تقديم أية مشروبات كحولية في مثل هذه المنشآت.

رزم الجولات السياحية الحلال: يجب أن يكون محتوى رزم الجولات السياحية قائما على مواضيع إسلامية، بحيث تكون هناك زيارات إلى المساجد والآثار الإسلامية وتنظيم فعاليات خلال شهر رمضان. التمويل الحلال: يجب أن تكون الموارد المالية الخاصة بالفنادق والمطاعم ووكالات السفر وشركات الطيران متسقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية. وبشكل عام، يتطلب التمويل الإسلامي المشاركة في تقاسم الربح والخسارة بين جميع الأطراف التي تشارك في هذا المشروع المالي، كما أنه يحظر التعامل بالفائدة.

المصدر: مقتبس من (2014) Akyol and Kilinc

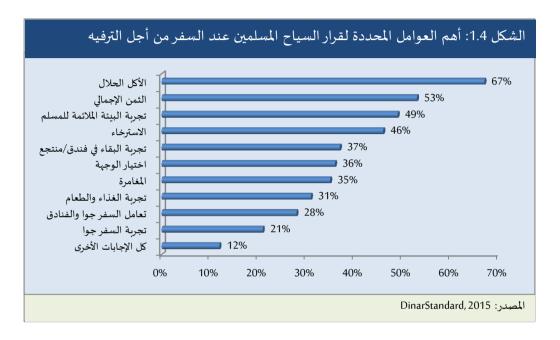
لا تختلف السياحة الإسلامية في مكوناتها الرئيسية مثل الفنادق والمطاعم والنقل والخدمات اللوجيستية والتمويل والرزم السياحية عن مكونات نظيرتها التقليدية، إلا أن تقييم قيمة المنتجات السياحية في حالة السياحة الإسلامية ينطوي على عملية مختلفة تماما بسبب متطلبات الإسلام. وهذه المتطلبات هي الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية، وفي أبسط مستوياتها، هذه المبادئ "تحرم الزنا والقمار واستهلاك لحم الخنزير وغيره من الأطعمة الحرام والاتجار في الخمور أو شربها وارتداء الملابس غير اللائقة". وبالإضافة إلى ذلك، يتوقع من المسلم النموذجي أن يؤدي صلواته الخمس المفروضة عليه في بيئات نظيفة وأن يصوم شهر رمضان. وفي التعاليم الإسلامية، يفترض من المسلمين كذلك تجنب الاستهلاك والتبذير غير الضروريين. إن الهدف الرئيسي للسياحة الإسلامية مبدئيا هو إرضاء السياح الذين يبحثون عن الوجهة التي يمكها الرئيسي للسياحة الإسلامية مبدئيا هو إرضاء السياح الذين يبحثون عن الوجهة التي يمكها

تلبية احتياجاتهم دون التعرض لأي موقف محرج أو يتعارض وقناعاتهم. فهي تشمل جميع المنتجات والخدمات ذات الصلة بالسياحة والتي تم تصميمها وإنتاجها وعرضها على السوق وفقا للشريعة الإسلامية (Hamza et al., 2012). والسياح المسلمون غالبا ما يسافرون رفقة أفراد الأسرة، وبالتالي فإن هذا المفهوم يحوم حول احتياجات سفر السياح المسلمين الذين يسعون في الغالب إلى بيئة مربحة للأسرة (Dinar Standard, 2015). وتصنف جميع الوجهات التي توفر الخدمات والمرافق التي تلبي على الأقل البعض من الاحتياجات الدينية للزوار المسلمين في خانة "وجهات صديقة للمسلمين" (Crescent Rating, 2015)، لأن بوسع السياح أن ينعموا بالأمن والأمان في مثل هذه الوجهات ويستمتعوا بالأنشطة الحلال المصممة خصيصا للأسرة والتمتع بوقت جيد دون أي مصدر قلق.

ويمكن أن يكون الدافع وراء انخراط المسلمين في النشاط السياحي عاما (على سبيل المثال: ممارسة الأعمال التجارية وزيارة الأصدقاء والأقارب) أو السعي إلى تحقيق أهداف وأنشطة شخصية (التعليم والتسوق) أو الترفيه أو دوافع إسلامية محددة كنشر رسالة الإسلام والقيم والثقافة الإسلامية وعبادة الله (من خلال أداء مناسك الحج والعمرة) وتعزيز أواصر صلة الرحم... ومعظم الدوافع العامة شائعة بين المسلمين وغير المسلمين. إلا أن بعض دوافع السياحة التي تثير المتعة المحضة والإسراف والتبذير تعتبر غير مقبولة وفقا للعقيدة الإسلامية، وهذه الدوافع يمكن اعتبارها غير إسلامية أو حراما (Duman, 2011).

وهناك في أوساط السياح المسلمين تباينات كبيرة من حيث الوعي واعتماد مختلف الممارسات الإسلامية. فيعمد عدد كبير منهم إلى السفر إلى وجهات عالمية غير إسلامية مثل أوروبا والتكيف مع أي قيود من خلال السعي وراء بدائل للطعام الحلال، فضلا عن الاعتبارات الدينية الأخرى مثل فضاءات الصلاة وما إلى ذلك. وفي الوقت نفسه، هناك أيضا شريحة كبيرة تسافر على المستوى العالمي سعيا وراء الخيارات التي ترضي اعتباراتهم الدينية ( Dinar Standard, 2015 المستوى العالمي مشترك بين دينار ستقصائية عالمية أجريت بشكل مشترك بين دينار ستاندرد وكريسانت ربتنغ، فإن الطعام الحلال والسعر الإجمالي والتجربة الملائمة للمسلم أمور مصنفة بين أفضل 3 احتياجات للسائح المسلم في سوق السياحة (الشكل 1.4). ويتناول مسح وارد في الكومسيك (2016) العوامل المتدخلة للتأثير على السياح المسلمين في اختيارهم لوجهاتهم السياحية. فحسب هذا المسح، تصدرت العوامل الثلاثة المتمثلة في توفر خدمات السياحة المسلمين (65 في المائة من المستجوبين)، والتكلفة الإجمالية لهذه الخدمات (48 في المائة

من المستجوبين)، وودّية السكان المحليين (31 في المائة من المستجوبين) قائمة العوامل ذات الأهمية القصوى بالنسبة للمشاركين في المسح. ومن جهة أخرى، صنف عاملي القرب الجغرافي وتوفر الأنشطة الرياضية كأقل العوامل تأثيرا على قرارات اختيار الوجهات السياحية للسياح المسلمين من بين تسعة عوامل شملها المسح (الجدول 1.4).

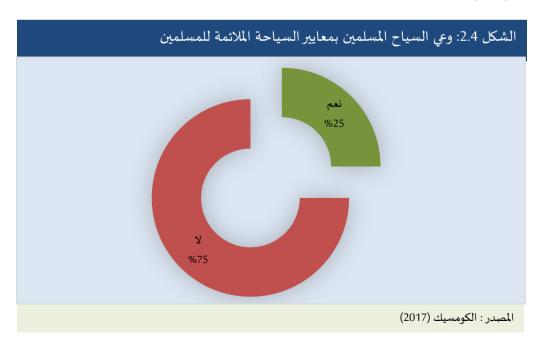


الجدول 1.4: الأهمية النسبية للعوامل المحددة لخيار السائح المسلم					
غير مهم	محايد	مہم	مهم جدا	غاية في الأهمية	
1.2	3.7	8.8	21.3	65.1	خدمات سياحية ملائمة للمسلمين
0.4	2.8	16.4	32.6	47.9	التكلفة الإجمالية
1.1	7.2	22.6	37.6	31.5	ودّية السكان المحليين
4.1	16.6	23.8	28.5	27.1	مواقع التراث الإسلامي
12.7	19	20.3	25.8	22.2	أنشطة وأماكن جذب الأطفال
5.4	20.5	29.9	29	15.2	أماكن جذب ثقافية
11.2	26.4	25.8	24.6	12	أنشطة شاطئية ومائية
19.4	28.1	21.6	20.6	10.3	القرب الجغرافي
22.1	35.4	19.1	18.2	5.2	الأنشطة الرياضية

المصدر: الكومسيك (2016)

وفي الوقت الذي تسعى فيه شريحة كبيرة من السياح المسلمين للسفر في ظل توفر هذه الخدمات، فإن عدد قليل جدا من الفنادق وشركات الطيران والوجهات السياحية هي التي تحاول فعلا الاستجابة لمتطلباتهم. في واقع الأمر، المسألة ليست بالسهولة التي قد تبدو عليها، فعديد من المزودين بهذه الخدمات يواجهون صعوبات متعلقة بكون السائح المسلم لا يتمتع بقدر كاف من الفهم المشترك والوعي بشأن معايير السياحة الملائمة للمسلمين. ووفقا لمسح وارد في الكومسيك (2017)، أشار فقط 25 في المائة من السياح المسلمين (الذين شملهم المسح) أن لهم دراية بهذه المعايير (الشكل 2.4).

وبطبيعة الحال، عند وضع استراتيجية تستهدف سوق السياحة الإسلامية، يتعين على جميع الفاعلين الرئيسيين مثل الوجهات والفنادق والمنتجعات وشركات الطيران ووكالات السفر النظر في إلى الحصة النسبية للسياح المسلمين القاصدين لوجهتهم. كما يتعين عليها أيضا النظر في الاحتياجات المتعلقة بالمعتقدات التي ستعمل على تلبيتها. فالاحتياجات الأساسية مثل الطعام الحلال وعدم تقديم المشروبات الكحولية وتوفير فضاءات مخصصة للصلاة وإقامة رمضان هي أمور لا بد منها بالنسبة للبلدان ذات الأغلبية المسلمة. ومن بين الخيارات الإضافية أيضا توفير فضاءات خاصة بالنساء فقط والخروج في جولات سياحية لمواقع التراث الإسلامي بالإضافة إلى أمور أخرى (Dinar Standard, 2015).



#### الإطار 2.4: المفاهيم العامة للسياحة الإسلامية

المفهوم الاقتصادي: يركز المفهوم الاقتصادي للسياحة الإسلامية على إدراج أسواق ووجهات سياحية جديدة. وهذا المفهوم من بين المفاهيم الأكثر طرحا للنقاش في البلدان الإسلامية وغير الإسلامية كما أنه من أكثرها إدراكا من أفراد هذه المجتمعات. فيعتبر الفاعلون الرئيسيون في مجال السياحة أن الدول الإسلامية من الأسواق السياحية الناشئة التي تتوفر على إمكانات اقتصادية وديموغرافية ووجهات مهمة. وهناك العديد من المحافل الإقليمية والدولية المعنية بتوضيح الأبعاد الاقتصادية لسوق السياحة الإسلامية، من قبيل المؤتمر الإسلامي لوزراء السياحة (ICMT) والمجلس العربي لوزراء السياحة (ACMT). فقد قدم الاجتماع الثالث للمؤتمر الإسلامي لوزراء السياحة رؤية جديدة في هذا الصدد من خلال 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.

المنهوم الثقافي: يتضمن المنهوم الثقافي للسياحة الإسلامية 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 استهلاكا والمشحونة ب "الثقافة الغربية" نحو المواقع الإسلامية التاريخية والدينية والثقافية.

المفهوم الديني المحافظ: يستند مفهوم المحافظة الدينية للسياحة الإسلامية على التفسير والفهم المحافظ للإسلام. فيمكن لدمج عناصر نمط الحياة الإسلامية المحافظة للغاية بصناعة السياحة الحديثة تقديم خيارات وفضاءات ومجالات سياحية جديدة. ومن أجل سوق سياحية بينية محافظة ومتواصلة النمو في بلاد العرب والمسلمين، فإن إدخال مفهوم المحافظة الدينية في التخطيط السياحي كخيار إضافي وكإدراج في التيار السياحي القائم يمكن بالفعل أن يكون له أثر اقتصادي واجتماعي إيجابي.

المصدر: مقتبس من (2004) Al-Hamarneh and Steiner

# 2.4 وضع السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

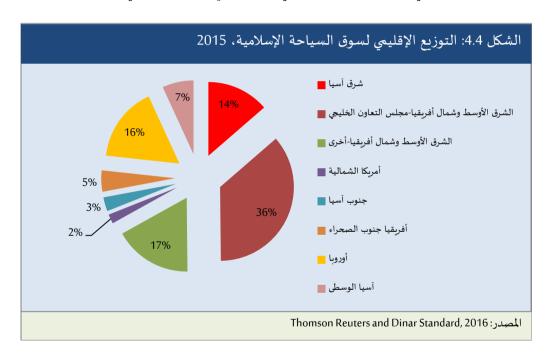
تعتبر السياحة الإسلامية ظاهرة حديثة في مجال صناعة السياحة العالمية سواء من الناحية النظرية أو العملية، وفي الماضي كانت مرتبطة بالحج والعمرة فقط. لكن منذ عهد قريب، شهدت سوق السياحة تدفقا غير مسبوق للمنتجات والخدمات المصممة خصيصا لتلبية احتياجات قطاعات الأعمال والترفيه ذات الصلة بالسياح المسلمين في جميع أنحاء العالم. وقد شهد سوق السياحة الإسلامية توسعا سريعا على مر السنين وبرز كأحد أسرع القطاعات نموا في سوق

السياحة العالمية، بحيث سجلت عام 2014 مبلغ 145 مليار دولار مقابل حوالي 80 مليار دولار فقط عام 2006 (باستثناء نفقات الحج والعمرة من 20 إلى 25 مليار دولار)، وهو ما يمثل زيادة مدهشة بلغت 81 في المائة. وفي 2015، واصلت سوق السياحة الإسلامية العالمية نموها بتسجيل نمو قدره 4.9 في المائة وبلغت 151 مليار دولار. وبتفصيل أدق، تعد الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي مصدر مبلغ 18.80 مليار دولار من الإنفاق (ما يعادل 72 في المائة من إجمالي حجم السوق). ومن جانب آخر، أنفق المسلمون المقيمون في دول غير أعضاء في المنظمة ما يناهز 42.3 مليار (ما يعادل 28 في المائة من إجمالي حجم السوق) في أنشطة السياحة الإسلامية. ومن المتوقع أن يبلغ حجم هذه السوق 243 مليار دولار في 2021 بمعدل نمو سنوي قدره 8.3 في المائة (Thomson Reuters and Dinar Standard, 2016).

تعكس معدلات النمو السنوي المركب المتوقعة صورة تفاؤلية حول نمط نمو سوق السياحة الإسلامية في دول منظمة التعاون الإسلامي وفي العالم. فمن المتوقع أن يزداد معدل النمو المتوقع خلال فترة 2020-2014 في نفقات الأسفار على منتجات وخدمات السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في المنظمة بنسبة 9.7 في المائة، وهو رقم يفوق المتوسط العالمي البالغ 6.7 في المائة بنسبة 3 نقاط مئوية (الشكل 3.4). وفي هذا الصدد، يتعين على الدول الأعضاء في المنظمة عدم التقليل من شأن الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة الإسلامية باعتبارها عاملاً من عوامل التمكين للنمو الاقتصادي.



إن النمو في في أنشطة السياحة الإسلامية يوجهه بصورة رئيسية النمو الناتج عن بعض المناطق الجغرافية التي تتمركز فها عدد من الدول الأعضاء في المنظمة. فالتوزيع الإقليمي لسوق السياحة الإسلامية العالمية يعكس مدى تمركزها بشكل كبير في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (الشكل 4.4). فقد استأثرت منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا خلال عام 2015 بحصة 53 في المائة من إجمالي نفقات السياحة الصادرة عن السياح المسلمين، وتلتها أوروبا وشرق آسيا بحصتي 16 و 14 في المائة على التوالي. وبالمقابل، سجلت حصص المناطق الجغرافية الأربع أقل من 10 في المائة. وحصص هذه المناطق كالآتي: آسيا الوسطى (7 في المائة) وأفريقيا جنوب الصحراء (5 في المائة) وجنوب آسيا (3 في المائة).



## الأسواق الرئسية للسياحة الإسلامية

تعتبر دول منظمة التعاون الإسلامي كمجموعة السوق الرئيسي لصناعة السياحة الإسلامية على الصعيد العالمي. فحسب تومسون رويتيرز ودينار ستاندارد ( Thomson Reuters and Dinar ) الصعيد العالمي. كانت دول منظمة التعاون الإسلامي مصدرا لحصة 72 في المائة من الإنفاق العام على منتجات وخدمات السياحة الإسلامية. ومع ذلك، تبقى أرقام السياح المسلمين ونفقات السياحة موزعة بشكل متفاوت عبر ربوع دول المنظمة. ولا غرابة أن تكون بلدان المنظمة الغنية

بالموارد في منطقة الشرق الأوسط هي الأسواق الرئيسية للسياحة الإسلامية. ومن بين هذه البلدان، برزت الدول الأعضاء في مجلس التعاون الخليجي (GCC) كأفضل البلدان أداء بحصة مقنعة بلغت نسبة 36 في المائة من إجمالي نفقات السياح المسلمين. ومن الجدير بالذكر أن دول مجلس التعاون الخليجي تمثل فقط حوالي 3 في المائة من السكان المسلمين في العالم (Reuters and Dinar Standard, 2016).

في 2015، تموقعت أفضل عشر أسواق للسياحة الإسلامية على الصعيد العالمي في قارتين فقط: آسيا وأفريقيا. وكل هذه الأسواق دول أعضاء في منظمة التعاون الإسلامي باستثناء روسيا (الجدول 2.4).

تربعت المملكة العربية السعودية على رأس قائمة نفقات السياحة الإسلامية بمبلغ 19.2 مليار دولار، تلتها كل من الإمارات العربية المتحدة (15.1 مليار دولار) وقطر (11.7 مليار دولار) والكويت (9 مليار دولار) ثم إيران (7.2 مليار دولار). واستأثرت هذه الأسواق المصدر الستة بأكثر من نصف إجمالي نفقات السياحة الإسلامية. ومن جهة أخرى، احتلت روسيا (6.6 مليار دولار)، باعتبارها دولة ذات أقلية مسلمة، مكانة متقدمة عن تركيا (5.3 مليار دولار) ونيجيريا (4.8 مليار دولار) من حيث نفقات السياحة الإسلامية خلال 2015.

الجدول 2.4: أفضل 10 أسواق للسياحة الإسلامية، 2015 (بناء على النفقات)			
الحجم (مليار دولار أمربكي)	البلد	المرتبة	
19.2	المملكة العربية السعودية	1	
15.1	الإمارات العربية المتحدة	2	
11.7	قطر	3	
9	الكويت	4	
9	إندونيسيا	5	
7.2	إيران	6	
6.7	ماليزيا	7	
6.6	روسیا	8	
5.3	تركيا	9	
4.8	نيجيريا	10	

المصدر: Thomson Reuters and Dinar Standard, 2016

#### الوجهات الرئيسية للسياحية الإسلامية

تحتل منطقة أوروبا مركز الريادة في سوق السياحة العالمية من حيث عدد الوافدين عليها. وعلى المستوى القطري، تتصدر فرنسا قائمة الوجهات الأكثر استقطابا للسياح، تليها كل من الولايات المتحدة الأمريكية وإسبانيا ثم الصين. وضمن دول منظمة التعاون الإسلامي، تعتبر كل من تركيا وماليزيا من أكثر الوجهات استقطابا للسياح.

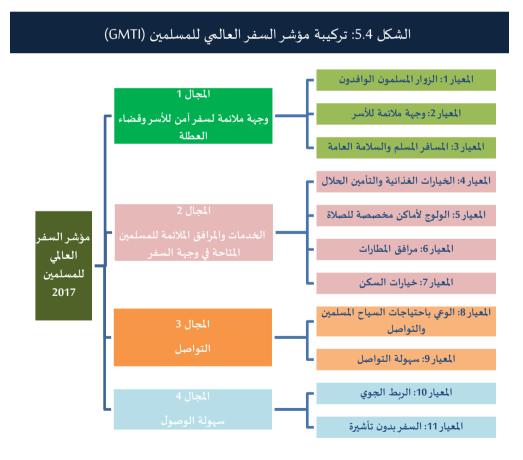
وتستند تصنيفات أفضل وجهات السياح المذكورة أعلاه إلى حد كبير على معايير السياحة التقليدية دون إيلاء الاعتبار الواجب للمتطلبات الأساسية للسياحة الإسلامية. وعلى مر السنين، أطلقت العديد من المؤسسات مبادرات رامية إلى وضع معايير خاصة لتقييم أداء الوجهات السياحية فيما يتعلق بالامتثال لمتطلبات السياحة الإسلامية وتصنيفها وفقا لذلك. ويعتبر مؤشر السفر العالمي للمسلمين (GMTI) لشركتي ماستر كارد وكريسانت ربتنغ واحدا من المبادرات الرائدة والأكثر شهرة في هذا المجال.

ويتكون هذا المؤشر من العديد من العوامل التي تتدخل لتشكيل تجربة السياح المسلمين في وجهتهم السياحية. وكما هو مبين في الشكل 5.4، ينظر هذا المؤشر إلى أحد عشر معيارا للوجهة السياحية ضمن أربع مجالات. وفي المجموع، تمت دراسة وتصنيف 130 دولة في إطار هذا المؤشر لعام 2017. وتضم هذه الوجهات التي شملها التصنيف 48 دولة عضوا في منظمة التعاون الإسلامي و82 دولة غير عضو فها.

وحسب نتائج المؤشر لعام 2017، اعتلت ماليزيا القائمة برقم تراكمي بلغ 82.5. وتلها كل من الإمارات العربية المتحدة وإندونيسيا بمعدلي 76.9 و 72.6 على التوالي (الجدول 3.4، يسار). في الواقع، تسعة من بين أفضل الوجهات السياحية الإسلامية العشر على الصعيد العالمي أعضاء في منظمة التعاون الإسلامي. وبالنظر إلى كون دول المنظمة تتمتع بميزة نسبية ترجع أساسا إلى توفر بيئة مناسبة للحلال بما في ذلك المرافق والخدمات الملائمة للمسلمين فإن الأمر ليس مفاجئا. ومع ذلك، هناك حاجة ماسة إلى وضع سياسات وتدابير استباقية في هذه الدول للاستفادة من البيئة السياحية المتماشية مع تعاليم الإسلام المتوفرة وتحويل ميزتها النسبية إلى ميزة تنافسية. فالمعطيات تشير إلى أن معظم دول المنظمة تعاني من نقص في الاحتياجات

الأساسية واستراتيجيات متسقة للرفع من جاذبيتها إلى أقصى حد للسياح المسلمين ( Card and Crescent Rating, 2017).

وفي المقابل، حققت العديد من البلدان ذات الأقلية المسلمة تقدما كبيرا في تلبية حاجيات ومتطلبات السياح المسلمين. ومن بين هذه الدول تعتبر كل من سنغافورة وتايلاند والمملكة المتحدة وجنوب أفريقيا وهونغ كونغ أفضل 5 وجهات غير منتمية لمنظمة التعاون الإسلامي في مجال السياحة الإسلامية (الجدول 3.4، يمين). وبنتيجة 67.3 كنتيجة تراكمية، تصنف سنغافورة تصنيفا أفضل حتى من بعض دول المنظمة مثل البحرين وإيران. وفي الواقع، تتميز معظم وجهات السياحة الإسلامية خارج دول المنظمة ببنية تحتية ومنتجات سياحية ممتازة، وبالتالي فهي في بعض الأحيان تحتاج لتغيرات طفيفة جدا في استراتيجياتها لتلبية احتياجات السياح المسلمين (Master Card and Crescent Rating, 2015).



المصدر: ماستر كارد وكرسنت ربتنغ، 2017

الجدول 3.4: أفضل 10 وجهات للسياحة الإسلامية في دول المنظمة والدول غير الأعضاء فها

	وجهات	تصنيف
الأداء	الدول غير الأعضاء	GMTI
	الدول غير الاعضاء	2017
67.3	سنغافورة	10
61.8	تايلاند	18
60	المملكة المتحدة	20
53.6	جنوب أفريقيا	30
53.2	هونغ كونغ	31
52.8	اليابان	32
52.4	التايوان	33
52.1	فرنسا	34
48.8	إسبانيا	36
48.6	الولايات المتحدة	37

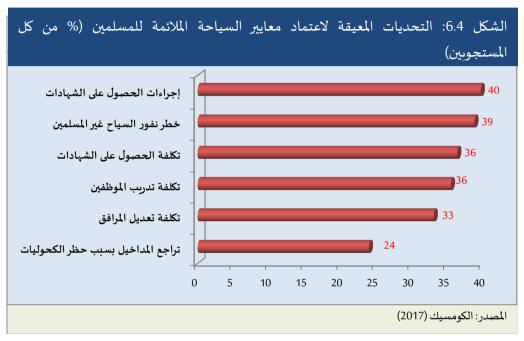
	وجهات	تصنيف
الأداء	دول المنظمة	GMTI
	دول المنظمة	2017
82.5	ماليزيا	1
76.9	الإمارات العربية المتحدة	2
72.6	إندونيسيا	3
72.4	تركيا	4
71.4	المملكة العربية	5
/ 1.4	السعودية	5
70.5	قطر	6
68.1	المغرب	7
67.9	عمان	8
67.9	البحرين	9
66.8	إيران	11

المصدر: ماستر كارد وكرسنت ربتنغ، 2017

# 3.4 التحديات والفرص أمام السياحة الإسلامية

تعتبر السياحة الإسلامية ظاهرة حديثة النشأة. وعلى الرغم من كل التطورات الإيجابية، إلا أن سوق السياحة الإسلامية لا تزال مجزأة بتنوع معنى مصطلح حلال ومستوى الدخل ومستوى الوعي والموقع. فهذه تعتبر من بين العقبات الرئيسية التي يتعين العمل على مواجهتها. وأسفر مسح استهدف ممثلين عن قطاع أماكن الإقامة (أي المؤسسات الفندقية) في دول منظمة التعاون الإسلامي عن نتائج توضح الأمور بشكل جيد. وكان المسح مصمما لتحديد أبرز التحديات التي يواجهها أصحاب الفنادق في اعتماد السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في المنظمة الحلال قائمة التحديات (COMCEC, 2017). وحسب نتائج المسح، اعتلت الإجراءات المتعلقة بالحصول على شهادة الحلال قائمة التحديات (40%) ثم، بنسبة متقاربة، خطر نفور السياح غير المسلمين من فنادقهم (39%) (الشكل 6.4). كما ذكر حوالي ثلث المستهدفين بالمسح عوائق ذات صلة بالتكاليف المرتبطة بالحصول على شهادات الحلال وتدريب الموظفين وتكييف المرافق حتى تصير ملائمة لمنتجات وخدمات السياحة الإسلامية. فيما أشار ربع المستجوبين (24%) أن خسارة ملائمة لمنتجات وخدمات السياحة الإسلامية. فيما أشار ربع المستجوبين (24%) أن خسارة

عائدات الخمور من أبرز التحديات التي تعيق الالتزام بمعايير السياحة الإسلامية. تكتسي هذه النتائج أهمية بالغة كونها توفر بعض الإشارات التي من شأنها أن تكون عاملا مساعدا في عمليات صنع السياسات سعيا وراء تنمية قطاع السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي.



بناء على ما هو متوفر من الأدبيات وتقرير الكومسيك (2017) السالف الذكر، يمكن تصنيف بعض التحديات التي تعيق من عملية تنمية السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في المنظمة والفرص المتاحة أمام هذه الدول كما يلى:

#### التحديات

عدم وجود معايير وشهادات عالمية موحدة: 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.

القيود المالية: باعتبارها أحد العناصر الناشئة حديثا في صناعة السياحة العالمية، لم تتلق السياحة الإسلامية موارد مالية كافية، وربما سيدفع تزايد قصص النجاح بالمستثمرين إلى إيلاء الاهتمام الواجب بهذا القطاع الناشئ من خلال النظر في إمكاناته وحجم سوقه المتزايد.

النوع الاجتماعي: في كثير من البلدان ذات الأغلبية المسلمة، يعتبر تشغيل الإناث في القطاع السياحي مشكلة لأسباب اجتماعية وثقافية مختلفة. وتتأثر نسبة كبيرة من القوة العاملة المسلمة على الصعيد العالمي بالترتيبات المتعلقة بنوع الجنس القائمة والتي تشكل بدورها عائقا أمام تنمية سوق السياحة الإسلامية.

التفاوتات في تأثير القيم والمعتقدات الإسلامية: هناك فوارق مهمة فيما بين دول منظمة التعاون الإسلامي بشأن فهم القيم والمعتقدات الإسلامية وأثرها على الأفراد. وتنعكس هذه التفاوتات القائمة أيضا 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 تبدى اهتماما بليغا بهم.

#### الفرص

المقومات السياحية الإسلامية من أجل النمو الاقتصادي: بما أن العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي تتوفر بالفعل على البنية التحتية والبيئة الأساسية لتلبية متطلبات السياح المسلمين، فبإمكانها أن تستفيد أكثر من سوق السياحة الإسلامية. ولذلك، فإن من شأن تنمية قطاع السياحة الإسلامية أن يلعب دورا حيوبا في النمو والرخاء الاقتصاديين في هذه البلدان.

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 تتوفر على مواقع تراثية وإسلامية، فإن هناك فرصة أكبر لتطوير إمكاناتها وتسويقها من خلال تصميم برامج سياحية ثقافية ملائمة للمسلم.

وسائل الإعلام الاجتماعية: يوفر الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية منصة اتصال هامة لتقديم وتحديد وتسويق العلامات التجارية والمنتجات والخدمات الخاصة بالسياحة الإسلامية لفئة أكبر من الجمهور المستهدف.

# 5 تعزيز التكامل الإقليمي في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي من خلال السياحة

يتناول هذا القسم دور السياحة في تعزيز التكامل الإقليمي مع تركيز خاص على الدول الأعضاء في المنظمة. وفي هذا السياق، سيتم في الأول شرح بعض المفاهيم المتعلقة بالتكامل الإقليمي، ثم بعدها سيتم عرض نقاش بخصوص أوجه الترابط بين السياحة وهذا التكامل. وفي الأخير، يحدد القسم ستة مجالات محتملة للتعاون ويسهب في تناول مسألة تعزيز وتعميق التكامل الإقليمي في الدول الأعضاء في المنظمة من خلال السياحة.

# 1.5 مفاهيم أساسية متعلقة بالتكامل الإقليمي

يتمثل التكامل الإقليمي في تحرير حركة الأفراد والبضائع والخدمات في ربوع بلدان المنطقة الواحدة. وبعبارة أخرى، يعني ذلك تسهيل عملية نقل البضائع عبر الحدود، وجعل وسائل النقل والطاقة والاتصالات تربط بين الأفراد المتواجدين في دول مختلفة بشكل أكبر، وجعل حركة الأفراد بين الحدود أكثر تحررا، والسماح برؤوس الأموال والمنتجات بالتنقل خارج الحدود الوطنية. فمعلوم أن للتجارة الدولية والأنشطة السياحية دور مهم في النهوض بالنمو الاقتصادي فضلا عن تعزيز التكامل الإقليمي والأنشطة العابرة للحدود.

ولفهم أفضل لمفهوم التكامل الإقليمي كان لزاما إلقاء نظرة على العنصرين المكونين له، أي الإقليم والتكامل. فمصطلح الإقليم غالبا ما يستخدم للدلالة على شكل من أشكال التموقع الجغرافي أو حكومات / سلطات أو رابطات اقتصادية أو حتى تشكيلات ذات خصوصيات اجتماعية وثقافية (Chingono and Nakana, 2009). ومن جهة أخرى، يعتبر التكامل عملية يتم عن طريقها جمع مختلف الأجزاء والعناصر والمكونات تحت إطار شامل، يمكن أن يكون إطارا قانونيا مثلا، لتحقيق غايات أو أهداف معينة (Chingono and Nakana, 2009). لذلك فإن مفهوم التكامل الإقليمي، ويشار إليه أيضا بالإقليمية (regionalisation). لذلك بغرض تحقيق (2006، يربط إجمالي عملية جمع الأقاليم في نطاق مشترك من خلال إطار محدد بغرض تحقيق بعض المرامي والغايات والأهداف. وحسب (1999) (Mattli بتوقف نجاح عملية التكامل الإقليمي

على مدى جني الفوائد الاقتصادية، وتعزيز شرعية الفاعلين الرئيسيين والقيادة ووجود مؤسسات رسمية مشتركة.

برزت في الساحة الدولية عدة تكتلات أو مجموعات إقليمية هدفها النهوض بأجندتها واهتماماتها المشتركة في، على سبيل المثال، قطاعات التجارة والاقتصاد والسياحة والنقل والتنمية والسياسة. وفيما يلي قائمة بأمثلة من مختلف المناطق الجغرافية:

# أوروبا: الاتحاد الأوروبي؛

آسيا: منتدى التعاون الاقتصادي لدول آسيا والمحيط الهادئ (APEC)، ورابطة أمم جنوب شرق آسيا (ASEAN).

## الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: جامعة الدول العربية ومجلس التعاون الخليجي؛

أفريقيا: السوق المشتركة لدول شرق أفريقيا والجنوب الأفريقي (COMESA)، وجماعة شرق أفريقيا (ECCAS)، والجماعة الاقتصادية أفريقيا (ECCAS)، والجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا (ECOWAS)، والهيئة الحكومية الدولية المعنية بالتنمية (IGAD)، والشراكة الجديدة من أجل تنمية أفريقيا (NEPAD)، والجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي (SADC).

لكن الإشكال القائم هو أن هذه التكتلات والمجتمعات الإقليمية تواجه في الغالب عددا من الصعوبات المشتركة، بما في ذلك تداخل عضويات الدول الأعضاء، وعدم كفاية المساهمة في تنفيذ البرامج، وهشاشة القدرات الفنية، ووجود سياسات متضاربة للاقتصاد الكلي، وضعف الإرادة السياسية والالتزام السياسي طويل المدى (Draper and Qobo, 2007). وبالتالي فإن المجموعات الإقليمية التي تعالج مثل هذه التحديات المشتركة بفعالية قد خطت خطوات مهمة نحو تحقيق نجاح التكامل الإقليمي وبلوغ الأهداف والغايات المسطرة من طرف التكتل أو المجتمع الإقليمي.

## 2.5 دور السياحة في تعميق التكامل الإقليمي

بوسع قطاع السياحة أن يلعب دورا مهما في مكافحة الفقر على الصعيد الدولي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة. فبالإضافة إلى توليد النفع الاقتصادي وإنعاش القدرات الإنتاجية، بمقدور السياحة تعزيز الاندماج من خلال التقليص من حدة الفقر وعدم المساواة في أوساط الفئات المستضعفة مثل الفقراء والشباب والنساء. ويحفز النمو في قطاع السياحة الأنشطة في قطاعات أخرى من الاقتصاد مثل البستنة والحرف اليدوية والزراعة والبناء وحتى تربية الدواجن. وتعتبر السياحة داخل المنطقة الواحدة تمهيدا لترويج المنطقة وتسليط الضوء عليها من أجل جذب السياح الدوليين خاصة من البلدان المجاورة. في تساعد على تقوية القدرات الداخلية للمنطقة لتصميم بنى ومؤسسات أفضل أداء لمعالجة بعض التحديات المشتركة في المنطقة.

ويمكن للتكامل الإقليمي أن يعزز السياحة داخل المنطقة الواحدة من خلال البروتوكولات ويمكن للتكامل الإقليمية التي تسهل حركة الأشخاص عن طريق وضع نظم تأشيرات أكثر مرونة أو تمكين الأفراد من العمل في الخارج وإنشاء مشاريع تجارية. وبالمثل، يمكن للأجهزة الإقليمية أن تستفيد من إمكانيات السياحة الإقليمية إذا ما أدركتها وخططت لها بصورة منهجية. كما يهدف التكامل الإقليمي أيضا إلى تيسير تحويل العملات وبالتالي تخفيض تكاليف المعاملات للسياح. وفي الأخير، بوسع التكامل الإقليمي تعزيز السياحة في منطقة منة من خلال الاستثمار في مجال النقل، خاصة النقل الجوي، وتيسيره (UNCTAD, 2017:105).

لم تكن المكاسب الاقتصادية المحتملة وحدها المحفزة لعدد من الدول في مناطق مختلفة من العالم للاندماج عن طريق السياحة لتعزيز مزاياها النسبية وبالتالي النهوض بمستوى تنافسيتها الإقليمية، ولكن لعبت أيضا التحديات الإنمائية الناشئة دورا في ذلك. يمكن إذن النظر إلى العلاقة القائمة بين التكامل الإقليمي والتنمية السياحية كعلاقة تكافلية، بحيث تعتبر الصناعة السياحية من جهة، خاصة من طرف المجموعات أو التكتلات الاقتصادية الإقليمية، أداة لتعزيز التكامل الإقليمي، ومن جهة أخرى ينظر للتكامل الإقليمي كسبيل لمعالجة التحديات المتعددة المتعلقة بالتنمية السياحية والزبادة من فرصها.

من شأن الزيادة في الأنشطة السياحية داخل المنطقة الواحدة أن تكون عنصر دعم في تنمية البلدان بطرق شتى. أولا، ما لا يمكن إنكاره هو وجود ترابط بين التدفقات السياحية والتجارة الإقليمية والدولية (Aradhyula and Tronstad, 2003)، فالتعاملات بين السياح والوجهة المضيفة تولد مستوى أفضل من الفهم بين الأطراف وبالتالي فتح المجال أمام زيادة النشاط الاقتصادي ويكون ذلك عادة من خلال التجارة. ولذلك، تسهم السياحة داخل المنطقة الواحدة بشكل كبير في تعزيز التكامل الإقليمي من خلال الأنشطة التجاربة الاقتصادية.

ثانيا، عادة ما تنزع السياحة داخل المنطقة الواحدة لتكون داعمة للتنمية أكثر مما هو عليه الحال بالنسبة للسياحة الدولية (UNCTAD, 2017)، فقد تكون مساهمة هذه الأخيرة مقتصرة على الاقتصادات النامية الناجمة عن حصة عائدات السياحة التي لا تبقى في الاقتصاد المحلي (التسرب مثلا). ويقدر أن متوسط التسرب في معظم الدول النامية يتراوح بين 40 إلى 50 في المائة من إجمالي عائدات السياحة (UNCTAD, 2013). ويحصل هذا التسرب بسبب ضعف الروابط ويحد من الأثار المضاعفة، وهذا ما يقلص من الأثر الاقتصادي الإيجابي والإمكانات التنموية لقطاع السياحة. وبمقارنتها مع السياحة الدولية من خارج المنطقة، تقوم السياحة داخل المنطقة الواحدة ببناء روابط محلية أكثر متانة والاستفادة بشكل أكبر من المواد الغذائية ومواد البناء والعمالة المحلية. وكنتيجة لذلك، تتميز السياحة داخل المنطقة الواحدة أيضا بمستوبات عالية من الإنفاق المحلي (Kiambo, 2014). وفي هذا السياق، عادة ما يسهم ارتفاع الأنشطة السياحية داخل المنطقة الواحدة في تنمية البلدان المجاورة من خلال الآثار المضاعفة والعوامل المخارجية الإيجابية التي في نهاية المطاف تحفز التكامل الإقليمي.

ثالثا، تحفز المكتسبات الممكنة من السياحة داخل المنطقة الواحدة الدول على العمل مع بعضها عن كثب والتعاون بشأن مجالات من قبيل تنمية المنتجات السياحية والتوسيم والتسويق وتنمية الموارد البشرية والمعايير السياحية. كما يدعم المستوى المتقدم من الحوار والتعاون في مجال السياحة البلدان في خلق جسور تفاهم أكبر فيما بينها وبالتالي تعبيد الطريق لمجابهة بعض التحديات المشتركة مثل القيود المفروضة على التأشيرات والممارسات الجمركية غير المعيارية.

أوردت الأونكتاد (2014) تسعة من العوامل التي يمكن من خلالها للسياحة أن تحفز التكامل الإقليمي (راجع الإطار 1.5).

وفي نهاية المطاف، يمكن جني بعض المنافع الاجتماعية من السياحة داخل المنطقة الواحدة والتي من شأنها أن تعمق من التكامل الإقليمي. فعلى سبيل المثال، يسهم الفهم الجيد للثقافات المختلفة وتقييمها، بالإضافة إلى خلق روابط اقتصادية، في تعزيز التسامح فيما بين الأمم. ومن شأن ذلك أن يقضي على احتمال الوقوع في النزاعات ويساهم كذلك في إحلال السلم والسلام. وفي هذا الصدد، بوسع السياحة المساهمة في السلام والاستقرار الإقليميين من خلال فتح أبواب التقارب والتعارف فيما بين المجتمعات والأفراد. ومن بين المكاسب الاجتماعية التي يمكن تسجيلها أيضا لها علاقة بالجانب البيئ، فتقدر دراسة أجراها برنامج الأمم المتحدة البيئة تسجيلها أيضا لها علاقة بالجانب البيئ، فتقدر دراسة أجراها برنامج الأمم المتحدة البيئة على مستوى العالم، خاصة جراء وسائل النقل للسياح (75 في المائة) وأماكن السكن (21 في المائة). والسياح المسافرون فيما بين دول المنطقة الواحدة يتسببون في انبعاثات كربونية أقل نسبيا من السياح الوافدين من خارج المنطقة، وذلك راجع لقصر مسافات السفر. وقد يكون نسبيا من السياح الوافدين من خارج المنطقة، وذلك راجع لقصر مسافات السفر. وقد يكون المنابة حافز إضافي لتشجيع السياحة داخل المنطقة الواحدة والتي من شأنها أن تساعد ذلك بمثابة حافز إضافي لتشجيع السياحة داخل المنطقة الواحدة والتي من شأنها أن تساعد المبادن على تحقيق تنمية مستدامة.

#### الإطار 1.5: كيف بوسع السياحة أن تحفز التكامل الإقليمي؟

وفقا لمنظمة السياحة العالمية (2014)، يمكن لارتفاع وتيرة الأنشطة السياحية في منطقة ما أن يكون عاملا محفزا للتكامل الإقليمي من خلال:

- (أ) توزيع الطلب والدخل في مجال السياحة على مدار السنة وفي مختلف ربوع المنطقة الواحدة، ما يدعم التوزيع الإقليمي للثروة والتقليص من الضغط على مناطق الجذب الرئيسية بالإضافة إلى المساهمة في معالجة مسألة الموسمية؛
- (ب) خلق منتجات جديدة ومبتكرة وإضافة قيمة على تلك المتوفرة، وبالتالي زيادة رضا الزوار ومدة إقامتهم وإنفاقهم في منطقة ما؛
  - (ج) فتح وجهات جديدة أو إعادة تنشيط الوجهات التي تسجل تراجعا في أدائها في منطقة ما؛
- (د) خلق عامل جذب من شأنه استقطاب عناصر جديدة في السوق، فضلا عن السياح الوافدين لأكثر من مرة، ولا سيما عناصر المصالح الخاصة وفرادى المسافرين، الذين غالبا ما تكون مستويات إنفاقهم مرتفعة؛
  - (ه) تشجيع الشراكات بين القطاعين العام والخاص وتحفيز ربادة الأعمال؛
    - (و) تعزيز التنسيق بين السلطات المحلية والإقليمية والوطنية؛
- (ز) حماية التراث الطبيعي والثقافي والترويج له، ليس فقط التراث المادي ولكن أيضا غير المادي منه، من خلال رصد بعض العائدات من أجل الحفاظ على الحياة الاقتصادية وبث الحيوية في أنشطتها التي من الممكن أن "تضيع هباء" إذا لم يتم الانتباه لها، ولا سيما تلك المتصلة بالقطاعات التقليدية مثل الزراعة والحرف اليدوية؛
  - (ح) خلق مصادر للتمويل وظروف أكثر جذبا لاستثمارات القطاع الخاص؛
- (ط) مد جسور التفاهم الثقافي وتقوية الروابط الثقافية بين الشعوب على المستويات المحلية والإقليمية والوطنية و الدولية.

# 3.5 المجالات المحتملة للتعاون لتعزيز التكامل الإقليمي في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي من خلال السياحة

إن تعزيز التكامل الإقليمي في بلدان منظمة التعاون الإسلامي من خلال السياحة لمن الوسائل الفعالة لتحسين التعاون البيني في هذه البلدان. وتتطرق هذه الفقرة الفرعية لدور قطاع السياحة والأنشطة السياحية في تعميق التكامل الإقليمي في الدول الأعضاء في المنظمة. وفي هذا السياق، تم تحديد مجالات محتملة للتعاون والتفصيل فها، وهذه المجالات كالتالي: تسهيل إجراءات الحصول على التأشيرة فيما بين دول المنظمة، وتصميم أنشطة السياحة الإقليمية وتعزيزها، وتحسين شبكات النقل الإقليمية، وإقامة معارض ومهرجانات خاصة بالسياحة، ووضع سياسات خاصة بالسياحة بشكل مشترك على المستوى الإقليمي، وضمان قابلية العملات للتحويل.

#### 1.3.5 تسهيل إجراءات الحصول على التأشيرة فيما بين دول المنظمة

يعتبر التنقل الحر للأشخاص أمرا مهما لسببين وجيهين. أما الأول فهو لأنه يتيح للسياح إمكانية دخولهم للبلد المنشود، والثاني لأنه يمكن الناس الذين يبحثون عن عمل في قطاع السياحة من إيجاد فرص عمل والمستثمرين من إثبات وجودهم في الوجهة السياحية. فقد خلصت منظمة السياحة العالمية والمجلس العالمي للسفر والسياحة (2012) إلى أن التغييرات التيسيرية في سياسة التأشيرات ساهمت بشكل كبير في زيادة عدد السياح الوافدين من الأسواق المتضررة بمعدل يتراوح بين 5 و 25 في المائة في المتوسط سنويا وعلى مدى ثلاث سنوات. وواضح أن اتسام السياسات المتعلقة بالحصول على التأشيرات بالصرامة أمر لا يشجع السياح المحتملين على زيارة البلدان في مناطقهم، وبالتالي يجعل من عملية التكامل الإقليمي تسير بوتيرة بطيئة. ومن أجل تعزيز السياحة داخل المنطقة الواحدة، تقدم عدة جماعات اقتصادية إقليمية تأشيرة سياحية عالمية أو هي بصدد العمل على ذلك، وهي تأشيرة سارية في جميع البلدان الأعضاء المنضمة إلى الخطة. والمثال الأكثر شهرة في هذا السياق هو نظام تأشيرة شنغن المعتمد في بلدان الاتحاد الأوروبي. وفي جماعة شرق أفريقيا، أطلقت كل من كينيا ورواندا وأوغندا تأشيرة سياحية لشرق أفريقيا، والمعضاء الأخرون حذو هذه الدول. وفي الجماعة الإنمائية أفريقيا، ومن المتوقع أن يحذو الأعضاء الأخرون حذو هذه الدول. وفي الجماعة الإنمائية

للجنوب الأفريقي، اعتمدت بوتسوانا (زيارات في المنتزهات) وزامبيا وزمبابوي تأشيرة موحدة لمنطقة أوكافانجو زامبيزي المحمية (KAZA). ومن جهتها الجماعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا بصدد تنفيذ تأشيرة مشتركة لغير المواطنين في الجماعة (Eco-visa). ومن خلال إجراء جرد على هذه الأمثلة الإقليمية، بوسع بلدان منظمة التعاون الإسلامي تطوير نظم تأشيرات مبسطة في مناطق جغرافية مختلفة لتعزيز السياحة داخل المنطقة الواحدة وتعزيز التكامل الإقليمي. في واقع الأمر، تشكل مجموعة دول مجلس التعاون الخليجي مثالا جيدا من بين دول المنظمة من حيث ترتيب التأشيرات التي تعتمدها فيما بين دولها الأعضاء.

#### 2.3.5 تصميم أنشطة السياحة الإقليمية وتعزيزها

إنه لمن الضروري تطوير علامات تجاربة سياحية إقليمية بقصد تعزيز السياحة الإقليمية. وفي هذا الصدد، يمكن تصميم رزم ومسارات سياحية مشتركة على المستوى الإقليمي تغطي مجموعة من دول منظمة التعاون الإسلامي المجاورة لبعضها البعض. والواقع أن هناك مثالا جيدا في هذا الباب ويتجلى في مبادرة أطلقتها مجموعة من الدول الأعضاء في المنظمة من غرب أفريقيا أطلقت عليها إسم "المشروع الإقليمي للتنمية السياحية المستدامة في شبكة من الحدائق عبر الحدود والمناطق المحمية في غرب أفريقيا" (الإطار 2.5).

وتعتبر المنتزهات المناطق المحمية الوطنية مهمة بوجه خاص لتنمية بعض القطاعات الفرعية لقطاع السياحة مثل السياحة البيئية ورحلات السفاري. إلا أن هذه المناطق غالبا ما تكتسح مساحات من البلدان المجاروة، ولذلك فإن على السياح الراغبين في زيارة واستكشاف المنتزه أو المنطقة المحمية بالكامل العبور من بلد لبلد آخر. إن التنقل عبر الحدود في المتنزهات والمناطق المحمية ليس سهلا كما هو الحال في المطارات الدولية التي تتطلب الحصول على التأشيرة، والتوجه إلى نقطة التفتيش وانتظار المسؤولين لإكمال الإجراءات الشكلية. وحتى في بعض الحالات لا يتمكن السياح الحصول على التأشيرة عند نقطة التفتيش وبالتالي يضطرون للعودة من حيث أتوا. ومثل هذه الصعوبات لا تساعد على تنمية السياحة أو التكامل الإقليميين. لذلك، يمكن لدول منظمة التعاون الإسلامي الواقعة في المنطقة نفسها أن توحد قواها لإعداد رزم سياحية وعرضها على السياح الذين يرغبون في استكشاف المنتزهات الوطنية والمناطق المحمية.

# الإطار 2.5: المشروع الإقليمي للتنمية السياحية المستدامة في شبكة من الحدائق عبر الحدود والمناطق المحمية في غرب أفريقيا

كانت بداية مشروع السياحة المستدامة في غرب أفريقيا خلال الدورة الرابعة للمؤتمر الإسلامي لوزراء السياحة وفي الدورة السادسة عشرة للجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية، المنعقدتين في داكار بالسنغال في مارس وديسمبر 2005 على التوالي. وقد بدأت عملية الدراسة في عام 2008 في إطار الدعوة إلى تقديم العطاءات، حيث شهدت مرحلتها الأولى والثانية خلال الدورة الثامنة عشرة للجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية التي عقدت في أستانا بكازاخستان في أكتوبر 2009. ويشمل المشروع دول منظمة التعاون الإسلامي التالية: بنين وبوركينافاسو وغامبيا وغينيا بيساو ومالي وموريتانيا والنيجر والسنغال وسيراليون. وقد تم تحديد الغايات التالية في بداية المشروع:

- التقليص من الفقر في المجتمعات المحلية من خلال الرفع من مستوى الدخل وزيادة فرص
  العمل وتشجيع الأنشطة المدرة للدخل؛
  - ضمان المحافظة على التنوع البيولوجي على المستوى دون الإقليمى؛
  - خلق شبكة من المنتزهات الوطنية والإقليمية والمناطق المحمية العابرة للحدود؛
  - إضفاء الطابع المني على الجهات الفاعلة في قطاع السياحة في المنطقة الفرعية؛
    - تعزيز السياحة المستدامة والسياحة البيئية؛
- دعم عملية التكامل الاقتصادي دون الإقليمي بناء على الإدارة الرشيدة للمناطق المحمية العابرة للحدود.

ويستفيد المشروع من المساعدة الفنية المقدمة من منظمة السياحة العالمية ومنظمة التعاون الإسلامي والدعم المالي من الوكالة الكورية للتعاون الدولي ومؤسسة السياحة المستدامة من أجل القضاء على الفقر. وتمت الموافقة رسميا على جميع الخيارات المعتمدة في الوثيقة النهائية للدراسة في اجتماع اللجنة التوجيهية في مدريد في ديسمبر 2009. وفي وقت ليس بالبعيد، وبالضبط خلال فترة 15-17 فبراير 2016، عقد الاجتماع الثالث عشر للجنة التوجيهية "للمشروع الإقليمي للتنمية السياحية المستدامة في شبكة من الحدائق عبر الحدود والمناطق المحمية في غرب أفريقيا" في الدار البيضاء بالمملكة المغربية. وحضر الاجتماع مندوبون عن أعضاء اللجنة وممثلون عن المركز الإسلامي لتنمية التجارة ومجموعة البنك الإسلامي للتنمية. واعتمد الاجتماع مجموعة من الأنشطة وحث الدول الأعضاء المشاركة على تقديم مشاريعها الوطنية في شكل قابل للتداول من أجل اتخاذ المزيد من الإجراءات اللازمة.

ومن ناحية أخرى، شددت منظمة السياحة العالمية بدورها بشكل خاص على تطوير مسارات سياحية جديدة لتعزيز التكامل الإقليمي. فوفقا للمنظمة، في الوقت الذي يتم فيه تعزيز

التكامل الإقليمي من خلال السياحة، يمكن أن يؤدي تطوير مسارات سياحية جديدة أو إدخال تعديلات على المسارات الإقليمية التقليدية القائمة دورا هاما، بحيث أنها<sup>3</sup>:

أ) تخلق شبكات داخل منطقة معينة أو الربط بين مختلف المناطق أو البلدان، مما يزيد من إمكانيات التعاون بدلا من المنافسة بين مختلف الجهات الفاعلة في منطقة ما أو مناطق مختلفة؛

ب) تخلق فرصا لاستحداث فرص عمل وأعمال تجارية في المناطق الأقل حظوة، وبالتالي إحياءها اجتماعيا واقتصاديا وتنموبا؛

ج) تقف في وجه التصحر في المناطق الريفية والهجرة في اتجاه المناطق الحضرية عن طريق خلق فرص للعمل وإنشاء الأعمال التجارية خاصة للشباب؛

د) تقوي الروابط الاقتصادية والتماسك الاجتماعي والتفاهم الثقافي.

ويعتبر "برنامج طريق الحرير" لمنظمة السياحة العالمية واحدا من الأمثلة عن المبادرات الذائعة الصيت في مجال خلق مسارات سياحية جديدة والتكامل الإقليمي. وبحلول 2017 يبلغ عدد البلدان المشاركة في البرنامج 33 بلدا، 15 منها من البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي (الإطار 3.5).

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> سلطت الدورة الثامنة والتسعون لاجتماع المجلس التنفيذي لمنظمة السياحة العالمية في إسبانيا الضوء على دور المسارات السياحية في تعزيز التكامل والتنمية الإقليميين. كما تطرق المجلس أيضا للعوامل الرئيسية التي من شأنها أن تحفز نمو السياحة مثل تيسير الحصول على التأشيرات والربط الجوي مع التذكير بالدور الذي يمكن أن يؤديه قطاع السياحة في ظل جدول أعمال التنمية المستدامة (سانتياغو دي كومبوستيلا، إسبانيا، 5-6 يونيو 2014).

#### الإطار 3.5: برنامج طريق الحرير لمنظمة السياحة العالمية

إن دور منظمة السياحة العالمية في تعزيز نمو السياحة في طريق الحرير يعود إلى عام 1994، عندما دعت 19 دولة إلى إعادة الإحياء السلمية والمثمرة لهذه الطرق الأسطورية كأغنى الوجهات السياحية الثقافية في العالم. فقد شهد عام 2010 اضطلاع منظمة السياحة العالمية بوضع برنامج متخصص يعنى بالنهوض بالسياحة على طول طريق الحرير. كما تم إطلاق أول خطة عمل طريق الحرير يعنى بالنهوض الاجتماع الدولي الخامس بشأن طريق الحرير في سمرقند بأوزبكستان، حيث تم تحديد مجالات التركيز الرئيسية الثلاثة:

- أ) التسويق والترويج.
- ب) بناء القدرات وإدارة الوجهة.
  - ج) تسهيل السفر.

بحلول عام 2017 بلغ عدد البلدان المشاركة في برنامج طريق الحرير لمنظمة السياحة العالمية 33 بلدا ويشمل الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي التالية: ألبانيا، وأذربيجان، وبنغلاديش، ومصر، وإيران، والعراق، وإندونيسيا، وكازاخستان، وقرغيزستان، وباكستان، والمملكة العربية السعودية، وطاجكستان، وتركيا، وتركمانستان، وأوزبكستان. في عام 2016، نشرت منظمة السياحة العالمية خطة عمل طريق الحرير 2017/2016" تستعرض فيها استراتيجياتها ومبادراتها المصممة لدعم السياحة في طريق الحرير لتحقيق تنمية أكثر قوة وتنافسية واستدامة. وتهدف خطة العمل هذه إلى تعزيز التعاون بين أصحاب المصلحة لتحفيز الاستثمار والتقليص من حدة الفقر على طول طريق الحرير، مع الحفاظ على مواردها الثقافية والبيئية.

#### 3.3.5 تحسين شبكات النقل الإقليمية

في عام 2015، وصل أكثر من نصف الوافدين (54 في المائة) من إجمالي الزوار في جميع أنحاء العالم إلى وجهتهم جوا، ويشير التوجه العام إلى زيادة تدريجية في حصة النقل الجوي (,UNWTO). وعلى الرغم من ذلك، فإن الربط الجوي هو أحد القيود الرئيسية التي تعرقل نمو السياحة في العديد من البلدان النامية بسبب عدم فعالية التكاليف، وارتفاع حجم التكلفة،

وضعف البنية التحتية، والشواغل المتعلقة بالسلامة والأمن. ومعلوم أن الخدمات الجوية بين البلدان تنظم في الغالب على أساس اتفاقات ثنائية تقييدية. ومع ذلك، من شأن الاتفاقات الإقليمية الخاصة بفتح الأجواء أن تساعد على تحسين الربط الجوي بين البلدان المجاورة في المنطقة من خلال خفض تكاليف السفر، والزيادة في تواتر الرحلات الجوية، وإطلاق مسارات جوية جديدة. كما أن وسائل النقل الأخرى والسكك الحديدية ووالطرق البحرية مهمة لتطوير السياحة داخل المنطقة الواحدة. وبما أن العديد من بلدان منظمة التعاون الإسلامي تعاني من محدودية المصادر المالية فيما يتعلق بتحسين شبكات النقل، فإن مشاريع الهياكل الأساسية المشتركة لتيسير السياحة (مثل مشاريع السكك الحديدية العابرة للحدود والمطارات الإقليمية) من شأنها أن تؤدي دورا رئيسيا في إطلاق العنان لإمكانيات السياحة داخل المنطقة الواحدة. وبعد مشروع الخط السككي بورتسودان-داكار مبادرة هامة من جانب منظمة التعاون الإسلامي، كونه يتيح الفرصة أمام توسيع نطاق السياحة الإقليمية وتكثيف التكامل الإقليمي فيما بين البلدان الأعضاء الواقعة في غرب وشرق أفريقيا (الإطار 4.5).

#### الإطار 4.5: مشروع الخط السككي لمنظمة التعاون الإسلامي بورتسودان-داكار

إن إقامة الربط السككي بورتسودان-داكار مشروع تدعمه منظمة التعاون الإسلامي بهدف توفير رابط نقل مهم بين بلدان منظمة التعاون الإسلامي الواقعة جنوب الصحراء الكبرى، عبر القارة اللأفريقية من الغرب إلى الشرق، والغرض هو تعزيز التنمية الاقتصادية المتعددة الأطراف وتوسيع نطاق الرخاء العالمي. وقد أطلق المشروع من طرف السودان في 2005 من خلال عرضه على قمة المنظمة المنعقدة في نفس العام. وفي وقت لاحق، وبالضبط في الدورة الحادية عشرة لمؤتمر القمة الإسلامي التي عقدت خلال فترة 13-14 مارس 2008 في داكار بالسنغال، اتخذ القرار بشأن تعزيز البنى التحتية للخط السككي بورتسودان-داكار، عبر أراضي السنغال ومالي وبوركينا فاسو والنيجر ونيجيريا وتشاد والسودان. كما قرر مؤتمر القمة أيضا إدراج جمهورية جيبوتي في دراسة جدوى هذا المشروع. وتقرر خلال الدورة الخامسة والثلاثين التالية لمجلس وزراء الخارجية، التي عقدت في كمبالا بأوغندا في الفترة الممتدة بين 18 و 20 يونيو 2008، توسيع نطاق الربط ليشمل كل من جمهورية غينيا والكاميرون وأوغندا وغامبيا، وبالتالي إنشاء ممر نقل قائم من شأنه أن يزيد من مرافق المرور عبر الموانئ الرئيسية في خليج غينيا، مثل لاغوس وكوناكري وياوندي، هذا فضلا عن توفير ربط غير متقطع بين المحيط الأطلسي والبحر الأحمر (وبعد ذلك المحيط الهندي).

#### 4.3.5 إقامة معارض ومهرجانات خاصة بالسياحة

تتيح المعارض السياحية فرصا أمام المنتجين المحليين والإقليميين لعرض منتجاتهم. وبالإضافة إلى ذلك، توفر مثل هذه المعارض الإقليمية بيئة تمكينية للمدن والبلدات والأقاليم لتعزيز مصادر الجذب السياحي والمواقع التراثية فيها والتي من شأنها أن ترفع من منسوب النشاط السياحي في المنطقة فضلا عن التسويق لها بأحسن السبل. و المهرجان هو حدث يحتفل به عادة من قبل مجتمع ما ويدور محتواه حول بعض الجوانب المميزة لهذا المجتمع مثل الدين أو التقاليد. وفي هذا الصدد، تفسح المهرجانات المجال أمام الناس الذين يعيشون في المدن أو المناطق المجاورة لمعرفة المزيد عن بعضهم البعض، وبالتالي إمكانية تعزيز السياحة الإقليمية. ونظرا للجانب التاريخي والثقافي الغني في دول المنظمة، يمكن الاعتماد على المهرجانات الإقليمية كأداة مهمة لتعزيز أنشطة السياحة والتكامل الإقليميين.

## 5.3.5 وضع سياسات خاصة بالسياحة بشكل مشترك على المستوى الإقليمي

هناك حاجة إلى سياسة إقليمية شاملة بشأن السياحة من أجل توفير بيئة مواتية لتنمية السياحة الإقليمية. ويزعم (Ghimire (2001) أنه لا مجال لازدهار السياحة الإقليمية أو مساهمتها في التنويع الاقتصادي والتحول الهيكلي إلا بتكاملها في عمليات التخطيط الإقليمية. طالما استهدفت المنتجات والاستراتيجيات السياحية السياح الدوليين مع تركيز لا يكاد يذكر على السياحة في حدود المنطقة الواحدة. ولذلك فإنه ليس من المستغرب أن يعنى عدد قليل جدا من خطط التنمية الوطنية بالسياحة الإقليمية أو في المنطقة الواحدة.

ومن الأمثلة على ذلك الاستراتيجية السياحية لمدة خمس سنوات التي صممتها الجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي للفترة 1995-1999، وعقب ذلك تم إنشاء المنظمة الإقليمية للسياحة في الجنوب الأفريقي عام 1998 لتنسيق وتنفيذ الاستراتيجية. وفي عام 1998، اعتمدت الجماعة البروتوكول المتعلق بتنمية السياحة في الجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي. حينها أدرجت السياحة في بروتوكول هذه الجماعة المتعلق بالتجارة في الخدمات الذي اعتمد في عام 2012 باعتبارها واحدة من القطاعات الرئيسية الستة. وفي الخطة الرئيسية لتطوير البنية التحتية الإقليمية (2012)، تبرز السياحة كقطاع منفصل عن غيره من القطاعات مع تركيز على المناطق المحمية العابرة للحدود.

ويمكن أيضا استحضار مثال من مجموعة رابطة أمم جنوب شرق آسيا (آسيان). ففي يناير 2009، وقع كل من رؤساء رابطة الآسيان للسياحة (ASEANTA) ومشروع تعزيز القدرة التنافسية للآسيان (ACE) على مذكرة تفاهم في هانووي بفييتنام، اتفق الطرفين بموجها على أن هناك حاجة "لتطوير استراتيجية تسويق جديدة تكون أكثر فعالية وتعزز فكرة جنوب شرق آسيا كوجهة سياحية واحدة". وفي يونيو من عام 2009، نشرت وثيقة المخطط الذي يحمل عنوان "تسويق العلامة التجارية لوجهة جنوب شرق آسيا: استراتيجية وخطة جديدة للتسويق السياحي لمنطقة الآسيان". يعكس هذا المخطط الكيفية التي يمكن من خلالها الاستفادة من الموارد الجماعية للوجهات السياحية في رابطة أمم جنوب شرقي آسيا، وذلك بقصد جذب المزيد من المسافرين ذوي المردود العالي في رحلات متعددة الوجهات إلى جنوب شرق آسيا. والأهم من ذلك، أنه يقدم استراتيجية تضيف قيمة للجهود الفردية لمنظمات السياحة الوطنية مع نموذج عمل مستدام على المدى الطويل.

#### 6.3.5 ضمان قابلية العملات للتحويل

تسعى عدة جماعات اقتصادية إقليمية إلى تعميق تكاملها من خلال اتحادات نقدية، ما يعني أن عملات البلدان الأعضاء ستتميز بأسعار صرف ثابتة وقابلية للتحويل. ويمكن فرض قيود على العملة لمنع تهريب رؤوس الأموال أو لدعم أسعار الصرف. وتشيع القيود على العملة عندما يكون هناك احتمال لحصول عوامل عدم الاستقرار السياسي والعنف (UNCTAD, 2017).

وتعتبر إمكانية تحويل العملات مهمة بالنسبة للسياحة الإقليمية والدولية. ويمكن القول بأنه في غياب قابلية العملات للتحويل، فإن صرف عملة معينة مقابل عملة أخرى يشكل عبئا على السياح من حيث التكلفة التي قد تنتج عن المعاملة على غرار المعاملة المتعلقة بمتطلبات الحصول على التأشيرة. وقد يكون لعدم قابلية تحويل العملة أو تفشي القيود على العملة تأثير سلبي على تمويل التنمية السياحية، بحيث يتكبد العديد من المستثمرين الدوليين تكاليف عالية بسبب القيود على العملة (2012 , المدوليين تكاليف عالية العملة كان مرتبطا بنسبة 10 في المائة كانخفاض في نمو عائدات السياحة الدولية في متوسط الاقتصاد الأفريقي خلال الفترة الممتدة بين عامي 2005 و 2015. وبعبارة أخرى، فإن من شأن ضمان قابلية تحويل العملات وسن سياسات تصب في هذا الاتجاه أن يتيح لمختلف المناطق استقطاب المزيد من السياح، ومن ثم تحفيز التكامل الإقليمي. وفي هذا السياق، يتعين على بلدان منظمة التعاون الإسلامي التي تفرض قيودا على تحويل العملات أن تعمل على القضاء عليها أو وضع حلول بديلة بغية تحسين السياحة والتكامل الإقليميين في مناطقها.

# 6 ملاحظات ختامية وآثار السياسات

تتمتع الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي كمجموعة بإمكانيات كبيرة لتنمية قطاع السياحة الدولية المستدامة، وذلك بفضل ما تزخر به من إرث طبيعي وجغرافي وتاريخي وثقافي يتسم بالغنى والتنوع. وبالتالي، فإن بوسع قطاع السياحة الدولية أن يلعب دورا هاما في التنمية الاقتصادية لهذه البلدان إذا تم التخطيط له وإدارته على نحو سليم. وهذا الأمر لا يعزى فقط للموارد السياحة التي تتمتع بها أو تلك الممكنة، ولكن أيضا إلى حقيقة أن مواطنها يسافرون بأعداد كبيرة إلى جميع أنحاء العالم للعمل أو الترفيه أو لأغراض أخرى. ومع ذلك، بالنظر إلى حصتها المتواضعة في سوق السياحة العالمية وتمركز النشاط السياحي في عدد قليل منها، يبدو أن مستويات التنمية السياحية والتعاون المرغوب فها في العديد من دول المنظمة، وفي منطقة المنظمة ككل، لم يتم تحقيقها بعد. فمتوسط مستوى التنمية في قطاع السياحة في بلدان المنظمة لم يرق بعد لمستوى إمكانيات هذه البلدان مقارنة بالمتوسط العالمي، وذلك سواء من حيث مساهمة قطاع السياحة في العمالة أو الناتج المحلي الإجمالي. لذلك، فإن الموارد السياحية الطبيعية التي تتمتع بها بلدان المنظمة، وإن كانت فعلا عاملا حاسما، لا يمكن في حد ذاتها خلق صناعة سياحية ناجحة ما لم يتم التخطيط لها وإدارتها بالشكل المناسب.

في واقع الأمر، تعتبر التحديات التي تقف عقبة في وجه السياحة وتنمية قطاع السياحة الدولية المستدامة في دول المنظمة متنوعة بتنوع الخصائص السياحية لكل بلد ومستوى التنمية فيه فضلا عن أولوياته وسياساته الإنمائية الوطنية. وفي حالة العديد من دول المنظمة، ما تزال هذه التحديات متمثلة في نقص الدراية التقنية وضعف النشاط الترويجي. وعلى الرغم من وجود وعي وإدراك أساسيين بمدى الأهمية الاقتصادية للسياحة باعتبارها صناعة وتأثيرها الإيجابي كمصدر محتمل لعائدات النقد الأجنبي وكمحفز للعمالة، إلا أنه في كثير من الحالات هناك نقص في المعرفة بقطاع السياحة ومهنيي السياحة عموما. وغالبا ما يقترن ذلك بغياب أو ضعف الدعاية الترويجية والتعرض لوسائل الإعلام بسبب محدودية أنظمة الاتصالات والخدمات التكنولوجية في كثير من الحالات. كما تفتقر العديد من البلدان الأعضاء للبنى التحتية اللازمة لتنمية قطاع سياحي مستدام. ومن بين أهمها الخدمات الفندقية والسكنية والنقل والتواصل وخدمات توفير

المعلومات السياحية. وهذا يجعل من الصعب توفير المرافق والخدمات السياحية ذات المعايير الدولية للسياح.

وتعتبر أيضا مسألة الاستثمارات السياحية أمرا ذا أهمية. ففي الوقت الذي يعد فيه الاستثمار في البلدان المتقدمة، فإنه لا يزال متخلفا في كثير من البلدان النامية. وغالبا ما يعتبر الاستثمار في المشاريع الخدمية في معظم البلدان النامية، وخاصة في مجال السياحة، مهمة تحوم حولها المخاطر بنسب عالية. ووفقا لذلك، وعلى الرغم من أن بعض البلدان الفقيرة والأقل نموا في منظمة التعاون الإسلامي قد تتوفر على المقومات السياحية الطبيعية، فإنها لا تزال تواجه صعوبات جمة في سعيها للوصول إلى تمويل معقول لمشاريعها السياحية حتى ولو تم التعامل بنجاح مع مشاكل تحديد المشاريع والتخطيط لها. ومن ناحية أخرى، فإن مسألة وضع استراتيجيات وسياسات متسقة خاصة بالسياحة هي واحدة من التحديات التي تواجهها العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي، التي لا تزال تعاني من صعوبات في التوصل إلى وضع السياسات السياحية المتكاملة بسبب الصراعات السياسية بين الدوائر الحكومية والوكالات السياحية الخاصة. وعادة ما تقترن هذه المسألة في كثير من الحالات الدوائر الحكومية والوكالات السياحية ومؤسسية خاصة بالنشاط السياحي.

ويتجلى تحد آخر في عدم خلق نوع من التنوع السياحي. فقد أظهر النشاط السياحي الدولي الحديث اتجاها متزايدا نحو التنويع والتغيير. وهذا يجعل من الصعب على الكثير من بلدان المنظمة مواكبة التغيير السريع والمتطلبات المعقدة للسياح الدوليين، بما فها تلك التي تتوفر على قطاع سياحي متقدم نسبيا. ولا يعتبر تحسين الظروف التي تعزز التنمية السياحية الحديثة عملية سهلة في إطار سوق السياحة الدولية ذي المستوى العالي من التنافسية وبالنظر أيضا إلى ظهور وجهات سياحية جديدة. وأخيرا، وليس آخرا، مشاغل متعلقة بالأمن السياحي في بعض الدول الأعضاء في المنظمة. وفي هذا السياق، يجدر بالذكر أن سلامة السياح هي العامل الأساسي لأي وجهة سياحية ناجحة، وبالتالي يجب أن تكون واحدة من الأهداف الأساسية الواجب مراعاتها في تخطيط وإدارة السياحة. فمشاكل السياحة المتعلقة بعنصر الأمن والسلامة، سواء كانت حقيقية أو متصورة، تفرض أثرا سلبيا للغاية على سمعة البلدان المضيفة. وفي هذا

السياق، يبدو أن المفاهيم المغلوطة التي تحوم حول السياحة وعدم الاستقرار السياسي يلعبان دورا سلبيا في آفاق السياحة في العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي.

لكن بالرغم من كل هذه التحديات وتواضع حصة بلدان المنظمة في سوق السياحة العالمية، مازال هناك مجال كبير لتنمية صناعة السياحة الدولية المستدامة في هذه البلدان. فعلى سبيل المثال، تتمتع السياحة الإسلامية بما يكفي من الإمكانيات لتنمية قطاع السياحة في الدول الاعضاء في المنظمة. كما أن هناك مستوى متزايد من الوعي حول الإمكانات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للسياحة الإسلامية على مستوى قمة هرم صنع السياسات. كما اكتسبت تنمية السياحة الإسلامية أكبر على قائمة جدول أعمال منظمة التعاون الإسلامي خلال السنوات الأخيرة، بحيث تم تنظيم المنتدى الدولي الأول للمنظمة حول السياحة الإسلامية في جاكرتا، إندونسيا في 2-3 يونيو 2014.

وتعد السياحة داخل المنطقة الواحدة من بين العوامل الواعدة الأخرى التي من شأنها أن تشكل عنصر دعم لتنمية قطاع السياحة. وكما تشير الأرقام المتعلقة بالسياحة البينية في منظمة التعاون الإسلامي الواردة في القسم الثالث من هذا التقرير، فإن هناك تقدما إيجابيا رغم بطئه على مستوى التعاون فيما بين دول المنظمة في هذا المجال. ومع ذلك، لا تزال هناك إمكانيات لم يطلق لها العنان والتي يمكن تفعيلها من خلال الإجراءات والتدخلات السياساتية. وبشكل أخص، من شأن مثل هذه الإجراءات والتدخلات أن تفسح المجال أمام دول المنظمة لجني العديد من الفرص الاجتماعية والاقتصادية الكامنة في السياحة داخل المنطقة الواحدة.

وبشكل عام، يتطلب تطوير صناعة سياحية دولية مستدامة اعتماد استراتيجيات بعيدة المدى وواضحة وكذلك خطط وبرامج متوسطة وقصيرة المدى تتسم بالاتساق على المستوى الوطني والتي من الممكن أن تكون مصحوبة بعملية خلق بيئة تعاون داعمة في منظمة التعاون الإسلامي على المستوى الإقليمي. وفي هذا السياق، يمكن اقتراح مجموعة آثار السياسات التالية على المستوى الوطني وأيضا على مستوى التعاون في منظمة التعاون الإسلامي لتكون بمثابة خطوط عربضة للسياسات التي يجب على الدول الأعضاء تسليط الضوء عليها.

#### على المستوى الوطني

تطوير مشاريع مستدامة لتنمية السياحة: ينبغي إقحام عمليبة الإعداد وتعزيز التنمية السياحية المستدامة كجزء لا يتجزأ من خطط واستراتيجيات التنمية الوطنية. كما يتعين أن تركز الأهداف وبرامج العمل لتنمية السياحة على تعزيز الحوافز الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للسياحة. كما يجب أن تحدد استراتيجيات تنمية السياحة المستدامة بشكل دقيق وأن يتم وضعها بالتشاور مع القطاع الخاص والجهات المعنية الأخرى في قطاع السياحة. كما ينبغي لمشاريع واستراتيجيات التنمية السياحية مراعاة قضايا الاستدامة البيئية والتخفيف من حدة الفقر واحتوائها. كما يجب على الحكومات والقطاع الخاص إيلاء أهمية أكبر لهذه القضايا.

الاستثمار في البنية التحتية الأساسية ذات الصلة بالسياحة: إنه لمن الضروري تحسين جودة وكفاءة البنى التحتية والخدمات الأساسية ذات الصلة بالسياحة مثل الفنادق والطرق والمرافق العامة والنقل والاتصالات والمعلومات السياحية وأنظمة تأشيرة دخول البلدان استنادا إلى المعايير الدولية لتقديم خدمات للزوار والسياح ترقى لمستوى المعايير الدولية.

تحسين مستوى الأمان في قطاع السياحة: لا بد من بذل جهود إضافية لخلق بيئة مواتية تضمن سفر السياح في جو من الأمن والاطمئنان عن طريق توفير تدابير متينة للأمن الحدودي خاصة في المطارات. كما يمكن أيضا توظيف خدمات الشرطة السياحية في مناطق الجذب السياحي في دول منظمة التعاون الإسلامي لخلق جو يسوده الأمن.

مراجعة القوانين والتنظيمات الخاصة بالحدود والجمارك: يرغب السياح الدوليون أن يمروا بتجارب لطيفة وسلسة خلال فترة زياراتهم خاصة عند نقاط التفتيش الحدودية والجمركية. وفي هذا السياق، توصى الدول الأعضاء في المنظمة بالقيام بمراجعة شاملة لقوانينها وأنظمتها القائمة لإلغاء على الخطوات غير الضرورية وتبسيط الإجراءات التي يتم تنفيذها في نقاط التفتيش الحدودية والجمركية للسائحين الدوليين دون المساس بالأمن الوطني. وقد شرعت فعليا بعض بلدان المنظمة في تنفيذ خطط التأشيرات الإلكترونية وبوابات مراقبة جوازات السفر الآلية لتحسين تجربة الزوار الدوليين.

تقوية التعاون فيما بين القطاعين العام والخاص: إن السياحة نوع من الأعمال التجارية ومجال لنشاط القطاع الخاص بالأساس. وبالتالي ينبغي بذل الجهود لتشجيع وتعزيز مشاركة واسعة للقطاع الخاص في تطوير السياحة من خلال تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص بهدف وضع السياسات والاستراتيجيات والقوانين المتعلقة بتنمية السياحة المستدامة.

التنويع في المنتجات والخدمات السياحية: في ظل احتدام المنافسة فيما بين الوجهات السياحية، ينبغي تطوير منتجات وخدمات سياحية جديدة ومتنوعة والترويج لها من خلال مراعاة القيم المحلية وإشراك المجتمعات المحلية. وعلى سبيل المثال، ينبغي بذل الجهود لتحسين إمكانات السياحة البيئية، ليس فقط كقطاع يزخر بإمكانات كبيرة للتنمية الاقتصادية، خاصة في المناطق النائية حيث تتوفر بعض الإمكانات الأخرى، ولكن أيضا بوصفها أداة هامة للمحافظة على البيئة الطبيعية.

إذكاء الوعي: ومن أجل المساعدة في تغيير تصورات الناس حول السياحة وزيادة وعيهم بشأن الفرص والتحديات التي تكمن فيها، ينبغي تعزيز التعليم الموجه للسياحة وتطويره. كما أنه من الضروري أن يصاحب ذلك استخدام فعال لوسائل الإعلام وسائر الوسائط الترويجية من أجل الدعاية والترويج لنقاط الجذب والموارد السياحية المتاحة. وفي هذا السياق، ينبغي توفير برامج للتدريب على الجوانب المختلفة للسياحة من قبل السلطات الوطنية المعنية بالسياحة، لا سيما للأشخاص والموظفين المنخرطين بشكل مباشر في الأنشطة السياحية. ويفترض أن تشمل هذه البرامج مجموعة واسعة من المواضيع مثل تعلم اللغات الأجنبية وتقنيات الأعمال والسياحة الإلكترونية والآثار البيئية والاجتماعية والثقافية للسياحة والتاريخ والثروات النباتية والحيوانية الوطنية وما قارب ذلك من الأمور. ولتسهيل هذه البرامج، يجب اتخاذ إجراءات لتزويد المجالس المحلية بالدعم المالي والتقني وتطوير قدرات تنظيم المشاريع والمهارات الإدارية، وخاصة في المشاريع السياحية الصغيرة والمتوسطة الحجم، من أجل تحسين القدرة التنافسية للمنتجات المشاحية.

# على مستوى التعاون في منظمة التعاون الإسلامي

تنظيم برامج وحملات ترويجية مشتركة: ينبغي وضع برامج مشتركة ومواد ترويجية خاصة بالسياحة في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، مثل البرامج التلفزية والمطوبات

والملصقات والكتيبات الإرشادية وجعلها في متناول الدول الأعضاء والبلدان الأخرى في جميع أنحاء العالم من أجل تعزيز التراث الثقافي والتنوع ومعالم دول منظمة التعاون الإسلامي على المستويين الإقليمي والدولي. وفي هذا السياق، لا بد من صياغة أساليب علمية في التسويق والإعلان السياحي المشترك بدعم من الأدوات التي يكون لها تأثير كبير على المستهلكين مثل الإنترنت. وكمثال مقترح حول هذه الأدوات، يمكن تطوير دليل منظمة التعاون الإسلامي على الإنترنيت للسياحة بهدف تزويد جميع الجهات الفاعلة في القطاع السياحي بمعلومات شاملة ومحدثة عن الفرص السياحية في البلدان الأعضاء في المنظمة لدعم أنشطتها السياحية البينية. وللقيام بذلك، يمكن لتجربة دليل الاتحاد الأوروبي على الإنترنيت "دعم الاتحاد الأوروبي للشركات السياحية ووجهات السياح" أن تكون مثالا مفيدا. وفي هذا السياق، يتعين تسريع العملية الجارية لإنشاء "البوابة الالكترونية للسياحة في منظمة التعاون الإسلامي" من قبل العملية الخاربة لإنشاء "البوابة الالكترونية للسياحة في منظمة التعاون الإسلامي" من قبل مؤسسات المنظمة ذات الصلة بهدف إكمال عملية إنشاء وتفعيل البوابة في أقرب وقت ممكن.

تشكيل تحالفات فيما بين الفاعلين في قطاع السياحة: إن من شأن إقامة تحالفات بين مختلف الفاعلين في مجال السياحة المعنيين في بلدان منظمة التعاون الإسلامي أن تلعب دورا جوهريا في تنمية قطاع السياحة. وعلى وجه الخصوص، ينبغي تشجيع الهيئات الرسمية العاملة في مجال تعزيز السياحة في بلدان المنظمة على التعاون بهدف تقوية التسويق والترويج السياحيين على المستوى دون الإقليمي وكذلك على مستوى منطقة المنظمة ككل.

تنظيم برامج لبناء القدرات والتدريب على مستوى منظمة التعاون الإسلامي: يتعين وضع وتنظيم برامج مشتركة لبناء القدرات في مختلف جوانب صناعة السياحة من قبل مؤسسات التدريب ذات الصلة في دول منظمة التعاون الإسلامي. وهذا بدوره يتطلب إنشاء روابط أو شبكات فيما بين مؤسسات التدريب في مجال السياحة في البلدان الأعضاء لتسهيل تبادل الخبراء والأبحاث حول التنمية السياحية.

## الإطار 1.6: برنامج تدريبي حول تنمية السياحة الملائمة للمسلمين وترويجها في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

نظم سيسرك برنامجاً تدريبياً حول "تنمية السياحة الملائمة للمسلمين وترويجها في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي" لفائدة 15 دولة عضوا لديها ندرة في تطبيقات السياحة الملائمة للمسلمين أو عدم توفرها من الأصل أو لديها تطبيقات ضعيفة حول التأثيرات المحتملة والإيجابية لهذا الصنف من السياحة، وذلك بتاريخ 4-7 يوليو 2017 في أنقرة، تركيا.

وكان الهدف من البرنامج التدريبي، الممول من برنامج إدارة دورة المشروع للكومسيك " COMCEC وكان الهدف من البرنامج التدريبي، الممول من برنامج إدارة دورة المشروع للكومسيك السياحة السياحة الملائمة للمسلمين في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي وترويجها من خلال تبادل الخبرات الماليزية والتركية وغيرها من تجارب بعض البلدان المختارة من المنظمة في مجال تطوير السياسات واللوائح والمعايير الناجحة واستراتيجيات التسويق.

وخلال هذا البرنامج، قدم المدربون من مركز السياحة الإسلامية في ماليزيا محاضرات وعروض تفاعلية متعمقة حول موضوع السياحة الملائمة للمسلمين. وكجزء من البرنامج، تم تخصيص يوم كامل لزيارة المشاركين لموقع كيزيلجاهامام (Kızılcahamam) للإطلاع المباشر على السياحة الإسلامية المطبقة هناك. وخلال اليوم الأخير من البرنامج، أتيحت أمام الدول المشاركة فرصة لتبادل الخبرات الوطنية في تطوير وتنفيذ مبادرات وسياسات السياحة الملائمة للمسلمين. وفي نهاية البرنامج، تم منح جميع المشاركين شهادات مشاركة في هذا البرنامج التدريبي.

توحيد معايير الحلال ووضع مبادئ توجهية: إن عدم وجود معايير موحدة للحلال لا يشكل تحديا للمستثمرين في قطاع السياحة الإسلامية فقط ولكن أيضا للمسافرين المسلمين. وفي هذا الصدد، هناك حاجة إلى العمل على وضع طرائق واستنتاجات وسبل ووسائل لتوحيد معايير الحلال المعتمدة في قطاع السياحة الإسلامية بمشاركة دول منظمة التعاون الإسلامي وأصحاب المصلحة المعنيين. ومن الضروري أيضا وضع بعض المبادئ التوجهية الموحدة من أجل تعزيز تنمية السياحة الإسلامية وتعميق التعاون فيما بين بلدان المنظمة.

بذل الجهود لتحسين صورة الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: يعتبر عاملي السلام والأمن من العناصر المهمة في حلقة التنمية السياحية. وبسبب عدم الاستقرار السياسي والصراعات الجارية في بعض بلدان منظمة التعاون الإسلامي، هناك صورة سلبية عن هذه البلدان في وسائل الإعلام الدولية. وعلاوة على ذلك، فإن ظاهرة الإسلاموفوبيا بدورها في ارتفاع في جميع أنحاء العالم. هذا يدل على أن هناك حاجة للعمل المشترك والتعاون على مستوى المنظمة لمواجهة الدعاية الإعلامية السلبية ومعالجة ظاهرة الإسلاموفوبيا المتنامية من خلال إبراز القيم الثقافية و الدينية وإسهامات المسلمين في التاريخ والثقافة والعمارة والفن. والإقدام على مثل هذه الخطوة لن يسهم فقط في بناء صورة إيجابية ولكن أيضا في تمهيد الطريق لتنمية السياحة الإسلامية.

تصميم استراتيجيات وخطط رئيسية طويلة الأجل لتنمية سوق السياحة الإسلامية: نظرا لكونها مصدر الأسواق والمستفيدة الرئيسية من السياحة الإسلامية، ينبغي لدول منظمة التعاون الإسلامي كمجموعة تطوير استراتيجية مشتركة طويلة الأجل تتسم بالشمولية وتستند على الأدلة لتطوير قطاع مستدام للسياحة الإسلامية على المستوين الوطنى والإقليمي للمنظمة.

تسهيل السياسات الخاصة بالتأشيرات القائمة في بلدان منظمة التعاون الإسلامي بهدف تخفيف السياسات والنظم الخاصة بالتأشيرات القائمة في بلدان منظمة التعاون الإسلامي بهدف تخفيف القيود المفروضة على حركة الأفراد. فتوفير تسهيلات في الحصول على تأشيرات الدخول قد لا يؤدي إلى زيادة أعداد السياح داخل المنطقة فحسب، بل سيجعل البلدان والمناطق أكثر جاذبا بالنسبة للمستثمرين المحتملين. كما أن تطوير نظم تأشيرات موحدة بين مجموعة من بلدان المنظمة الواقعة في نفس المنطقة قد يعزز من تنمية السياحة داخل المنطقة الواحدة ويعمق التكامل الإقليمي. وفي هذا الصدد، ينبغي بذل الجهود لوضع إطار قانوني في اتجاه إبرام اتفاق بشأن ترتيبات التأشيرات بين دول المنظمة بما في ذلك إمكانية إصدار تأشيرة إلكترونية أو مشتركة.

تنظيم أنشطة وخلق مسارات سياحية إقليمية: تزخر الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي بعدد هائل من المنتزهات الطبيعية والمواقع الأثرية والمناطق المحمية، إلا أن بعض من هذه المناطق تقع في حدود مشتركة بين بلدين أو أكثر. ولإطلاق العنان لإمكانيات هذه المناطق، لا

بد من أن تطور دول المنظمة أنشطة سياحية أو مسارات مشتركة بقصد الترويج لهذه المناطق. في الواقع، من شأن مثل هذه الجهود المشتركة أيضا أن تشكل عنصر دعم يصب في اتجاه تحسين حوار السياسات والتعاون فيما بين بلدان المنظمة، كما أنها من الممكن أن تدفع بها للاستفادة من الخبرات الوطنية والممارسات الفضلى القائمة، كما هو الأمر في حالة "المشروع الإقليمي للتنمية السياحية المستدامة في شبكة من الحدائق عبر الحدود والمناطق المحمية في غرب أفريقيا".

تحسين شبكات النقل الإقليمية: إن شبكات النقل القائمة بين دول منظمة التعاون الإسلامي ليست قوية بما فيه الكفاية لتلبية الطلب المتزايد الناجم عن أعداد المسلمين الذين يعيشون في مختلف البلدان والقارات. وحتى على المستوى دون الإقليمي للمنظمة، هناك نقص مهول في الطرقات والمطارات والسكك الحديدية. فهناك من الأفراد الراغبين في زيارة بلد معين من بلدان المنظمة من يجدون أنفسهم مضطرين للمرور عبر بلد ثالث للوصول لوجهتهم المقصودة، وقد يكون بلدا مجاورا لبلد إقامتهم، وذلك بسبب عدم وجود مسار أو ربط مباشر بين البلدين. وفي هذا السياق، تعتبر السياسات الرامية إلى تحسين شبكات النقل أمرا حيويا لتطوير السياحة البينية فيما بين بلدان المنظمة التي من شأنها أن تمهد السبيل لمزيد من التكامل الإقليمي. وينبغي كذلك تيسير عملية خلق وتحسين مستوى فعالية خطوط النقل الجوية والبرية والبحري والسككية لتسهيل التنقل من مكان لآخر في حدود منطقة منظمة التعاون الإسلامي. وفي هذا السياق، ينبغي بذل الجهود بهدف إنشاء تحالف منظمة التعاون الإسلامي فيما بين شركات الطيران في دول المنظمة لتوفير رحلات مباشرة بين عواصمها ومدنها الكبرى.

تنظيم معارض ومهرجانات خاصة بالسياحة: لا يتمتع غالبية سكان دول منظمة التعاون الإسلامي بوعي تام بمدى الجمال الذي تنعم فيه بلدانهم وأماكن ومنتجات الجذب السياحي المتوفرة في مناطقهم وكذلك في الدول المجاورة. وفي هذا الصدد، تعتبر الأنشطة مثل المعارض والمهرجانات مهمة للنهوض بمستوى الوعي بين السياح والمستثمرين المحتملين، فضلا عن كونها ذات دور فعال في الترويج والتسويق لمناطق معينة. وفي مجال المعارض والفعاليات السياحية، يسهر المركز الإسلامي لتنمية التجارة، وهو جهاز فرعي لمنظمة التعاون الإسلامي، بشكل نشط جدا وبانتظام على تنظيم المعارض السياحية في مختلف مناطق المنظمة. وفي هذا السياق، يجب

تشجيع الدول الأعضاء في المنظمة على المشاركة الفعالة في المعارض التي ينظمها المركز الإسلامي لتنمية التجارة. ومن المهم أيضا أن يتم تنظيم مثل هذه الأنشطة في جميع المناطق الجغرافية للمنظمة وذلك لتمكين جميع المناطق من الاستفادة من مثل هذه الفعاليات. كما أن هناك أيضا حاجة إلى فعاليات مخصصة لغرض معين (معارض ومهرجانات ومنتديات) لطرح منتجات وخدمات السياحة الإسلامية أمام دول المنظمة والترويج لها.

ضمان قابلية العملات للتحويل: إن عدم توفر إمكانية التحويل للعملات في وجهة سياحية معينة يجعل السياح يتكبدون مصاريف إضافية في معاملاتهم المالية. لدرجة أن بعض السياح يلغون مثل هذه الوجهات من قائمة وجهاتهم المحتملة على أساس أن القيود على العملات قد تكون ذات ارتباط مع غيرها من القيود في البلاد. ووفقا لمنظمة السياحة العالمية (2017)، فإن السياحة الإقليمية والدولية مع تتأثران سلبا جراء القيود المفروضة على تحويل العملات. وفي هذا الصدد، يتعين على بلدان منظمة التعاون الإسلامي التي تفرض مثل هذه القيود إلى العمل بشكل تدريجي على إيجاد حلول كفيلة بضمان توفير إمكانية التحويل الكامل للعملات خاصة بالنسبة للزوار الإقليميين والدوليين مع الأخذ بعين الاعتبار الآثار الاقتصادية الأخرى للقيود.

وضع سياسات سياحية إقليمية مشتركة: إن سنّ سياسات سياحية إقليمية فعالة أمر ضروري لتجاوز بعض التحديات القائمة على مستوى السياسات الوطنية والقضاء على المعوقات التي تعرقل عملية تنمية السياحة الإقليمية. تلعب السياسات السياحية الإقليمية دورا رئيسيا لتسويق وترويج البلدان في المنطقة كوجهة واحدة. ولذلك، يتعين على بلدان منظمة التعاون الإسلامي إيلاء مزيد من الاهتمام لسياسات السياحة الإقليمية وتطوير آليات (مثل مجموعات العمل واللجان والخطط الاستراتيجية وغيرها) لتحسين عملية التسويق لوجهاتها السياحية وتعزيز السياحة الإقليمية.

وضع مخطط يشمل تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والأخطار وخطة عمل للمناطق الفرعية لمنظمة التعاون الإسلامي: اقتداء بالتكتلات أو الجماعات الإقليمية الأخرى التي تتوفر على وثائق مخططات مثل رابطة أمم جنوب شرق آسيا والجماعة الإنمائية للجنوب الأفريقي،

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> 21-18 أكتوبر 2017 هو تاريخ تنظيم الدورة الثالثة للمعرض السياحي لمنظمة التعاون الإسلامي في القاهرة، جمهورية مصر العربية.

يوصى بإعداد وثيقة مخطط تحتوي على تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والأخطار أمام المناطق الفرعية لمنظمة التعاون الإسلامي وخطة عمل خاصة بتنمية السياحة الإقليمية في دول المنظمة. ويمكن لمثل هذا المخطط أن يركز على ثلاثة مجالات رئيسية مثل تيسير الإجراءات المتعلقة بالسفر، وإدارة الوجهات وبناء القدرات، والتسويق والترويج.

تحديد الفاعلين الرئيسيين والتعاون مع المنظمات الإقليمية والدولية: من أجل تحسين الأنشطة السياحية وتعميق التعاون، ينبغي على بلدان منظمة التعاون الإسلامي تحديد أصحاب المصلحة الرئيسيين واستعراض خبرات المجموعات الاقتصادية الإقليمية القائمة والمنظمات الإقليمية والدولية، ومن شأن ذلك أن يتيح لها تجنب إمكانية تكرار نفس الأخطاء عند وضع سياسات سياحية إقليمية فضلا عن التقليص من الوقت والتكلفة المطلوبين لتصميم السياسات التي من شأنها الإسهام في تعميق التكامل الإقليمي.

ضمان وجود إرادة والتزام سياسيين: لم تتمكن عدة مبادرات لمختلف التكتلات والجماعات الإقليمية في جميع أنحاء العالم من بلوغ أهدافها وتحقيق مقاصدها بسبب ضعف الإرادة السياسية والالتزام الطويل الأجل. لذلك، يجب على دول منظمة التعاون الإسلامي أن تولي أقصى قدر من الاهتمام لضمان أعلى مستوى من الالتزام السياسي لنجاح سياسات ومبادرات التنمية السياحية على مستوى مناطق المنظمة. وإذا ما تحقق ذلك، فإنه من المرجح أن تسجل زيادة في أرقام السياحة البينية في نطاق منظمة التعاون الإسلامي وتحسن مستوى التعاون فيما بين دولها الأعضاء مع مرور الوقت.

Akyol, M. and Kilinc, O. (2014), "Internet and Halal Tourism Marketing", *Electronic Turkish Studies*; Volume 9/8.

Al-Hamarneh, A. and Steiner, C. (2004), "Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World", *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, Vol. 24, No. 1.

Aradhyula, S. and Tronstad, R. (2003), "Does Tourism Promote Cross-Border Trade?", *American Journal of Agricultural Economics*, 85(3), pp. 569-579.

Chingono, M. and Nakana, S. (2009), "The Challenges of Regional Integration in Southern Africa" *African, Journal of Political Science and International Relations*, Vol. 3 (10), pp. 396-408.

COMCEC (2016), Muslim Friendly Tourism: Developing and Marketing MFT Products and Services in the OIC Member Countries, August (2016), Ankara.

COMCEC (2017), Muslim Friendly Tourism: Regulating Accommodation Establishments in the OIC Member Countries, Ankara.

Crescent Rating (2015), Muslim/Halal Travel Market: Basic Concepts, Terms and Definitions. Crescent Rating, Singapore.

Dinar Standard (2015), Halal Tourism – An Overview, WHTS15: The World Halal Travel Summit and exhibition), Abu Dhabi, UAE.

Draper, P. and Qobo, M. (2007)."Rabbits Caught in the Headlights?" Africa and the "Multilateralizing Regionalism" Paradigm. Centre for Economic Policy Research.

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

Ghimire, K. (2001), "Regional Tourism and South–South Economic Cooperation", *The Geographical Journal.* 167(2):99–110.

Hamza, I., Chouhoud, R. and Tantaioi, P. (2012), "Islamic Tourism: Exploring Perceptions & Possibilities in Egypt", *African Journal of Business and Economic Research*, Vol. 7, No 1 & 2, pp. 86-99.

Jafari, J. and Scott, N. (2014), "Muslim World and its Tourisms", *Annals of Tourism Research*, Vol. 44, 1-19.

Kiambo R.W. (2014), "Regional Tourism in Africa: South Africa As A Source Of, And Destination For Regional Tourists", PhD dissertation. University of the Witwatersrand, Johannesburg, South Africa. Available at: <a href="https://goo.gl/nhHkJe">https://goo.gl/nhHkJe</a>.

Master Card and Crescent Rating (2015), Global Muslim Travel Index 2015 (GMTI 2015), Master Card-Crescent Rating, Singapore.

Master Card and Crescent Rating (2017), Global Muslim Travel Index 2017 (GMTI 2017), Master Card-Crescent Rating, Singapore.

Mattli, W. (1999), The Logic of Regional Integration: Europe and Beyond, Cambridge Press.

Nkuepo, H. (2012), "Reducing Non-Tariff Barriers to Trade in Africa", *Bridges Africa*, 1(3):1.

Saad Sanad, H. A., Kassem, M. and N. Scott (2010), "Tourism and Islamic Law", in Noel Scott, Jafar Jafari (ed.) Tourism in the Muslim World Bridging Tourism Theory and Practice, Volume 2, Emerald Group Publishing Limited, pp.17 – 30.

Scott, N. and Jafari, J. (2010)," Introduction: Chapter 1", in Noel Scott, Jafar Jafari (ed.) Tourism in the Muslim World (Bridging Tourism Theory and Practice, Volume 2, Emerald Group Publishing Limited, pp.1-13.

Thomson Reuters and Dinar Standard (2015), State of the Global Islamic Economy, 2014-2015 Report, Thomson Reuters and Dinar Standard, New York City.

Thomson Reuters and Dinar Standard (2016), State of the Global Islamic Economy, 2016-2017 Report, Thomson Reuters and Dinar Standard, New York City.

UNCTAD (2013), Sustainable Tourism: Contribution to Economic Growth and Sustainable Development. Available at: https://goo.gl/dweUuZ.

UNCTAD (2017), Economic Development in Africa Report 2017: Tourism for Transformative and Inclusive Growth, New York and Geneva.

United Nations Environment Programme (2011), Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication – A Synthesis for Policy Makers. Available at: https://goo.gl/jhCpFf.

UNWTO (2014), The Role of Tourism Routes in Fostering Regional Development and Integration. Available at:

http://www.eunwto.org/doi/abs/10.18111/unwtoecd.2014.1.l671v811w3771u1 4?journalCode=unwtoecd.

UNWTO (2016), UNWTO Tourism Highlights. Madrid. Available at http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145.

UNWTO (2017), World Tourism Barometer, Volume 15, January.

UNWTO (2017), World Tourism Barometer, Volume 15, March.

UNWTO (2017), World Tourism Barometer, Volume 15, June.

UNWTO and WTTC (2012), The Impact of Visa Facilitation on Job Creation in the G20 Economies.

UNWTO, The Standard International Classification of Tourism Activities (SICTA), Available at: http://www.unwto.org/statistics/basic\_references/index-en.htm.

Warleigh-Lack, A. (2006), "Towards A Conceptual Framework for Regionalisation: Bridging New Regionalism'and Integration Theory", *Review of International Political Economy*, 13 (5), pp. 750-771.

مصادر البيانات

IMF, Direction of Trade Statistics (DOTS), Online Database.

ITC Trademap 2017.

United Nations Statistics Division (UNSD), Tourism Statistics Online Database (UNDATA).

United Nations World Tourism Organisation (UNWTO), Compendium of Tourism Statistics CD-ROM: 2017.

World Bank, World Development Indicators Online Database.

World Travel & Tourism Council (WTTC), Data Gateway.

## التذييل الإحصائي

الجدول أ.1: الوافدون من السياح الدوليين حسب كل منطقة (بالملايين)

			4	<u> </u>		l
الشرق الأوسط	أوروبا	آسيا والمحيط الهادئ		أفريقيا	العالم	العام
3.5	153.9	10.2	50	4.7	222.3	1975
7.1	178	23	62.3	7.2	277.6	1980
7.6	175.1	24.9	62.5	8.1	278.2	1981
8.3	174.9	26	59.7	7.6	276.4	1982
7.5	179	26.6	59.9	8.2	281.2	1983
7.7	192.8	29.5	67.4	8.8	306.2	1984
8.1	203.8	32.9	65.1	9.6	319.5	1985
6.9	205.5	36.8	70.9	9.3	329.5	1986
7.2	223.3	42.1	76.6	9.8	359	1987
9.1	230.7	48.7	83	12.6	384.1	1988
9.2	249.6	49.4	86.9	13.8	409	1989
9.6	264.7	56.2	92.8	15.2	438.4	1990
8.9	262.8	58	95.3	16.3	441.3	1991
11.3	280.9	65.8	102.2	18.2	478.4	1992
11.4	289.5	72.3	102.2	18.8	494.2	1993
12.1	301.5	80.1	105.1	19.1	518	1994
13.7	313.2	82.5	109	20.1	538.5	1995
15.8	329.9	90.4	114.5	21.8	572.4	1996
16.7	350.6	89.7	116.2	22.8	596	1997
18	362.5	89.4	119.2	25.2	614.3	1998
21.5	368.4	98.8	122	26.7	637.4	1999
22.4	386.4	110.3	128.2	26.2	674	2000
25	383.8	120.7	122.1	28.9	680	2001
29.2	394	131.1	116.6	29.5	700	2002
29.5	407.1	113.3	113.1	31	694	2003
36.3	424.4	144.2	125.7	33.8	764	2004
33.7	453	154	133.3	34.8	809	2005
40.9	463.9	166	135.8	39.1	846	2006
46.9	485.4	182	142.9	42.6	900	2007
56	487.3	184	146.9	44.5	919	2008
52.9	460	180.9	140	45.9	880	2009
54.7	488.9	205.4	150.1	49.5	953	2010
50.3	520.1	218.7	155.5	49.5	998	2011
51.8	540.1	237.8	162.6	51.9	1045	2012
51	565.7	254.1	167.6	54.7	1093	2013
55.4	575.2	269.5	181.9	55	1137	2014
55.9	602.6	284.1	192.7	53.4	1189	2015
53.6	615.2	308.7	199.9	57.8	1235	2016

المصدر: قاعدة البيانات الإلكترونية لبوابة بيانات الأمم المتحدة وبارومتر السياحة العالمية لمنظمة السياحة العالمية (عدة قضايا).

الجدول أ.2: عائدات السياحة الدولية حسب كل منطقة (مليار دولار أمريكي)

					ر پ	
العام	العالم	أفريقيا	الأمريكتين	آسيا والمحيط الهادئ	أوروبا	الشرق الأوسط
1975	40.7	1.3	10.2	2.5	25.9	0.9
1980	104.5	3.4	24.7	10.3	62.7	3.5
1981	106	3.7	27.8	12.1	58.1	4.4
1982	99.9	3.4	25.7	12.2	56.4	2.2
1983	103	3.5	26.3	12.8	56	4.4
1984	111.7	3.2	32	13.7	58.1	4.7
1985	118.5	3.1	33.3	14.5	63.4	4.2
1986	144.4	3.6	38.4	18.8	80.1	3.5
1987	178.1	4.6	43.1	24.8	101.1	4.5
1988	205.9	5.5	51.3	32.4	112.3	174.2
1989	262.9	5.7	60.2	36.1	155.8	5.2
1990	264.1	6.4	69.2	41.1	143.1	4.3
1991	277.7	6	76.3	42.9	148.1	4.5
1992	320.7	6.8	3.7	51	172.7	6.6
1993	327.3	6.9	89.41	57	167.3	6.9
1994	356.4	7.6	92.4	67.3	181.1	8.1
1995	405	8.5	98.4	75.9	212.3	9.8
1996	438.6	9.7	108.2	84.8	224.8	11
1997	442	9.5	114.4	82.2	223.7	12.1
1998	444.2	10.2	115.2	72.1	234.8	11.9
1999	457.4	10.8	119.9	79	233.9	13.9
2000	477	10.4	130.8	85.2	232.7	15.2
2001	464	11.5	119.8	88	227.7	15.6
2002	480	11.9	113.4	96.3	242.5	16.2
2003	524	16	114.1	93.5	284.1	19.7
2004	633	18.9	132	123.9	329.3	25.2
2005	676	21.6	144.5	134.5	349.2	26.3
2006	742	24.6	153.7	156	376.3	30.6
2007	858	29.1	171.3	186.8	435.2	35
2008	942	29.9	187.7	209	472.8	42.8
2009	852	28.1	165.6	202.8	412.4	43.3
2010	961	31.6	182.2	248.7	406.2	50.3
2011	1073	32.7	197.9	298.6	466.7	46.4
2012	1110	34	213	324	458	47
2013	1197	35.1	264.4	360.7	491.7	45.1
2014	1252	36.1	288	420.1	513.5	51.6
2015	1196	32.8	305.6	349.5	449.8	58.2
2016	1220	34.8	313.1	366.7	447.4	57.6

المصدر: قاعدة البيانات الإلكترونية لبوابة بيانات الأمم المتحدة وبارومتر السياحة العالمية لمنظمة السياحة العالمية (عدة قضايا).

الجدول أ.3: الوافدون من السياح الدوليين في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي (بالملايين)

	0044	2042	2042	2011	2010	
2015	2014	2013	2012	2011	2010	
						أفغانستان
4131	3673	3256	3514	2932	2417	ألبانيا
1710	2301	2733	2634	2395	2070	الجزائر
2006	2298	2509	2484	2239	1963	أذربيجان
11621	10452	9163	8062	6732	11952	البحربن
11021	125	148	125	155	303	، بنخلادیش بنغلادیش
255	242	231	220	209	199	
						بنین
218	201	225	209	242	214	برونای
163	191	218	237	238	274	بوركينا فاسو
	822	783	817	604	573	الكاميرون
120	122	100	86	77	71	تشاد
23.6	22.8	21.9	22.8	18.8	15.3	جزر القمر
1441	471	380	289	270	252	كوت ديفوار
		63	60	56	51	جيبوتي
9139	9628.3	9174	11196	9497	14051	
7137	7020.3	7174	11170	7177	14031	مصر الغابون
125	157	171	157	100	01	
135	156	171		106	91	غامبيا
35	33	56	96	131	12.4	غينيا
43.8	36.1	35.5	35.4	36.7	22.3	غينيا بيساو
207	206	158	177	157	152	غيانا
10407	9435	8802	8044	7650	7003	إندونيسيا
5237	4967	4769	3834	3354	2938	اِيران
		892	1111	1510	1518	العراق
3761	3990	3945	4162	3960	4207	الأردن الأردن
3701	4560	4926	4437	4093	2991	المردن
6941						كازاخستان
	6528	6217	5729	5574	5208	الكوبت
3051	2849	3076	2406	2278	855	قرغيزستان
1518	1355	1274	1366	1655	2168	لبنان
						ليبيا
25721	27437	25715	25033	24714	24577	ماليزيا
1234	1205	1125	958	931	792	جزر المالديف
159	168	142	134	160	169	مالی
107	100	- · -	10.	100	107	مورىتانيا مورىتانيا
10177	10283	10046	9375	9342	9288	مورندني المغرب
1552	1661	1886	2113	1902	1718	
						موزمبيق
135	135	123	94	82	74	النيجر
6017	4803	4038	4673	3765	6113	نيجيريا
1897	1611	1392	1241	1018	1441	عمان
			966	1161	907	باكستان
432	556	545	490	449	522	فلسطين
2930	2826	2611	2346	2057	1700	قطر
17994	18260	15772	16332	14179	10850	المملكة العربية السعودية
1006.6	963	1063	962	968	900	المنكة الغربية الشغودية
24	44	81	60	52	39	
44	77	0.1	UU	JZ	J7	سيراليون
744	604	F04	C	FOC	405	الصومال
741	684	591	575	536	495	السودان
229	253	250	240	221	206	سورىنام
				5070	8546	سوريا
414	213	208	244	183	160	طاجيكستان
273	282	327	235	300	202	ب <u>ي</u> توغو
5359	7163	7352	6999	5746	7828	تونس تونس
39478	39811	37795	35698	34654	31364	توب <i>س</i> ترکیا
371/0	37011	31173	33070	JTUJT	31307	
1202	1266	1206	1107	1151	046	ترکمانستان
1303	1266	1206	1197	1151	946	أوغندا
		40.00			055	الإمارات العربية المتحدة
		1969			975	أوزىاكستان
366.7	1017.5	990	874	829	1025	اليمن
173358	179430	172958	162525	160622	167720	إجمالي المنظمة
	انظ و السامة الم					المادة المنتال اللمال

المصدر: قاعدة البيانات الإلكترونية لبوابة بيانات الأمم المتحدة، القرص المدمج لموجز إحصاءات السياحة لمنظمة السياحة العالمية 2017. ملاحظة: للقيام بتحليل مقارن موثوق، تم إلغاء البلدان التي لا تتوفر حولها البيانات عند حساب إجمالي منظمة التعاون الإسلامي.

الجدول أ.4: عائدات السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي (مليون دولار أمريكي)

ورور المروعي	-		ہے، ی سست		ت التاركية في	
2015	2014	2013	2012	2011	2010	
92	92	191	177	152	169	أفغانستان
1614	1849	1670	1623	1833	1780	ألبانيا
357	348	326	295	300	324	الجزائر
2535	2713	2618	2634	1500	792	أذربيجان
_555	1915	1865	1742	1766	2163	البحرين البحرين
148.4	154	131	105	97	104	ربنغلادیش بنغلادیش
160	153	193	174	201	149.4	
	79		92	201	149.4	بنين
140		96		116	105	برونای
	183	200	128	116	105	بوركينا فاسو
		607	377	423	171	الكاميرون
						تشاد
			39.3	42.2	35.2	جزر القمر
	184	191	172.5	186	213	كوت ديفوار
30.9	24.7	21.6	20.5	19.2	18	جيبوتي
6897	7979	6747	10823	9333	13633	مصر
						الغابون
138	127	103	127	109	80	غامييا
100		100	1.68	2.12	2.04	غينيا
		17.4	6.9	14.5	13.6	غينيا ببساو
65	79	77	64	95	80	
12054		10302	9463			غيانا
12054	11567			9038	7618	إندونيسيا
	3676	3212	2483	2489	2631	إيران
			1640	1557	1736	العراق
4997	5518	5145	5123	4351	4390	الأردن
1825	1701	1779	1572	1524	1236	كازاخستان
931	615	619	780	644	574	الكوبت
481	468	585	486	405	212	قرغيزستان
7087	6835	7032	7361	6797	8026	لبنان
		131	110	30	170	ئىسا
17614	22600	21500	20251	19649	18152	ت.ت ماليزيا
2664	2811	2422	2032	1966	1713	مديري جزر المالديف
	214	178.2	144	218	208	جرر به دی <u>ت</u> مالی
31	42	50	50	_10	_50	های مورىتانيا
7534	8747	8201	8491	9101	8176	مورنانيا المغرب
202	225	228	224	171	135	
202	443	59	51	54	105.5	موزمبي <u>ق</u> ۱۱.
470	601					النيجر
		616	639	688	736	نيجيريا
2247	1972	1888	1723	1515	1072	عمان
906	971	938	1014	1127	998	باكستان
478	543	524	469	615	409	فلسطين
12131	10576	8452	7220	4463		قطر
11183	9263	8690	8400	9317	7536	المملكة العربية السعودية
	481	495	469	524	464	السنغال
23	35	66	47	44	26	سيراليون
						الصومال
949	967	773	772	179	82	السودان
99	103	92	79	69	69	سورينام
		. =		1816	6308	سوريا
146	220	49	60	40	32	سورد طاجیکستان
210	233	233	206	209	105	توغو توغو
1869	3042	2863	2931	2529	3477	
35413	38766	36192	31566	30302	26318	تونس - ۲۰
33413	30/00	30194	31300	30302	20310	ترکیا
1171	010	1055	1157	077	002	ترکمانستان
1171	810	1355	1157	977	802	أوغندا
	13969	12389	10924	9204	8577	الإمارات العربية المتحدة
					121	أوزىاكستان
116	1199	1097	1005	910	1291	اليمن
139291	167024	155266	147434	138681	133338	إجمالي المنظمة
2047 5 11						

المصدر: قاعدة البيانات الإلكترونية لبوابة بيانات الأمم المتحدة، القرص المدمج لموجز إحصاءات السياحة لمنظمة السياحة العالمية 2017. ملاحظة: للقيام بتحليل مقارن موثوق، تم إلغاء البلدان التي لا تتوفر حولها البيانات عند حساب إجمالي منظمة التعاون الإسلامي

الجدول أ.5: نفقات السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي (مليون دولار أمريكي)

	- +		*		*	
2015	2014	2013	2012	2011	2010	
135	145	137	103	269	108	أفغانستان
1311	1689	1567	1374	1678	1454	ألبانيا
						* •
765	684	532	598	595	716	الجزائر
2743	3163	3032	2617	1778	856	أذربيجان
	864	873	889	899	684	البحرين
825	782	1308	889	819	852	
						بنغلاديش
68	54.2	39.5	96	81	91	بنین
459	616	624	591			برونا <i>ی</i>
	176	215	146	129	110	بورکینا فاسو بورکینا فاسو
	170	795		622	265	
		/95	668	022	205	الكاميرون
						تشاد
			36.3	37.4	33.2	جزر القمر
	402	583	560	580	569	کوت دیفوار کوت دیفوار
22.4	21.5	30.9	29.6		20.5	
23.4				33.5		جيبوتى
3636	3486	3261	3037	2575	2696	مصر
						الغابون
60	56	11	8	12	11	غامبيا
00	30					
		61	41	49	17	غينيا
		27.2	24.5	38.6	29.5	غينيا بيساو
93	77	81	82	79	73	غبانا
9800	10263	10280	9055	8653	8432	إندونيسيا
7000	8989					
	8989	9380	8435	10555	10570	إيران
			2363	1879	1675	العراق
1267	1251	1206	1257	1280	1736	الأردن
2185	2164	2147	2023	1831	1489	کازاخستان کازاخستان
13148	12280	10567	10073	8879	7106	الكونت
445	568	505	529	392	275	قرغيزستان
5187	5198	4692	4511	4440	4868	لبنان
		2598	2654		2184	ئىنيا
10500	12442			10100		
10589	12442	12236	12217	10180	8324	ماليزيا
296	271	252	207	231	252	جزر المالديف
	231	189	164	171	167	مالى
73	112	105	101			مورىتانيا
2153	2218	2002	2095	2260	1879	
						المغرب
322	331	313	247	264	247	موزمبيق
		81	132	57	95	النيجر
9200	9068	9150	9240	9533	8348	نيجيريا
2178	2080	1824	1644	1493	1243	عمان
2333	2209	1638	1851	1857	1370	باكستان
431	578	638	643	595	515	فلسطين
11641	12871	11729	10702	7813		<u> </u>
					22076	
21745	25137	18648	17986	18202	22076	المملكة العربية السعودية
	279	265	248	250	217	السنغال
	24	55	32	26	22	سيراليون
	-		- =		<u> </u>	الصومال
105	420	460	600	027	1127	
195	439	460	699	937	1127	السودان
128	90	75	58	49	41	سورينام
				850	1598	سوريا
25	35	73	14	13	25	
23						طاجیکستان
	60	58	46	81	89	توغو
767	770	768	673	678	611	تونس
5686	5475	5253	4585	5372	5817	تركيا
2200	2 - 7 0	2_00		<b>-</b>		برت. ترکمان <i>س</i> تان
570	275	606	(42	F40	161	
573	375	696	642	540	464	أوغندا
	17740	16188	15072	13206	11818	الإمارات العربية المتحدة
						أوزياكستان
	150	1/1	148	258	252	
70						
79	158	161				اليمن
79 <b>139.3</b>	158 167.0	155.3	147.4	138.7	133.3	اليمن إجمالي المنظمة

المصدر: قاعدة البيانات الإلكترونية لبوابة بيانات الأمم المتحدة، القرص المدمج لموجز إحصاءات السياحة لمنظمة السياحة العالمية 2017. ملاحظة: للقيام بتحليل مقارن موثوق، تم إلغاء البلدان التي لا تتوفر حولها البيانات عند حساب إجمالي منظمة التعاون الإسلامي.

الجدول أ.6: ميزان السياحة الدولية (مليون دولار أمريكي).

			ر پ	J J -J.		
2015	2014	2013	2012	2011	2010	
43-	53-	54	74	117-	61	أفغانستان
303	160	103	249	155	326	
						ألبانيا
408-	336-	206-	303-	295-	392-	الجزائر
208-	450-	414-	17	278-	64-	أذربيجان
	1051	992	853	867	1479	البحرين
676.6-	628-	1177-	784-	722-	748-	. رح بنغلادیش
92	98.8	153.5	78	120	58.4	
				120	30.4	بنين
319-	537-	528-	499-		_	برونای
	7	15-	18-	13-	5-	بوركينا فاسو
		188-	291-	199-	94-	الكاميرون
						تشاد
			3	4.8	2	جزر القمر
	218-	392-		394-	_	
			387.5-		356-	كوت ديفوار
7.5	3.2	9.3-	9.1-	14.3-	2.5-	جيبوتي
3261	4493	3486	7786	6758	10937	مصر
						الغابون
78	71	92	119	97	69	غامبيا
, 0	/ 1	61-	39.32-	46.88-	14.96-	غىنيا
						* *
0.0		9.8-	17.6-	24.1-	15.9-	غينيا بيساو
28-	2	4-	18-	16	7	غيانا
2254	1304	22	408	385	814-	إندونيسيا
	5313-	6168-	5952-	8066-	7939-	إيران
	0010	0100	723-	322-	61	بيران العراق
3730	4267	3939				
			3866	3071	2654	الأردن
360-	463-	368-	451-	307-	253-	كازاخستان
12217-	11665-	9948-	9293-	8235-	6532-	الكوبت
36	100-	80	43-	13	63-	قرغيزستان
1900	1637	2340	2850	2357	3158	لبنان
1700	1007	2467-	2544-	2007	2014-	چ <u>ب</u> ین لیبیا
7025	10158		8034	9469		
		9264			9828	ماليزيا
2368	2540	2170	1825	1735	1461	جزر المالديف
	17-	10.8-	20-	47	41	مائي
42-	70-	55-	51-			مورىتانيا
5381	6529	6199	6396	6841	6297	المغرب
120-	106-	85-	23-	93-	112-	
120-	100-	22-				موزمبيق
	2.15		81-	3-	10.5	النيجر
8730-	8467-	8534-	8601-	8845-	7612-	نيجيريا
69	108-	64	79	22	171-	عمان
1427-	1238-	700-	837-	730-	372-	باكستان
47	35-	114-	174-	20	106-	بــــــــــــــــــــــــــــــــــــ
490	2295-	3277-	3482-	3350-	200	قط
					14540	
10562-	15874-	9958-	9586-	8885-	14540-	المملكة العربية السعودية
	202	230	221	274	247	السنغال
23	11	11	15	18	4	سيراليون
						الصومال
754	528	313	73	758-	1045-	السودان
29-	13	17	21	20	28	
Z 7-	13	1/	41			سورينام
404	105	2.1		966	4710	سوريا
121	185	24-	46	27	7	طاجیکستان
[	173	175	160	128	16	توغو
1102	2272	2095	2258	1851	2866	تونس
29727	33291	30939	26981	24930	20501	ترکیا ترکیا
L)/L/	33271	30737	20701	21730	20301	
F00	405	(50	F4-	407	220	ترکمانستان
598	435	659	515	437	338	أوغندا
	3771-	3799-	4148-	4002-	3241-	الإمارات العربية المتحدة
					121	أوزىاكستان
37	1041	936	857	652	1039	اليمن اليمن
24234	18728	15800	15408	15582	19821	اليمن إجمالي المنظمة
47434	10/20	13000	13400	13304	17041	إجمالي المنظمة

المصدر: تم الحساب بناء على البيانات في الجدولين أ.4 و أ.5 وقاعدة البيانات الإلكترونية لبوابة بيانات الأمم المتحدة.

الجدول أ.7: ميزان السياحة الدولية (كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي).

	٠ ٠	. ب		,	· · ·	
2015	2014	2013	2012	2011	2010	
0.21-	0.25-	0.25	0.35	0.61-	0.38	أفغانستان
2.63	1.21	0.81	2.02	1.20	2.73	ألبانيا
0.25-	0.16-	0.10-	0.14-	0.15-	0.24-	الجزائر
0.39-	0.60-	0.56-	0.02	0.42-	0.12-	أذربيجان
0.57	3.15	3.05	2.77	3.01	5.75	البحرين
0.35-	0.36-	0.77-	0.61-	0.58-	0.65-	
1.09	1.03	1.68	0.01-	1.54	0.84	بنغلاديش
2.47-	3.14-	2.92-		1.54	0.04	بنين
Z.47-			2.62-	0.10	0.06	برونای
	0.06	0.13-	0.16-	0.12-	0.06-	بوركينا فاسو
		0.64-	1.10-	0.75-	0.40-	الكاميرون
						تشاد
			0.53	0.82	0.38	جزر القمر
	0.64-	1.25-	1.45-	1.53-	1.43-	كوت ديفوار
0.43	0.20	0.67-	0.73-	1.24-	0.23-	جيبوتي
1.03	1.51	1.30	2.85	2.92	5.10	مصر
						الغابون
8.28	8.36	10.18	13.04	10.73	7.24	غامبيا
		0.75-	0.54-	0.67-	0.22-	 غينيا
		0.94-	1.78-	2.19-	1.87-	غينيا بيساو
0.85-	0.06	0.13-	0.63-	0.62	0.31	غيانا
0.26	0.15	0.00	0.04	0.04	0.11-	اندونیسیا
0.20	1.25-	1.21-	1.01-	1.36-	1.70-	إيران
	1.23	1.21	0.39-	0.20-	0.05	إيران العراق
9.94	11.91	11.73	12.50	10.65	10.04	
						الأردن
0.20-	0.21-	0.16-	0.22-	0.16-	0.17-	كازاخستان
10.71-	7.17-	5.71-	5.34-	5.35-	5.66-	الكونت
0.55	1.34-	1.09	0.65-	0.21	1.31-	قرغيزستان
3.79	3.36	4.96	6.46	5.88	8.22	لبنان
		3.22-	2.66-		2.49-	ليبيا
2.37	3.00	2.87	2.55	3.18	3.85	ماليزيا
68.93	82.09	77.63	72.47	70.83	62.88	جزر المالديف
	0.12-	0.08-	0.16-	0.36	0.38	مالى
0.84-	1.23-	0.93-	0.97-			مورىتانيا
5.36	5.93	5.78	6.51	6.75	6.76	المغرب
0.81-	0.62-	0.53-	0.15-	0.71-	1.10-	موزمبيق
		0.29-	1.17-	0.05-	0.18	النيجر
1.77-	1.49-	1.66-	1.87-	2.14-	2.06-	نيجيريا
0.10	0.13-	0.08	0.10	0.03	0.29-	عمان
0.54-	0.50-	0.32-	0.39-	0.34-	0.21-	باکستان
0.37	0.28-	0.91-	1.54-	0.19	1.19-	ب صحاق فلسطین
0.29	1.08-	1.61-	1.83-	1.97-	1.17	قن <i>سطین</i> قطر
1.62-	2.11-	1.34-	1.31-	1.33-	2.76-	المملكة العربية السعودية
1.02	1.32	1.55	1.55	1.91	1.91	
0.51	0.22	0.22	0.39	0.61	0.16	السنغال
0.31	0.22	0.22	0.39	0.01	0.10	سيراليون
0.00	0.64	0.42	0.12	110	1.04	الصومال
0.80	0.64	0.43	0.12	1.16-	1.94-	السودان
0.59-	0.25	0.33	0.42	0.45	0.64	سورينام
4.7.	0.00	0.00	0.50	1.75	7.79	سوريا
1.54	2.00	0.28-	0.60	0.41	0.12	طاجیکستان
	3.78	4.19	4.11	3.47	0.50	توغو
2.67	4.77	4.53	5.01	4.04	6.51	تونس
4.14	4.17	3.76	3.42	3.22	2.80	تركيا
						تركمانستان
2.37	1.54	2.52	2.08	2.00	1.71	أوغندا
	0.94-	0.98-	1.11-	1.15-	1.13-	الإمارات العربية المتحدة
					0.31	أوزباكستان
0.12	3.06	2.70	2.67	2.10	3.36	اليمن
						, <u> </u>

المصدر: تم الحساب بناء على البيانات في الجدول أ.6 وأرقام الناتج المحلي الإجمالي المستمدة من قاعدة بيانات مؤشرات التنمية العالمية للبنك الدولي.

الجدول أ.8: عائدات السياحة الدولية (كنسبة مئوية من صادرات البضائع)

2015	2011	10010		2011	2010	T 1
2015	2014	2013	2012	2011	2010	
13.98	13.74	31.12	34.18	30.61	33.53	أفغانستان
85.38	79.04	72.53	82.43	93.93	114.52	ألبانيا
1.03	0.58	0.49	0.41	0.41	0.57	الجزائر
22.11	12.45	10.94	11.06	5.66	3.74	أذرىيجان
	5.15	5.14	4.86	5.26	7.31	البحرين
0.5	0.54	0.51	0.47	0.42	0.63	بنغلاديش
15.9	15.80	32.28	37.62	51.57	27.98	بنين
2.37	0.84	0.93	0.77			برونای
	9.16	10.69	6.42	15.34	17.65	بورکینا فاسو
		13.44	8.82	9.36	4.40	الكاميرون
			0.00	7.00		تشاد
			38.16	79.59	112.41	جزر القمر
	1.44	1.39	1.59	1.68	2.07	برر، مبر کوت دیفوار
5.15	4.47	4.02	3.92	3.59	3.87	
32.66	29.89	23.35	37.01	29.60	50.02	جيبوتى
32.00	27.07	23.33	37.01	27.00	30.02	م <u>صر</u> الغابون
129.67	126.04	82.80	94.14	82.50	127.07	
129.07	120.04	02.00				غامبيا
		7.50	0.08	0.10	0.09	غينيا
F F 4	F 70	7.59	3.50	4.19	7.35	غينيا بيساو
5.54	5.72	5.65	3.83	6.53	7.00	غيانا
8.02	6.56	5.64	4.98	4.44	4.83	إندونيسيا
	4.27	3.79	2.43	1.91	2.66	إيران
			1.93	2.17	3.68	العراق
73.95	75.93	76.05	63.37	64.63	73.91	الأردن
5.19	2.33	2.33	1.84	1.89	2.17	كازاخستان
1.69	0.66	0.62	0.75	0.73	0.92	الكوبت
31.26	30.69	40.02	32.44	34.62	16.83	قرغيزستان
240.04	206.32	181.85	164.19	161.79	207.97	لبنان
		0.34	0.20	0.17	0.38	ليبيا
8.81	9.65	9.41	8.89	8.61	9.13	ماليزيا
1247.4	1458.14	1078.96	1006.22	1008.69	1264.86	جزر المالديف
	29.74	25.60	14.37	47.33	69.94	مالي
1.49	1.52	1.60	1.69		2111	مورىتانيا
35.64	37.06	37.70	43.53	43.78	49.24	المغرب
5.23	4.27	5.25	5.42	4.75	6.02	بهترب موزمبیق
3.23	1.27	5.25	5.15	6.03	23.68	مورمبيق النيجر
0.86	0.65	0.64	0.60	0.65	0.95	
2.49	3.71	3.35	3.30	3.22	2.93	نيجيريا
3.5	_	3.57	4.02	4.42	4.69	عمان
3.5	3.60	3.57	4.02	4.42	4.09	باکستان
10.22	10.41	7.83	6.72	171		فلسطين
19.22	10.41		6.73	4.74	2.26	قطر
5.37	2.78	2.49	2.30	2.83	3.26	المملكة العربية السعودية
4.65	18.69	20.29	20.03	22.09	23.81	السنغال
4.67	1.76	3.96	5.23	12.36	8.76	سيراليون
						الصومال
29.95	22.23	16.14	22.94	1.85	0.72	السودان
6.66	6.15	14.15	11.12	9.42	9.35	سورينام
				10.84	39.47	سوريا
15.58	25.96	4.83	5.21	3.97	2.68	طاجيكستان
	17.25	19.49	19.51	24.69	16.10	توغو
13.91	19.01	17.53	17.98	14.74	21.94	تونس
24.62	24.60	23.84	20.70	22.46	23.11	ترکیا ترکیا
						-ر <u></u> ترکمانستان
61.54	42.28	73.98	68.23	58.92	57.20	رحه درجه اوغندا
51.51	5.36	4.58	3.97	3.81	4.85	الإمارات العربية المتحدة
	5.50	1.50	3.77	5.01	2.13	الإمارات الغربية المتحدة أوزباكستان
3.66	12.66	11.13	11.44	9.44	16.53	
5.00	12.00	11.15	11.77	ノ・オオ	10.55	اليمن

المصدر: تم الحساب بناء على البيانات في الجدول أ.4 وأرقام الصادرات المستمدة من قاعدة بيانات إدارة الإحصاءات التجاربة، صندوق النقد الدولي.

الجدول أ.9: الوافدين من السياح البينيين في منظمة التعاون الإسلامي (آلاف)

2015	2014	2013	2012	2011	2010	
2013	2017	2013	2012	2011	2010	أفغانستان
71	64	56	46	39	38	اقعادها ألبانيا
696	572	623	631	592	327	* * * * * * * * * * * * * * * * * * * *
508	516	574	643	709	611	الجزائر
9022	8049	6915	5804	4701	011	أذربيجان
7022	0047	0713	3001	7/01		البحرين بنغلاديش
135	119	115	115	84	91	
133	117	113	113	04	71	بنین ۱۰
66	67	84	89	88	96	برونای
00	07	04	09	00	90	بوركينا فاسو
						الكاميرون
						تشاد
						جزر القمر
						کوت دیفوار
1027	1811	1070	2400	2020	2250	جيبوتى
1927	1011	1968	2490	2020	2359	مصر
	4	7	-			الغابون
5	4	7	6	20		غامبيا
11	10	19	36	39		غينيا
						غينيا بيساو
1710	1650	1500	1111	1061	1007	غيانا
1710	1653	1569	1414	1361	1336	أندونيسيا
4568	4359	4189	3050	2478	2214	إيران
4515	4005	851	1055	1479	1448	العراق
1715	1885	1957	2136	2027	2184	الأردن
4105	3830	4336	4156	3829	2581	كازاخستان
5007	4688	4449	4079	3924	3620	الكوبت
						قرغيزستان
575	544	494	565	804	1232	لبنان
						ليبيا
4591	4855	4470	4309	3991	4085	ماليزيا
88	78	68	46	36	28	جزر المالديف
63	42	36	29			مالى
						مورىتانيا
576	561	593	522	447	406	المغرب
						موزمبيق
						النيجر
1358	1080	1086	835	650	3868	نيجيريا
279						عمان
			134	191	203	باكستان
						فلسطين
1300	1124	1090	953	846	644	قطر
15020	15855	13565	14192	12657	9988	المملكة العربية السعودية
						السنغال
4	6	14	16	10	7	سيراليون
						الصومال
						السودان
44	47	51	45	34	31	سورينام
				5132	8697	سوريا
306	142	181	186	151	127	سورىا طاجيكستان
56	56	55	45	57	44	توغو
2825	3170	3292	2897	2501	2985	تونس
7232	7049	6146	5073	5346	4867	تركيا
						ترکمانستان
51	55	51	49	84	27	أوغندا
						الإمارات العربية المتحدة
		1748				أوزىاكستان
140	343	393	370	319	403	اليمن
67736	66754	65284	60356	60909	59082	إجمالي المنظمة
	7 " 11 11 " 1 11 "					

المصدر: قاعدة البيانات الإلكترونية لبوابة بيانات الأمم المتحدة، القرص المدمج لموجز إحصاءات السياحة لمنظمة السياحة العالمية 2017. ملاحظة: للقيام بتحليل مقارن موثوق، تم إلغاء البلدان التي لا تتوفر حولها البيانات عند حساب إجمالي منظمة التعاون الإسلامي.

الجدول أ.10: عائدات السياحة البينية في منظمة التعاون الإسلامي (مليون دولار أمريكي)

2015	2014	2013	2012	2011	2010	
						أفغانستان
27.8	32.4	28.6	21.1	24.7	28.3	ألبانيا
140.7	89.7	76.1	70.0	74.5	53.3	الجزائر
642.0	609.6	598.7	681.8	474.8	246.6	اخبرا <u>در</u> أذربيجان
	1474.8	1407.4	1254.2	1233.1	0.0	البحرين
			1251.2			انب <i>عرین</i> بنغلادیش
84.4	75.5	95.7	90.7	80.9	68.0	
	7 3.3	,,	70.7	00.7		بنی <u>ن</u> برونای
	69.9	83.5	52.6	48.1	39.8	
		7.3		70.1		بوركينا فاسو الكاميرون
	••			••		الكاميرون تشاد
						يساد جزر القمر
				••	••	
						کوت دیفوار 
1454.4	1501.2	1447.2	2407.4	1984.8	2289.1	جيبوتي
1737.7	1301.2	1777.2	2407.4	1704.0		مصر الغابون
4.8	3.6	4.3	4.7		0.0	
	3.0	4.3	0.6	0.6	0.0	غامب <u>یا</u> غینیا
						**
						غينيا بيساو غيانا
2014.6	2053.0	1872.0	1695.5	1640.4	1481.5	
		10/2.0	1093.3			<u>اندونیسیا</u>
		2087.3	1557.9	1525.3	 1655.8	إيران
3473.9	4210.8	4170.6	5007.6	5113.5	5975.9	العراق برئي .
	1428.7	1565.9	1472.6	1425.7	1066.8	الأردن
••		4430.4	5553.8	4534.1	3989.9	كازاخستان الكوىت
350.0	370.3	474.5	390.6	205.1	160.7	
2685.0	2743.2	2728.3	3044.9	3300.4	4561.7	قرغیزستان لبنان
2003.0	2/43.2	2720.3	3044.7	3300.4	4301.7	ىبەن ئىنيا
3144.1	3998.8	3737.4	3485.6	3175.7	3016.8	ماليزيا
190.7	183.0	146.0	98.4	75.3	60.0	ماليري جزر المالديف
	53.7	44.9	31.6	5.3	3.6	جرر الماندي <u>ف</u> مالي
••	33.7	11.7	31.0	5.5	3.0	مابی مورىتانيا
439.4	476.8	484.4	473.0	435.5	357.3	سورتنانيا المغرب
						بهعرب موزمبیق
						<u>مورمبيق</u> النيجر
106.1		165.7	114234.3	118.7	465.7	نیجیریا
				110.7		عمان
••			141.1	185.8	223.4	باکستان
10.0	4.7	7.3	6.5	6.6	1.8	<u>ب دستان</u> فلسطين
6242.1	5140.2	4283.8	3627.6	2294.7	1.0	قطر قطر
9334.8	8042.7	7473.8	7299.2	8317.2	6937.1	المملكة العربية السعودية
7551.0	45.1	, 1, 5.0	, 2 , , , ,	0017.2	0.0	المنتفة الغربية الشعودية
3.9	5.0	11.1	12.4	8.5	4.8	الشنعان سيراليون
3.7	5.0	11.1	14.1	0.0	1.0	سيرانيون الصومال
443.9	461.5	395.3	399.3	98.5	45.1	الصومان
0.4	0.5	0.4	0.4	0.3	0.2	ادی <i>سودان</i> سورینام
0.1	0.5	0.1	0.1	0.0	0.2	شورنتام سوربا
107.9	147.1	42.7	45.7	33.1	25.4	سوره طاجیکستان
107.7	117.1					طاجید <i>س</i> تان توغو
985.4	1346.1	1281.8	1213.1	1100.7	1325.6	<u>توعو</u> تونس
6733.2	7123.4	6120.1	4697.3	4874.4	4263.5	توب <i>س</i> ترکیا
0,00.2	7 120.1	0120.1	1077.0	10, 1.1	1200.0	ترکیا ترکمان <i>س</i> تان
45.6	35.2	57.3	47.9	71.6	22.8	ارکمان <i>ستان</i> أوغندا
			-			الإمارات العربية المتحدة
						الإمارات الغربية المتعدة أوزباكستان
						اور دا داشتان اليمن
55083.8	57150.8	54078.1	50917.4	49264.3	44093.9	اليمن إجمالي المنظمة
3000010	37 10010	3107011	5071711	01.3	, 110,017	إجمالي المستمة

المصدر: تم الحساب بناء على البيانات في الجداول أ.3 و أ.4 و أ.9.

ملاحظة: للقيام بتحليل مقارن موثوق، تم إلغاء البلدان التي لا تتوفر حولها البيانات عند حساب إجمالي منظمة التعاون الإسلامي.