

السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات 2020



منظمة التعاون الإسلامي
مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية
والتدريب للدول الإسلامية



© يونيو 2020 مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسرك)

العنوان: Kudüs Cad. No: 9, Diplomatik Site, 06450 Oran, Ankara –Turkey
الهاتف: +90-312-468 6172
الإنترنت: www.sesric.org
الإيميل: pubs@sesric.org

جميع الحقوق محفوظة

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

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

الرقم الدولي المعياري للكتاب: 978-625-7162-06-7

صُمم الغلاف الداخلي والخارجي من قبل سفاش هيليفان، دائرة النشر، سيسرك.

لمزيد من المعلومات، يرجى التواصل مع دائرة الأبحاث عبر البريد الإلكتروني: research@sesric.org

المحتويات

ii.....	المختصرات
iii.....	توطئة
v.....	شكر وتقدير
vi.....	ملخص
1.....	مقدمة
4.....	السياحة الدولية على الصعيد العالمي: نظرة شاملة
10.....	السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي
10.....	1.3 السياح الوافدون وعائدات السياحة
15.....	2.3 الدور الاقتصادي للسياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي
19.....	3.3 السياحة البينية في منظمة التعاون الإسلامي
22.....	4.3 وضع السياحة الإسلامية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي
28.....	5.3 آثار الكوفيد-19 على السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي
34.....	تعزيز السياحة الصحية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي
34.....	1.4 المفاهيم الرئيسية للسياحة الصحية
35.....	1.1.4 الطلب والعرض
36.....	2.1.4 حجم السوق
37.....	3.1.4 المزايا
38.....	4.1.4 عوامل الخطر
38.....	2.4 وضع السياحة الصحية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي
40.....	1.2.4 مؤشر السياحة الطبية
41.....	2.2.4 تجارب دول مختارة من منظمة التعاون الإسلامي
45.....	3.4 تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر لتنمية السياحة الصحية
49.....	ملاحظات ختامية و آثار السياسات
57.....	المراجع



المختصرات

معدل النمو السنوي المركب	CAGR
لجنة منظمة التعاون الإسلامي الدائمة للتعاون الاقتصادي والتجاري	COMCEC
هيئة الصحة بدبي	DHA
تجربة دبي الصحية	DXH
الاتحاد الأوروبي	EU
الناتج المحلي الإجمالي	GDP
مؤشر السفر العالمي للمسلمين	GMTI
معهد العافية العالمية	GWI
خدمات السياحة الحلال	HTS
المركز الإسلامي لتنمية التجارة	ICDT
المؤتمر الإسلامي لوزراء السياحة	ICTM
مؤشر السفر للمسلمين في إندونيسيا	IMTI
جمعية السياحة الطبية	MTA
مؤشر السياحة الطبية	MTI
المكتب الوطني للإحصاء	NSO
منظمة التعاون الإسلامي	OIC
مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية	SESRIC
المشاريع الصغيرة ومتوسطة الحجم	SMEs
معهد المواصفات والمقاييس للدول الإسلامية	SMIIC
نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر	SWOT
الحسابات الفرعية للسياحة	TSA
مؤشر التنافسية لقطاع السفر والسياحة	TTCI
منظمة السياحة العالمية	UNWTO
الدولار الأمريكي	USD
المنتدى الاقتصادي العالمي	WEF
المجلس العالمي للسفر والسياحة	WTTC



توطئة

يسعدنا أن نقدم بين يدي القارئ تقرير سيسرك حول السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات لعام 2020. يقدم هذا التقرير تقييما شاملا لأداء السياحة في بلدان منظمة التعاون الإسلامي من خلال تحليل أحدث البيانات المتاحة حول مؤشرات السياحة الرئيسية إلى جانب السياسات والأطر التنظيمية القائمة. كما يناقش التقرير سوقين من الأسواق المتخصصة، أي السياحة الإسلامية والسياحة الصحية، اللتان تعتبران من القطاعات الفرعية الواعدة للغاية من أجل تطوير قطاع السياحة المستدامة في بلدان المنظمة.

وتؤكد النتائج الرئيسية لهذا التقرير على الطبيعة الديناميكية لقطاع السياحة في بلدان منظمة التعاون الإسلامي. فخلال فترة 2013-2018، زادت بلدان المنظمة عائداتها السياحية من 157,1 مليار دولار أمريكي في 2013 إلى 181,9 مليار دولار أمريكي في 2018؛ ومع ذلك، انخفضت حصتها في عائدات السياحة العالمية بشكل طفيف من 12,7% في 2013 إلى 12,4% في 2018. وبالمثل، فإن حصة بلدان المنظمة في أعداد السياح الوافدين العالميين أظهرت أيضا اتجاها تنازليا - حيث انخفضت من 17,8% في 2013 إلى 10,7% في 2018. وعلى الجانب الإيجابي، يكشف التقرير عن بعض التحسن في النشاط السياحي البيئي في منظمة التعاون الإسلامي حيث ارتفعت نسبة السياح الوافدين على المستوى البيئي في المنظمة من إجمالي السياح الوافدين على المنظمة من 34,4% في 2013 إلى 37,6% في عام 2018.

تبعًا لما جاء في التقرير، تعتبر السياحة الإسلامية أمرا يتناسب مع طبيعة بلدان منظمة التعاون الإسلامي بحكم الأنظمة البيئية الحلال القائمة والمرافق والخدمات الملائمة للمسلمين. إذ يقدر الحجم الحالي لسوق السياحة الإسلامية العالمية بحوالي 175 مليار دولار أمريكي في 2018، وأفضل 10 وجهات سياحية إسلامية في العالم من البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي باستثناء سنغافورة. وبالرغم من ذلك، لا تزال بلدان المنظمة بحاجة إلى تطوير سياسات وإجراءات استباقية أكثر للاستفادة من ميزتها النسبية الحالية، ومن بين أمور أخرى، تطوير نظام معايير وإصدار شهادات دولية موحدة للحلال لقطاع السياحة الإسلامية.

وفي نفس السياق، تحتاج دول منظمة التعاون الإسلامي أيضا إلى إجراء إصلاحات متعلقة بالسياسات وأخرى تنظيمية شاملة للاستفادة من سوق السياحة الصحية العالمية التي تقدر قيمتها بـ100 مليار دولار أمريكي. وبفضل أسعارها التنافسية ومرافقها المتطورة للرعاية الصحية وقواها العاملة المتمتعة بالمهارات اللازمة، فإن بعض بلدان منظمة التعاون الإسلامي تشغل بالفعل مكانا مرموقا على خريطة السياحة الصحية العالمية. ومع ذلك، فإن البيانات المتعلقة بالمنتجات والخدمات والبنية التحتية والأطر التنظيمية ذات الصلة بالسياحة



الصحية غير متاحة بالنسبة لمعظم بلدان المنظمة، مما يعيق التحليل والتقييم الموضوعي لإمكانات السياحة الصحية في هذه البلدان.

وكما يوضح التقرير، على الرغم من أن بلدان منظمة التعاون الإسلامي تزخر بموارد طبيعية وتاريخية وثقافية غنية جداً، فهي كمجموعة استمرت في الأداء بمستوى ضعيف أساساً بسبب محدودية القدرة التنافسية للسياحة والسفر، وعدم كفاية الاستثمارات في البنية التحتية المتعلقة بالسياحة ونقص التنوع في المنتجات والخدمات السياحية. ويتطلب هذا الوضع من بلدان المنظمة الفعالية في الاستفادة من منصة المؤتمر الإسلامي لوزراء السياحة (ICTM)، الذي عقد عشر دورات ما بين عامي 2000 و 2018، لتعزيز الحوار السياسي والنهوض بالتعاون البيئي في منظمة التعاون الإسلامي في مجال السياحة. وعلاوة على ذلك، توفر بعض البرامج والمبادرات مثل فريق عمل الكومسيك المعني بالسياحة، وبرنامج سيسرك لبناء القدرات السياحية في منظمة التعاون الإسلامي (Tr-CaB) وخارطة الطريق الاستراتيجية لمنظمة التعاون الإسلامي من أجل تنمية السياحة الإسلامية فرصة كبيرة لتعزيز التعاون بين بلدان الجنوب والتعلم بين الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي.

ومما لا شك فيه أن التطور السريع لاقتصاد السياحة العالمي مقترنا بالشروط المتغيرة على مستوى الطلب وتغير المناخ والعملة والرقمنة وتفشي الأمراض والصراعات، يطرح فرصاً وتحديات جديدة أمام سوق السياحة العالمية. ونحن نؤمن بشدة ونأمل أن تسهم نتائج هذا التقرير في تعزيز الإصلاحات الفعالة للسياسات الوطنية وتوطيد الجهود البيئية في منظمة التعاون الإسلامي من أجل تنمية قطاع سياحة قوي في دول المنظمة.

نبيل دبور

المدير العام

سيسرك



شكر وتقدير

أعد التقرير فريق من الباحثين العاملين في سيسرك برئاسة الدكتور جيم تن تن ويضم السيد جهاد بطال أوغلو. وأجري العمل تحت الإشراف العام للسيد مزهر حسين، مدير دائرة الأبحاث، وبقيادة سعادة السيد نبيل دبور، المدير العام لسيسرك.

الفصل الثاني حول السياحة الدولية على الصعيد العالمي: نظرة عامة، والفصل الثالث حول السياحة الدولية في دول منظمة التعاون الإسلامي من إعداد السيد جهاد بطال أوغلو. والفصل الأول حول المقدمة، والفصل الرابع حول تعزيز السياحة الصحية في دول منظمة التعاون الإسلامي، والفصل الخامس حول الملاحظات الختامية وأثار السياسات من إعداد الدكتور جيم تن تن.



ملخص

تحولت السياحة الدولية إلى إحدى الأنشطة الاقتصادية الرئيسية ومصدرا مهما لعائدات النقد الأجنبي والنمو الاقتصادي والعمالة في عدد من البلدان بحيث يساهم هذا القطاع بحوالي 10% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي. وفي هذا الصدد، حظيت مسألة تنمية السياحة باهتمام كبير على مستوى استراتيجيات التنمية الوطنية للعديد من البلدان بما في ذلك دول منظمة التعاون الإسلامي. ونظرا لأهمية هذا القطاع، يقدم التقرير لمحة عامة عن وضع السياحة الدولية في دول المنظمة من منظور مقارن.

السياحة الدولية على الصعيد العالمي: نظرة شاملة

ارتفع عدد الوافدين من السياح الدوليين على الصعيد العالمي من 1.087 مليون مسجلة في عام 2013 إلى 1.407 مليون في عام 2018، أي بمعدل نمو سنوي مركب قدره 4,4%. وفي هذه الفترة، ارتفعت عائدات السياحة الدولية، بالسعر الحالي للدولار الأمريكي، من 1.240 مليار دولار أمريكي إلى 1.462 مليار دولار أمريكي، أي بمعدل نمو سنوي مركب قدره 2,8%. وتعتبر مناطق أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ أكثر الوجهات استقبالا للسياح خلال فترة 2013-2018. وعلى المستوى الإقليمي، سجل الشرق الأوسط أعلى معدل نمو سنوي مركب (CAGR) من حيث الإيرادات السياحية (7,7%) خلال فترة 2013-2018. فيما لم ترق بعد أفريقيا لمستوى إمكاناتها من حيث أعداد السياح الوافدين والعائدات معا بسبب محدودية وصول المستثمرين إلى التمويل، والضرائب على قطاع السياحة، وعدد محدود من المهنيين في مجال السياحة، وقضايا الأمن والسلامة. ومتطلبات التأشيرات، والبيروقراطية.

السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي

ترجع عدد السياح الوافدين على بلدان منظمة التعاون الإسلامي من 193,1 مليون سائح في عام 2013 إلى 149,9 مليون في 2018. وسجلت عائدات السياحة الدولية في دول المنظمة اتجاهها تصاعديا ارتفع من 157,1 مليار دولار أمريكي في عام 2013 إلى 181,9 مليار دولار أمريكي بنهاية عام 2018. كما مثلت دول المنظمة نسبة 10,7% في عدد السياح الوافدين الدوليين على الصعيد العالمي و 12,4% في عائدات السياحة العالمية في 2018. وبلغ متوسط إيرادات السياحة لمنظمة التعاون الإسلامي لكل سائح وافد في عام 2018 حوالي 900 دولار أمريكي وهو أقل من المتوسط العالمي البالغ 1.039 دولارا أمريكيا.

وتشير الأرقام الخاصة بالسياحة البيئية في منظمة التعاون الإسلامي إلى وجود تقدم محدود في مجموعة المنظمة مع مرور الوقت، ويتمثل ذلك في ارتفاع حصة الوافدين البيئيين في المنظمة من إجمالي الوافدين لهذه المجموعة من 34,4% المسجلة عام 2013 إلى 37,6% في 2018. ونفس النمط يلاحظ على مستوى إيرادات السياحة البيئية في المنظمة. ومع ذلك، استضافت بعض دول منظمة التعاون الإسلامي زوارا دوليين بأعداد كبيرة من دول المنظمة



الأخرى كما هو الحال بالنسبة للسياح الوافدين البينيين في المنظمة إلى البحرين الذين بلغت نسبتهم 97% في عام 2018.

وارتفع حجم سوق السياحة الإسلامية على الصعيد العالمي من 177 مليار دولار أمريكي في عام 2017 إلى 189 مليار دولار أمريكي في عام 2018. ومن المتوقع أن يصل إلى 274 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2024 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 6,4%. وفي هذا الصدد، إذا تم التخطيط لسوق السياحة الإسلامية وإدارته بشكل صحيح، فإن دول منظمة التعاون الإسلامي من شأنها الاستئثار بحصة كبيرة في هذا السوق المتخصص في المستقبل القريب.

وإن المشاكل المتعلقة بتنمية قطاع السياحة الدولية المستدامة في دول منظمة التعاون الإسلامي متنوعة بتنوع الخصائص السياحية لكل بلد ومستوى التنمية فيه فضلا عن أولوياته وسياساته الإنمائية الوطنية.

تعزيز السياحة الصحية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي

ثمة ارتفاع في مستوى الاهتمام بأنماط الحياة الصحية والطلب عليها في بلدان منظمة التعاون الإسلامي وفي أماكن أخرى. وقد مهد انخفاض تكاليف النقل، وتحسن مستوى الربط بشبكات النقل، وخدمات الرعاية الصحية المخصصة للسياح الدوليين الطريق لنمو قطاع السياحة الصحية. وقدر حجم السوق العالمي للقطاع بمبلغ يتراوح بين 45,5 مليار و 100 مليار دولار أمريكي في عام 2017. كما بدأ عدد من بلدان منظمة التعاون الإسلامي في تسجيل حصة متزايدة من سوق السياحة المتخصصة هذه بفضل أسعارها التنافسية ومرافقها المتطورة للرعاية الصحية وقواها العاملة ذات المهارات اللازمة. وقد كشف استعراض لتجارب أذربيجان وإندونيسيا وإيران والأردن وماليزيا والمغرب وتركيا والإمارات العربية المتحدة أن العديد من دول المنظمة هذه بدأت في تطوير مبادرات وسياسات على المستوى الوطني لمواصلة تطوير قطاع السياحة الصحية فيها.

ملاحظات ختامية و آثار السياسات

باعتبار أن بلدان منظمة التعاون الإسلامي تمثل حوالي ربع سكان العالم، فهناك مجال واسع لتنمية أنشطة السياحة الدولية. ولكنها لا تزال بحاجة إلى التصدي لعدد من التحديات من أجل تعزيز تنمية قطاع السياحة المستدامة. وفي هذا الصدد، يُنصح على مستوى منظمة التعاون الإسلامي بتنوع المنتجات والخدمات السياحية، وزيادة الاستثمار في البنية التحتية، وتحسين خدمات السلامة والصحة لصالح السياح، وتحسين الانفتاح والتنافسية السياحية، ورفع مستوى الوعي استرشادا باستراتيجية لتنمية السياحة. وعلى مستوى التعاون في منظمة التعاون الإسلامي، ستساعد المبادرات والسياسات مثل تنظيم حملات ترويجية مشتركة ترمي إلى تطوير شبكات النقل الإقليمية على تعزيز عدد السياح الوافدين على بلدان المنظمة فضلا عن تعزيز التعاون السياحي البيني في المنظمة.





الفصل الأول

مقدمة



حسب تعريف منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة (UNWTO)، تشمل السياحة الدولية أنشطة الأفراد المتمثلة في السفر إلى مواقع خارج أماكن إقامتهم المعتادة والدائمة والمكوث بها لمدة لا تتجاوز 12 شهرا لأغراض الترفيه والأعمال وغيرها. وبناء على هذا التعريف العام، يشمل قطاع السياحة جميع الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية التي ترتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بتوفير السلع والخدمات للسياح. وفي هذا الصدد، حددت منظمة السياحة العالمية 185 نشاطا متعلقا بجانب العرض لها روابط مهمة للغاية بقطاع السياحة. وتشمل هذه الأنشطة خدمات مختلف القطاعات مثل النقل والاتصالات والفنادق والسكن والأغذية والمشروبات والخدمات الثقافية والترفيهية والخدمات المصرفية والمالية وخدمات الترويج والدعاية. وبهذه الشبكة الهائلة من الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والبنية التحتية اللازمة لدعم السياحة، تعتبر هذه الأخيرة 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 لتشمّل كل بقاع المعمورة تقريبا. إذ أن النشاط السياحي الدولي يولد فوائد اقتصادية جمة تعود بالنفع على البلدان المستضيفة للسياح وبلدان إقامتهم على حد سواء.

ويتميز النشاط السياحي الدولي أيضا باتساع رقعته الجغرافية وتنوع الوجهات والمنتجات السياحية بشكل متواصل. وعلى الرغم من أن الجزء الأكبر من النشاط السياحي الدولي ما يزال مركّزا في المناطق المتقدمة في أوروبا والأمريكتان، إلا أنه تم أيضا تسجيل انتشار مهم للأسواق مستقبلية للسياح في المناطق النامية.

وتتوفر بلدان منظمة التعاون الإسلامي على تنوع وغنى على مستوى المعالم الطبيعية والجغرافية والتاريخية والثقافية، فهي كمجموعة تزخر بإمكانات هائلة تسمح لها بتنمية قطاع السياحة الدولية بشكل مستدام. ولكن نظرا للحصة المتواضعة لمنطقة المنظمة في سوق السياحة العالمية وانحصار النشاط السياحي فيها في عدد قليل من بلدانها فقط دون غيرها، يبدو أن جزءا مهما من هذه الإمكانيات تبقى خارج نطاق الاستثمار والاستفادة منها.

وكمجموعة، تتوفر بلدان المنظمة على عدد من الميزات الفريدة في بعض الأسواق المتخصصة لقطاع السياحة مثل السياحة الإسلامية. فعدد متزايد من سكان هذه الدول يفضلون الاستفادة من المرافق والخدمات السياحية المصممة وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية. وليس من شأن هذا التوجه الإيجابي الملحوظ في السياحة الإسلامية أن يعزز القطاع السياحي بشكل عام في بلدان المنظمة فحسب، بل يدفع أيضا بالزيادة في الأنشطة السياحية البيئية في المنظمة ما دامت تتوفر جُلّ مرافق وخدمات السياحة الإسلامية في هذه البلدان.

وبشكل عام، فإن السياحة تعتبر قطاعا بالغ الأهمية يمكنه أن يلعب دورا هاما في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للعديد من بلدان منظمة التعاون الإسلامي إذا ما وضعت لها خطط ملائمة وأديرت بشكل



سليم، وهذا لا يرجع فقط لمواردها السياحية الغنية القائمة والممكن توفرها، بل أيضا لأن مواطنها يسافرون بأعداد كبيرة لجميع أنحاء العالم سواء بغرض العمل أو الترفيه أو لأغراض أخرى. وفي هذا السياق، تم تعريف السياحة باعتبارها إحدى المجالات العشر ذات الأولوية للتعاون في خطة عمل منظمة التعاون الإسلامي لتعزيز التعاون الاقتصادي والتجاري فيما بين الدول الأعضاء التي اعتمدت في عام 1994.

كما أدرجت السياحة ضمن المجالات الست ذات الأولوية للتعاون في استراتيجية الكومسيك المعتمدة ذات الهدف الاستراتيجي المتمثل في تنمية قطاع سياحة مستدام وتنافسي في منطقة المنظمة. وفي هذا الصدد، من الجدير بالذكر أيضا أنه على مدى العقد الماضي حظيت أنشطة التعاون السياحي باهتمام أكبر على قائمة جدول أعمال منظمة التعاون الإسلامي، بحيث عقدت عشر مؤتمرات إسلامية لوزراء السياحة وعدد من اجتماعات فريق 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 مجموعة واسعة 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 لعام 2025"، الذي تم اعتماده في إسطنبول عام 2016، خمسة أهداف ذات صلة بتنمية السياحة في بلدان المنظمة. ومع ذلك، لم تتحقق حتى الآن المستويات المرغوبة من التنمية السياحية في العديد من دول المنظمة وفي منطقة المنظمة ككل.

في هذا السياق، يحاول هذا التقرير تقييم أداء قطاع السياحة الدولية ودورها الاقتصادي في بلدان منظمة التعاون الإسلامي في فترة الخمس سنوات الأخيرة التي تتوفر عنها البيانات. كما يحلل أيضا معطيات المؤشرين المعتاد استخدامهما في قياس السياحة الدولية، أي الوافدين من السياح الدوليين وعائدات السياحة الدولية. وقد تم إجراء التحليل على المستوى القطري وعلى المستوى الإقليمي لمنظمة التعاون الإسلامي. ويخصص التقرير القسم الرابع لموضوع السياحة الصحية، التي تشكل عنصرا ذا إمكانيات كبيرة لتنمية قطاع السياحة في دول المنظمة، فيما يقدم القسم الخامس منه ملاحظات ختامية ويقترح بعض الآثار المترتبة على السياسات لتكون بمثابة مبادئ توجيهية للسياسة العامة التي يتعين على هذه البلدان أخذها بعين الاعتبار.





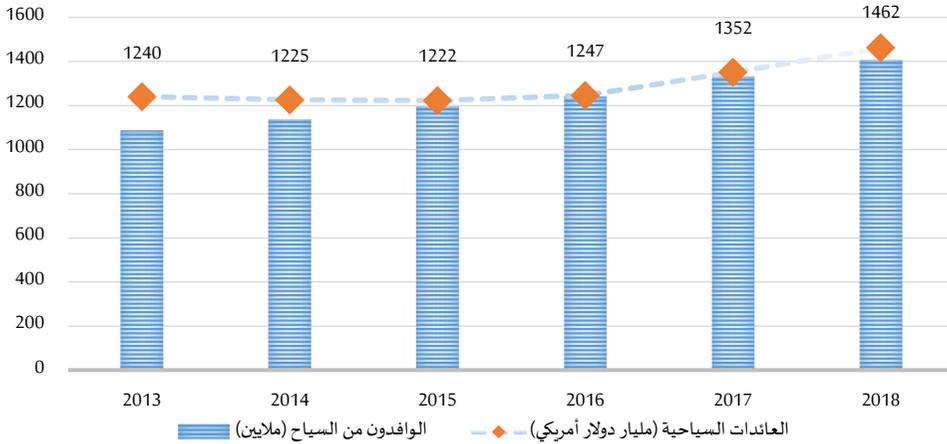
الفصل الثاني السياحة الدولية على الصعيد العالمي: نظرة شاملة



شهد سوق السياحة الدولية توسعا على امتداد السنوات الأخيرة من حيث عدد السياح الوافدين وعائدات السياحة معا. ارتفع عدد الوافدين من السياح الدوليين على الصعيد العالمي من 1.087 مليون مسجلة في عام 2013 إلى 1.407 مليون في عام 2018، أي بمعدل نمو سنوي مركب قدره 4,4%. كما ارتفعت في الفترة نفسها عائدات السياحة الدولية من 1.073 إلى 1.220 مليار دولار، بالسعر الجاري للدولار الأمريكي، أي بمعدل نمو سنوي مركب قدره 2,8% (الشكل 1.2). وخلال فترة 2013-2018، سُجل أعلى معدل نمو على مستوى الوافدين من السياح بين عامي 2016 و 2018 حيث بلغ معدل النمو السنوي أكثر من 8%. وفي نفس الفترة، ظل معدل نمو عائدات السياحة الدولية أعلى بكثير من 5%. وفي الوقت الذي تشير فيه بيانات 2018 والبيانات الأولية لعام 2019 إلى استمرار وتيرة النمو، فإنه من المتوقع لكل من حالة عدم اليقين المصاحبة لعملية خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي، والمخاطر الجيوسياسية والحروب التجارية، والتباطؤ الاقتصادي العالمي وتفشي جائحة فيروس كورونا في الآونة الأخيرة أن يؤثر سلبا على قطاع السياحة.

ومن حيث التوزيع الإقليمي على الصعيد العالمي، احتلت أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ مقدمة المناطق الأكثر

الشكل 1.2: السياحة الدولية على الصعيد العالمي



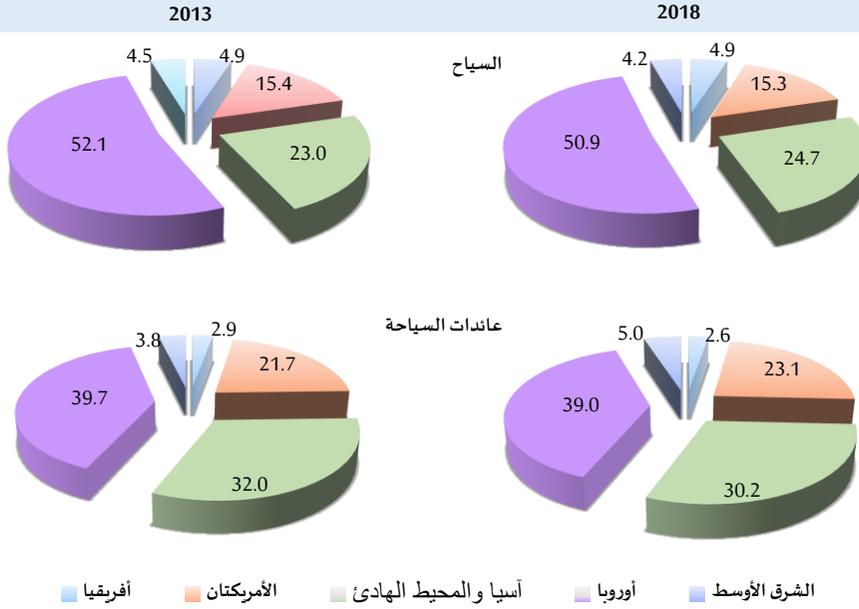
المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO)

استقطابا للسياح في عامي 2013 و 2018. وتمثل هاتان المنطقتان معا حوالي ثلاثة أرباع الوافدين من السياح وعائدات السياحة في سوق السياحة العالمية (الشكل 2.2). وعلى الرغم من أن منطقتي أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ هما أهم مناطق الاستقطاب السياحي باستأثارهما بحصة الأسد، إلا أن انتشار جائحة فيروس كورونا والتباطؤ الاقتصادي بسبب الحروب التجارية قد يكسر هيمنة آسيا والمحيط الهادئ في السنوات القادمة.



وقد يؤثر انهيار شركة توماس كوك السياحية والعديد من شركات الطيران الأخرى ذات التكلفة المنخفضة في أوروبا إلى جانب حالة عدم اليقين المصاحبة لفترة ما بعد خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي على معاقل قوة أوروبا خلف آسيا والمحيط الهادئ.

الشكل 2.2: السياحة الدولية حسب كل منطقة (% من الإجمالي العالمي)



المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO)

خلال الفترة الممتدة بين عامي 2013 و 2018، لم تتمكن سوى منطقة آسيا والمحيط الهادئ من تحقيق زيادة في حصتها في سوق السياحة العالمية من حيث أعداد السياح الوافدين. فقد سجلت حصة منطقة آسيا والمحيط الهادئ ارتفاعاً من 30% المسجلة عام 2013 إلى 24,7% عام 2018 (الشكل 2.2). وبينما شهدت المناطق الأربعة الأخرى اتجاهات تنازلية في حصتها من سوق السياحة العالمية، ارتفع العدد الإجمالي للوافدين من السياح الدوليين في جميع المناطق.

وبين عامي 2013 و 2018، اتبع معدل السياح الوافدين الدوليين في جميع المناطق نمط نمو سنوي إيجابي ومستقر (الشكل 3.2). وفي نفس الفترة، ظل معدل النمو السنوي المركب (CAGR) في جميع المناطق أعلى بكثير من 4% باستثناء الشرق الأوسط، الذي شهد صراعات كبيرة واضطرابات ما بعد الربيع العربي والحروب الأهلية في اليمن وسوريا.

وعلى غرار منطقة الشرق الأوسط، تستضيف منطقة أفريقيا عدداً أقل نسبياً من السياح الدوليين مقارنة بالمناطق الأخرى. وعلى الرغم من أن معدل النمو السنوي المركب في أفريقيا من حيث السياح قد وصل إلى

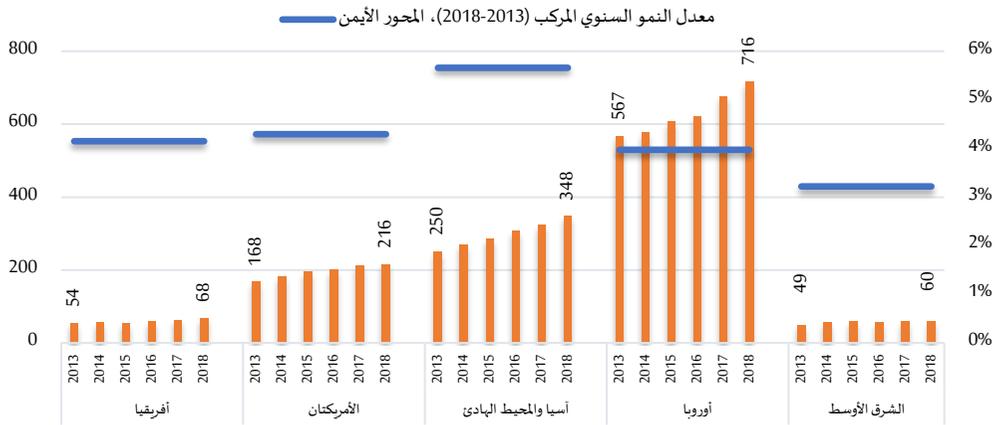


4,1% خلال الفترة الممتدة بين عامي 2013 و 2018 وعدد الوافدين منهم وصل إلى 68 مليون في 2018، إلا أن حصة أفريقيا تظل أقل من 5% على مستوى الوافدين من السياح العالميين. وبالتالي، تحتاج البلدان الأفريقية إلى التركيز على زيادة عدد الوافدين من السياح الدوليين.

كما يتعين عليها محاولة إيجاد سبل لتعزيز العائدات من مجال السياحة من خلال تنوع أنشطتها السياحية (مثل السياحة الإسلامية والسياحة المتعلقة بالصحة والعافية) وتطوير أنواع سياحة بديلة (مثل رحلات السفاري بالبالون والمشي لمسافات طويلة في الجبال) بالإضافة إلى تنفيذ استراتيجيات استهداف السوق (محاولة لاستقطاب سياح أكثر من بلدان ذات نزعات استهلاكية أعلى).

بمجرد اقتراب البلدان من بلوغ معدلاتها الطبيعية في النمو الاقتصادي أعقاب تعافي الاقتصاد العالمي،

الشكل 3.2: الوافدون من السياح الدوليين حسب كل منطقة (بالملايين)

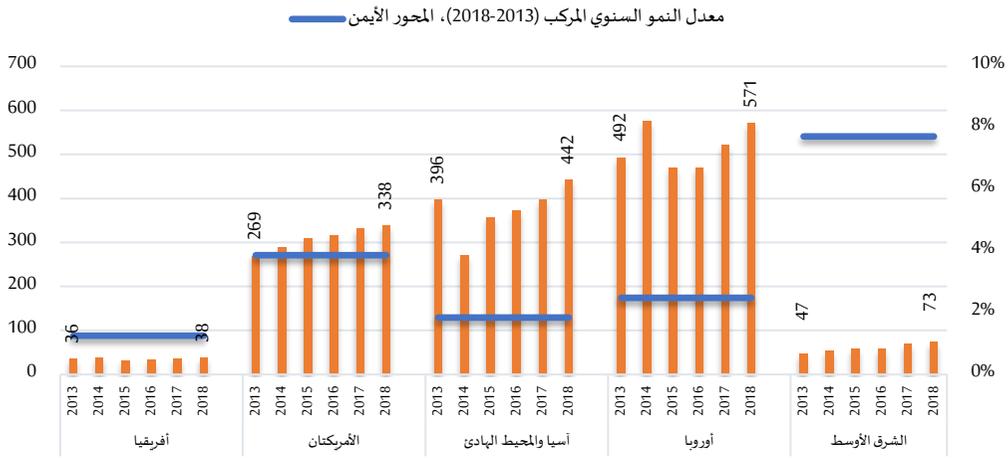


المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO)

سرعان ما بدأت أعداد السياح الوافدين باتباع نمط أكثر استقراراً منذ عام 2010. وبالنظر إلى تقلبات أسعار الصرف، التي تظهر في الغالب في الاقتصادات النامية، أظهرت عائدات السياحة على الصعيد العالمي بعض حالات الازدهار والكساد. إذ يحمل تقلب أسعار الصرف حالة من عدم اليقين بالنسبة لعدد من البلدان النامية، التي تولد قدراً مهماً من عائدات العملات الأجنبية وبالتالي النهوض بالنمو الاقتصادي من خلال السياحة. ومنذ عام 2013، اتسمت عائدات السياحة الدولية بالتقلب لكنها اتبعت نمطاً من النمو. وبعد عام 2015، تميز الانتعاش الاقتصادي بحالة من القوة خاصة في الاقتصادات الناشئة. وكنتيجة لذلك، ارتفعت عائدات السياحة العالمية بنسبة 18% من 1.240 مليار دولار أمريكي عام 2013 إلى 1.462 مليار دولار أمريكي في 2018.

ومن حيث التوزيع الإقليمي حول العالم، سجل الشرق الأوسط أعلى معدل نمو سنوي مركب (CAGR) من حيث إيرادات السياحة (7,7%) خلال الفترة ما بين 2013 و 2018، وبلغ إجمالي إيراداته السياحية ما مجموعه 73 مليار دولار أمريكي في 2018 (الشكل 4.2). وقد واصلت كل من أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ والأمريكتان، على التوالي، الحصول على نصيب الأسد من عائدات السياحة. وفي عام 2018، سجلت أوروبا أكبر حصة من عائدات السياحة بمبلغ 571 مليار دولار أمريكي، وهو ما يعادل 39% من عائدات السياحة العالمية (الشكل 4.2). ومع ذلك، تم تسجيل أدنى مبلغ من إجمالي عائدات السياحة في أفريقيا التي بقيت حصتها أقل من 39 مليار دولار أمريكي. كما تم تسجيل أدنى معدل نمو سنوي مركب من حيث إيرادات السياحة في أفريقيا، والذي سجل نسبة 1,3% فقط خلال فترة 2013-2018. وقد يكون وضع أفريقيا ناتجا عن عدد من العوامل مثل محدودية وصول المستثمرين إلى التمويل، وارتفاع الضرائب على قطاع السياحة، وعدد محدود من المهنيين في مجال السياحة، وقضايا الأمن والسلامة، ومتطلبات التأشيرات، والبيروقراطية.

الشكل 4.2: عائدات السياحة الدولية حسب كل منطقة (مليار دولار)



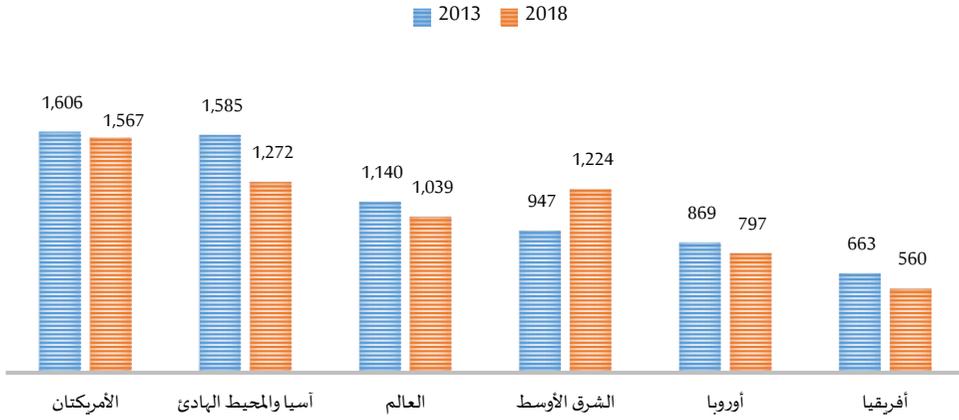
المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO)

في حين اتبعت أعداد الوافدين من السياح وعائدات السياحة اتجاهًا إيجابيًا بين عامي 2013 و 2018، انخفضت عائدات السياحة العالمية لكل سائح وافد من 1.140 دولار أمريكي مسجلة في 2013 إلى 1.039 دولار أمريكي في 2018. وعلى المستوى الإقليمي، نجحت البلدان في منطقة الشرق الأوسط من تحقيق المزيد من العائدات لكل سائح دولي خلال فترة 2013-2018. وبالتالي، زادت العائدات السياحية لكل سائح وافد فقط في الشرق الأوسط ووصلت إلى 1.224 دولارا أمريكيا في 2018. ومع ذلك، انخفضت عائدات السياحة الدولية لكل سائح وافد، في نفس الفترة، وظلت أقل من المتوسط العالمي في أوروبا وأفريقيا (الشكل 5.2).



ويؤثر عدد من العوامل على عائدات السياحة لكل سائح وافد مثل سعر صرف الدولار الأمريكي، ومدة الإقامة، والموقع الجغرافي للبلد. ومن بين أمور أخرى، تعتبر مجموعة المنتجات والخدمات السياحية ذات القيمة المضافة عاملا مهما في تحديد أنماط إنفاق السياح. وفي هذا الصدد، لا يتعين على الدول على الصعيد العالمي التركيز فقط على زيادة أعداد السياح الوافدين، وإنما أيضا وضع سياسات فعالة لتوفير منتجات وخدمات سياحية ذات قيمة مضافة أكبر لصالح الزوار الدوليين.

الشكل 5.2: عائدات السياحة الدولية لكل وافد، 2013 مقابل 2018 (الدولار الأمريكي)



المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO)



الفصل الثالث السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي

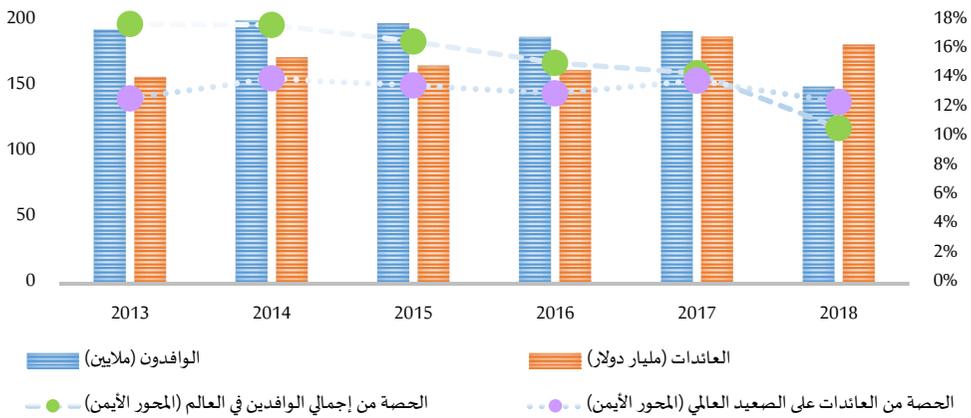


يقيم هذا القسم من التقرير الأداء السياحي لبلدان منظمة التعاون الإسلامي على مدى السنوات الأخيرة، بناء على البيانات المتاحة، في أربعة أبعاد رئيسية. أولاً، يتناول التطورات المتعلقة بعدد الوافدين من السياح والعائدات السياحية. ثانياً، يستعرض الدور الاقتصادي لقطاع السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي. ثالثاً، يقدم تحليلاً للأنشطة السياحية البيئية في منظمة التعاون الإسلامي. وأخيراً، يعرض القسم مناقشة حول وضع السياحة الإسلامية في دول منظمة التعاون الإسلامي.

1.3 السياح الوافدون وعائدات السياحة

بلغ عدد الوافدين من السياح الدوليين إلى دول منظمة التعاون الإسلامي 193,1 مليون سائح في عام 2013، أي ما يعادل 17,8% من إجمالي السياح على الصعيد العالمي (الشكل 1.3). وساهم السياح الدوليون في توليد مبلغ 157,1 مليار دولار أمريكي من عائدات السياحة في دول منظمة التعاون الإسلامي، أي ما يعادل 12,7% من إجمالي عائدات السياحة العالمية في نفس العام. وفي عام 2014، بلغ عدد السياح الوافدين على بلدان المنظمة أكثر من 200 مليون سائح، ليظل فيها منذ ذلك الحين أقل من 200 مليون. وفي عام 2018، استأثرت بـ149,9 مليون، وهو ما يمثل نسبة 10,7% من إجمالي السياح الدوليين على الصعيد العالمي. وخلال فترة 2017-2018، سجلت عائدات السياحة الدولية في دول منظمة التعاون الإسلامي اتجاهاً تصاعدياً ووصلت إلى 181.9 مليار دولار أمريكي بنهاية عام 2018 ممثلة حصة 12,4% من الإجمالي العالمي.

الشكل 1.3: السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي



المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO)

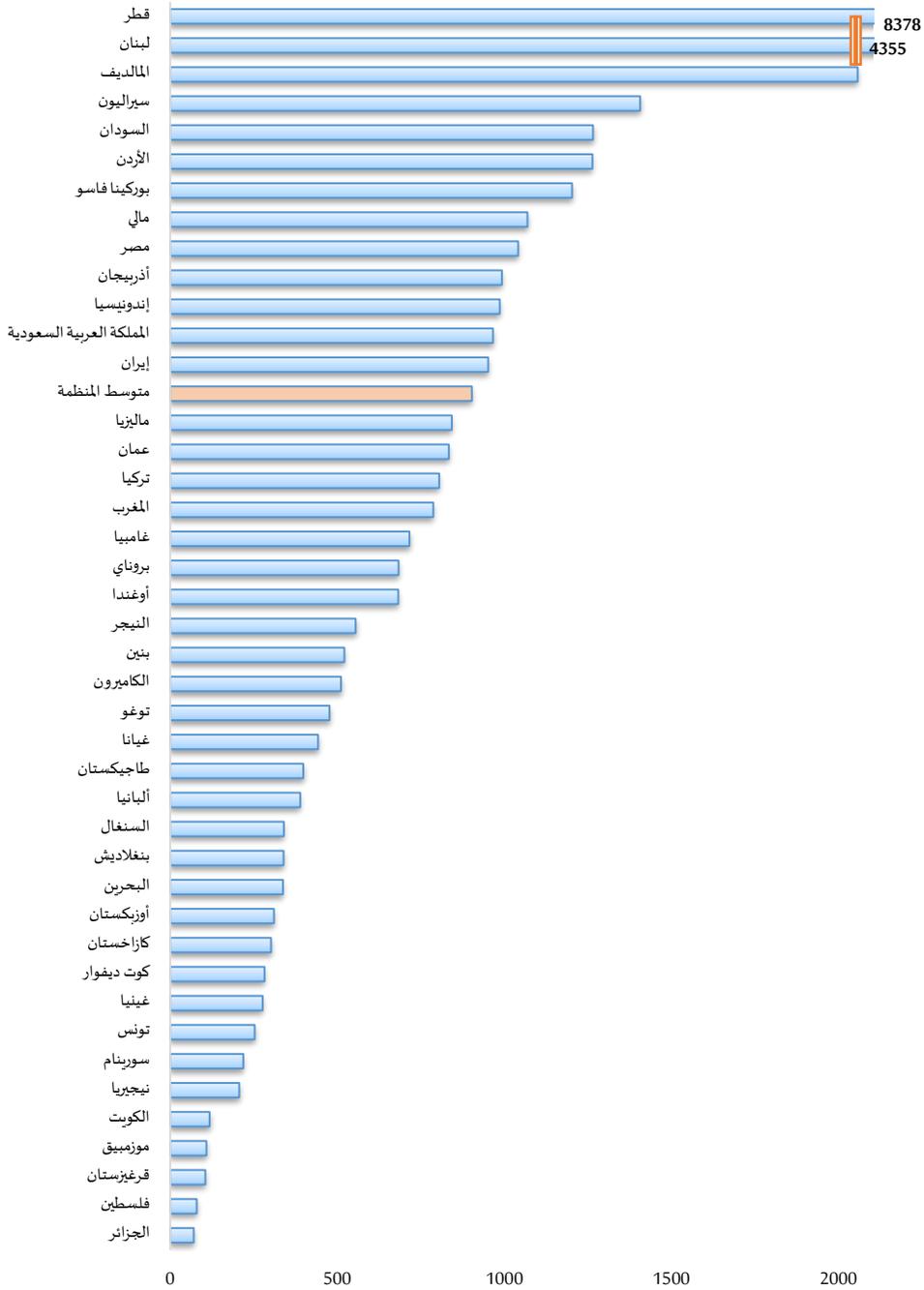
فقدت وتيرة النمو في عدد السياح الوافدين الدوليين لمجموعة منظمة التعاون الإسلامي زخمها الإيجابي في عام 2015 عندما أثرت الأزمات السياسية الإقليمية المستمرة عبر مناطق جغرافية مختلفة في العالم سلبا على قطاع السياحة. ولم تكن العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي استثناء من هذه التغييرات، بحيث تراجع إجمالي عدد السياح الوافدين وعائدات السياحة وحصصة مجموعة المنظمة في قطاع السياحة العالمية كنتيجة لذلك. ولكنها تأثرت بمقاييس ومستويات شدة مختلفة.

ويعد التفاوت بين دول منظمة التعاون الإسلامي أكثر وضوحا من حيث عائدات السياحة لكل سائح وافد. وتنبع هذه الاختلافات من عدد من العوامل مثل مدة إقامة السياح والغرض من زيارتهم والمسافة الجغرافية وميولاتهم الاستهلاكية التي تؤثر على إجمالي الإنفاق لكل مسافر. وعلاوة على ذلك، فإن تقلب أسعار الصرف يمثل عاملا آخر من شأنه أن يؤثر على متوسط عائدات السياحة حسب الوافدين من السياح الذي يتم قياسه بالدولار الأمريكي.

وبلغ متوسط عائدات السياحة لمنظمة التعاون الإسلامي لكل سائح وافد في عام 2018 حوالي 900 دولار أمريكي وهو أقل من المتوسط العالمي البالغ 1.039 دولارا أمريكيا. وفي نفس العام، تم تسجيل أعلى حصة للعائدات لكل سائح وافد في قطر (8.378 دولار أمريكي) تلتها لبنان (4.355 دولار أمريكي) ثم جزر المالديف (2.058 دولار أمريكي) (الشكل 2.3). ولا يوجد تركيز إقليمي للدول الخمس ذات أفضل أداء في منظمة التعاون الإسلامي من حيث عائدات السياحة لكل سائح وافد بحيث تقع في الشرق الأوسط (قطر ولبنان) وآسيا (المالديف) وأفريقيا (سيراليون والسودان). وفي عام 2018، تم تسجيل أدنى حصة لعائدات السياحة لكل سائح وافد في الجزائر (70 دولارا أمريكيا) وفلسطين (79 دولارا أمريكيا) وقيرغيزستان (105) ضمن بلدان المنظمة التي تتوفر حولها البيانات.



الشكل 2.3: عائدات السياحة لكل سائح و افد على بلدان منظمة التعاون الإسلامي (الدولار الأمريكي في 2018*)



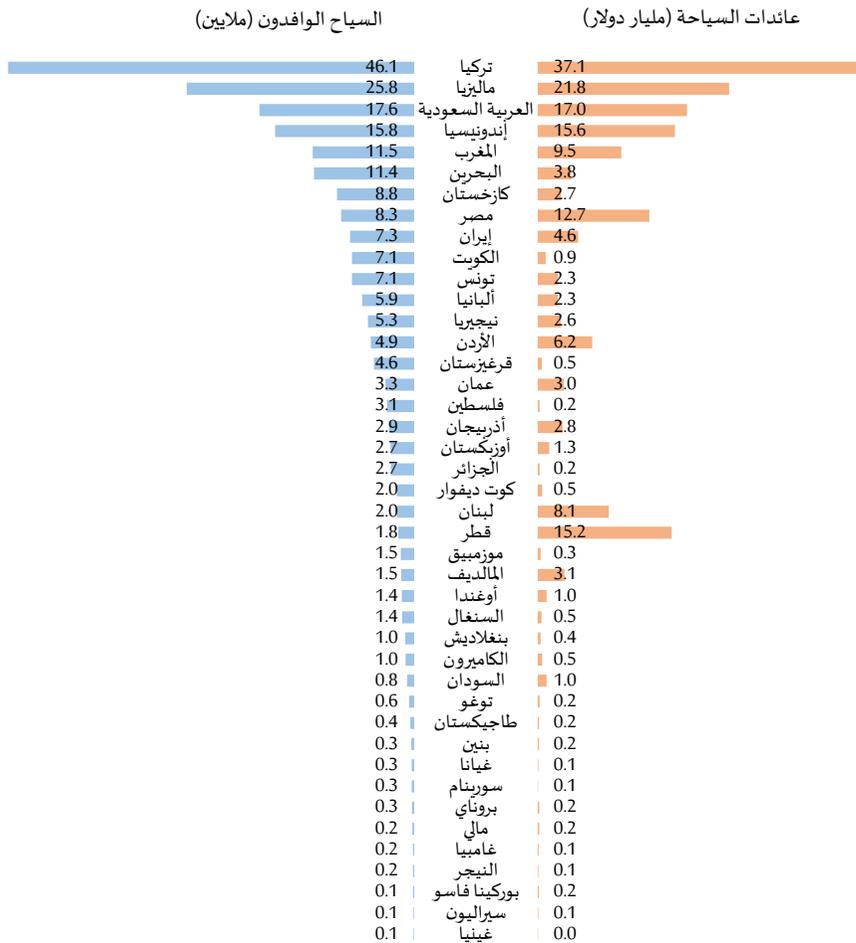
المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO) وقاعدة البيانات الإحصائية لمنظمة التعاون الإسلامي (OICStat).

* أحدث سنة متاحة منذ 2016.



على المستوى القطري، يبقى النشاط السياحي الدولي سواء من حيث عدد السياح الوافدين أو عائدات السياحة متركزا في عدد قليل من بلدان منظمة التعاون الإسلامي. ففي 2018، تربعت كل من تركيا وماليزيا والمملكة العربية السعودية على قائمة أفضل الدول أداء في بلدان المنظمة من حيث الوافدين من السياح الدوليين. واستقطبت هذه الدول الثلاث مجتمعة 89,5 مليون من السياح الدوليين، وهو ما مثل حصة 41% من إجمالي السياح الدوليين الوافدين على المنظمة في نفس السنة. وبلغت عائدات السياحة في هذه البلدان 75,9 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل حصة 42% من إجمالي عائدات السياحة لمنظمة التعاون الإسلامي في 2018 (الشكل 3.3).

الشكل 3.3: الوجهات السياحية في بلدان المنظمة وأكثر بلدانها تحقيقا للدخل من السياحة (2018*)



المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO) وقاعدة البيانات الإحصائية لمنظمة التعاون الإسلامي (OICStat).

* أحدث سنة متاحة منذ 2016.



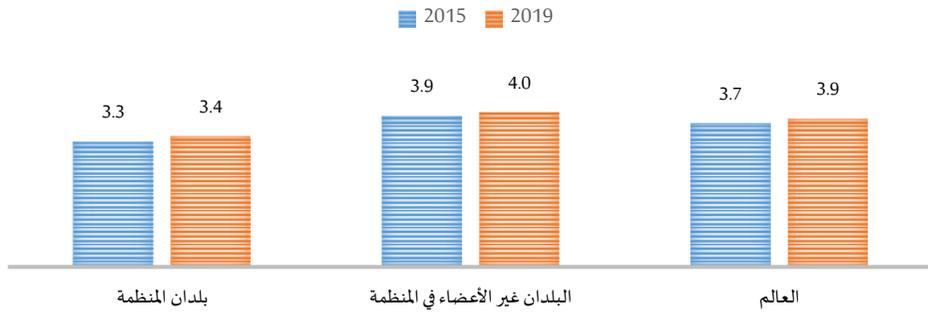
وتؤدي عدة أسباب إلى تركيز النشاط السياحي الدولي في عدد قليل من بلدان منظمة التعاون الإسلامي، ومن ذلك محدودية الربط ومشاكل تتعلق بالسلامة. كما تعد القدرة التنافسية للسفر والسياحة من بين الأسباب المهمة التي تعكس مدى القدرة على امتلاك بيئات تمكينية وتحسين البنى التحتية لتنمية قطاع السياحة.

في هذا السياق، يقيس مؤشر القدرة التنافسية للسفر والسياحة (TTCI) لعام 2019، الذي أعده المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، العوامل والسياسات التي تجعل البلد مكانا قابلا للاستثمار والسفر في إطار قطاع السياحة. وتظهر نتائج هذا المؤشر لعام 2019 أنه من بين 38 دولة في منظمة التعاون الإسلامي (شملتها نسختي 2015 و 2019)، تمكنت 34 منها من تحسين درجاتها، حيث يرتبط تسجيل درجات عليا بزيادة القدرة التنافسية. وقد سجلت الأردن والكاميرون واليمن ومالي مستويات تراجع طفيفة في متوسط درجاتها بين عامي 2015 و 2019.

وفي عام 2019، استأثرت ماليزيا (4,51) والإمارات العربية المتحدة (4,43) وإندونيسيا (4,27) وتركيا (4,22) وقطر (4,13) وعمان (3,98) والبحرين (3,91) بدرجات أعلى من المتوسط العالمي البالغ 3,9. وتجاوز متوسط البلدان غير الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي (4,0) بقليل المتوسط العالمي في عام 2019. وفي المتوسط، في حين ارتفع مؤشر القدرة التنافسية للسفر والسياحة لمجموعة بلدان المنظمة من 3,3 في عام 2015 إلى 3,4 في عام 2019، فإنه لا يزال أقل من المتوسط العالمي البالغ 3,9 (الشكل 4.3).

ويمكن أن تعزى القدرة التنافسية المحدودة نسبيا للسفر والسياحة لبلدان منظمة التعاون الإسلامي إلى عدد

الشكل 4.3: مؤشر القدرة التنافسية للسفر والسياحة



المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)

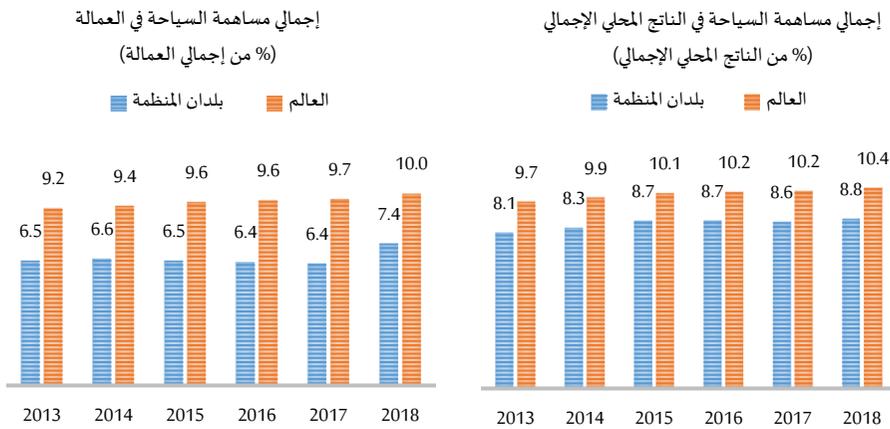
من العوامل مثل الاستخدام والتسويق غير السليم للموارد للسياحة، والمشاكل المتعلقة بالسلامة، والانفتاح الدولي المحدود. وعلى الرغم من أن بلدان المنظمة تتمتع بمواقع تراثية تاريخية وموارد طبيعية غنية توفر فرصا كبيرة أمام عدد من الأنشطة السياحية، إلا أن العديد من دولها غير قادرة على التنافس بقوة في قطاع السياحة العالمية بسبب ضعف التخطيط السياحي وسياسات التسويق. كما أن بعض دول منظمة التعاون الإسلامي أغفلت إيلاء ما يكفي من الاهتمام لحماية مواقع التراث والمواقع السياحية الجذابة، الأمر الذي من شأنه أن يضر أيضا بقدرتها التنافسية في المستقبل القريب.

2.3 الدور الاقتصادي للسياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي

يجسد هذا القسم الفرعي محاولة لتقييم الدور الاقتصادي لقطاع السياحة الدولية في اقتصادات بلدان منظمة التعاون الإسلامي. وفي هذا الصدد، سيتم فيما يلي تحليل الأرقام المتعلقة بمساهمة السياحة في العمالة والنتائج المحلي الإجمالي والصادرات. وعلاوة على ذلك، سيتم حساب البيانات ذات الصلة بموازنة السياحة الدولية والإبلاغ عنها، وذلك من خلال خصم نفقات السياحة الدولية من عائداتها لكل بلد من بلدان المنظمة التي تتوفر عنها البيانات ذات الصلة. ثم بعدها يتم دراسة صافي مساهمة قطاع السياحة الدولية في اقتصادات بلدان منظمة التعاون الإسلامي عن طريق ربط موازنة السياحة الدولية كنسبة مئوية بالنتائج المحلي الإجمالي لكل بلد. وأخيرا، يتم تقييم قطاع السياحة كمصدر لعائدات النقد الأجنبي من خلال ربط عائدات السياحة الدولية في كل بلد، كنسبة مئوية، بإجمالي صادراته في نفس الفترة.

يوضح الشكل 5.3 مساهمة السياحة الدولية في اقتصادات دول منظمة التعاون الإسلامي مقارنة بالمتوسط العالمي. فقد ارتفع إجمالي مساهمة السياحة الدولية في مجال العمالة في بلدان المنظمة، في المتوسط، من

الشكل 5.3: مساهمة السياحة الدولية في الاقتصاد

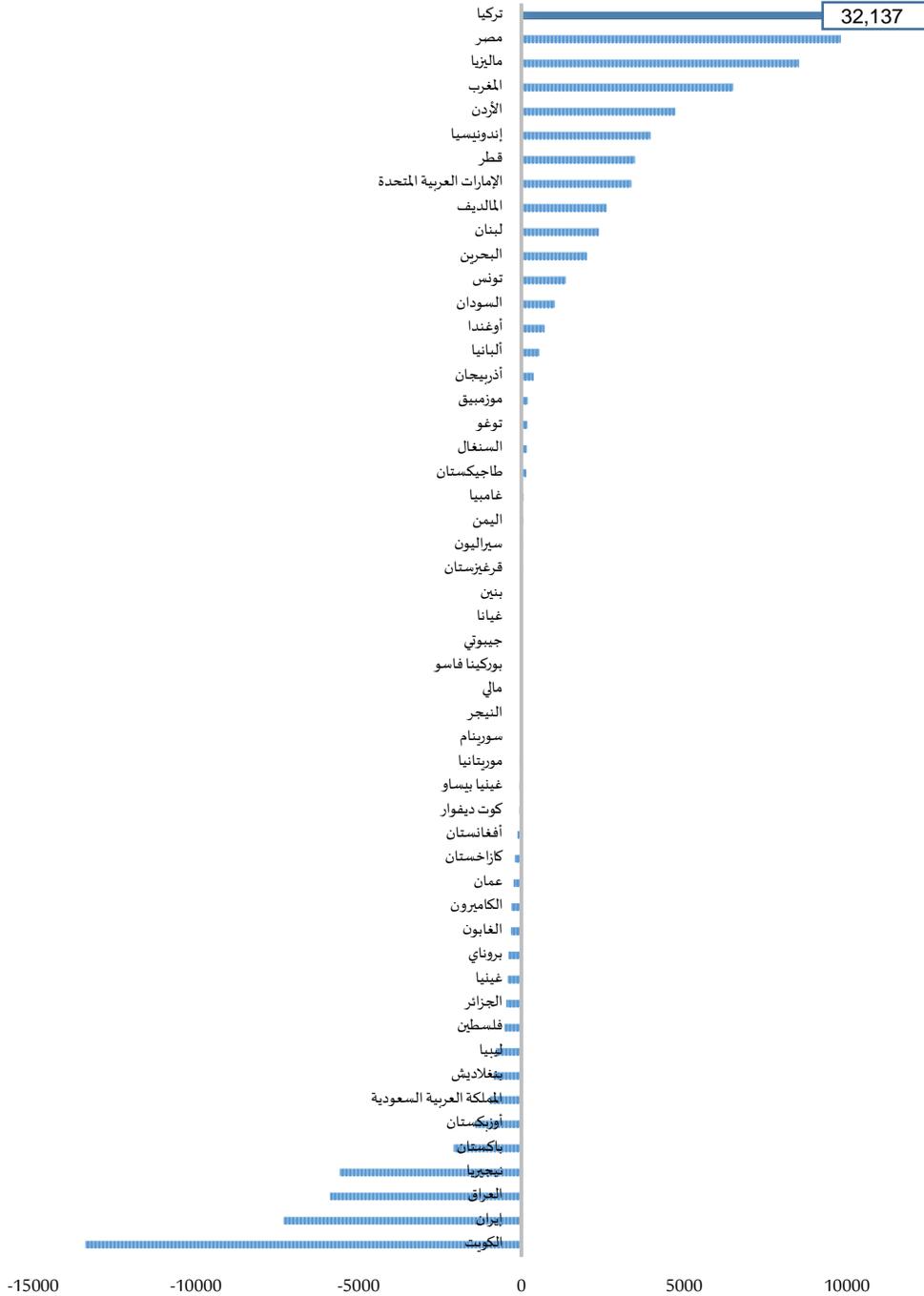


المصدر: المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC)

6.5% في 2013 إلى 7.4% في 2018. وعلى الصعيد العالمي، ارتفع أيضا من 9.2% في 2013 إلى 10.0% في 2018. وبعبارة أخرى، يمكن القول بأن إسهام قطاع السياحة في مجال العمالة لم يرق بعد لمستوى ما يتيح لها الإمكانيات التي تزخر بها في مجموعة دول المنظمة بالمقارنة مع المتوسط العالمي. وقد سجلت نسبة إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (بما في ذلك مساهماتها المباشرة وغير المباشرة) ارتفاعا في مجموعة المنظمة وفي العالم ككل خلال الفترة الممتدة بين عامي 2013 و 2018. بحيث ارتفع متوسط هذه النسبة في المنظمة من 8.1% المسجل عام 2013 إلى 8.8% في 2018، بينما شهد المتوسط العالمي أيضا زيادة من 9.7% إلى 10.4% خلال الفترة ذاتها.



الشكل 6.3: ميزان السياحة في بلدان المنظمة (ملايين الدولارات الأمريكية بأسعار 2018*)



المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO) وقاعدة البيانات الإحصائية لمنظمة التعاون الإسلامي (OICStat).

* أحدث سنة متاحة منذ 2016.



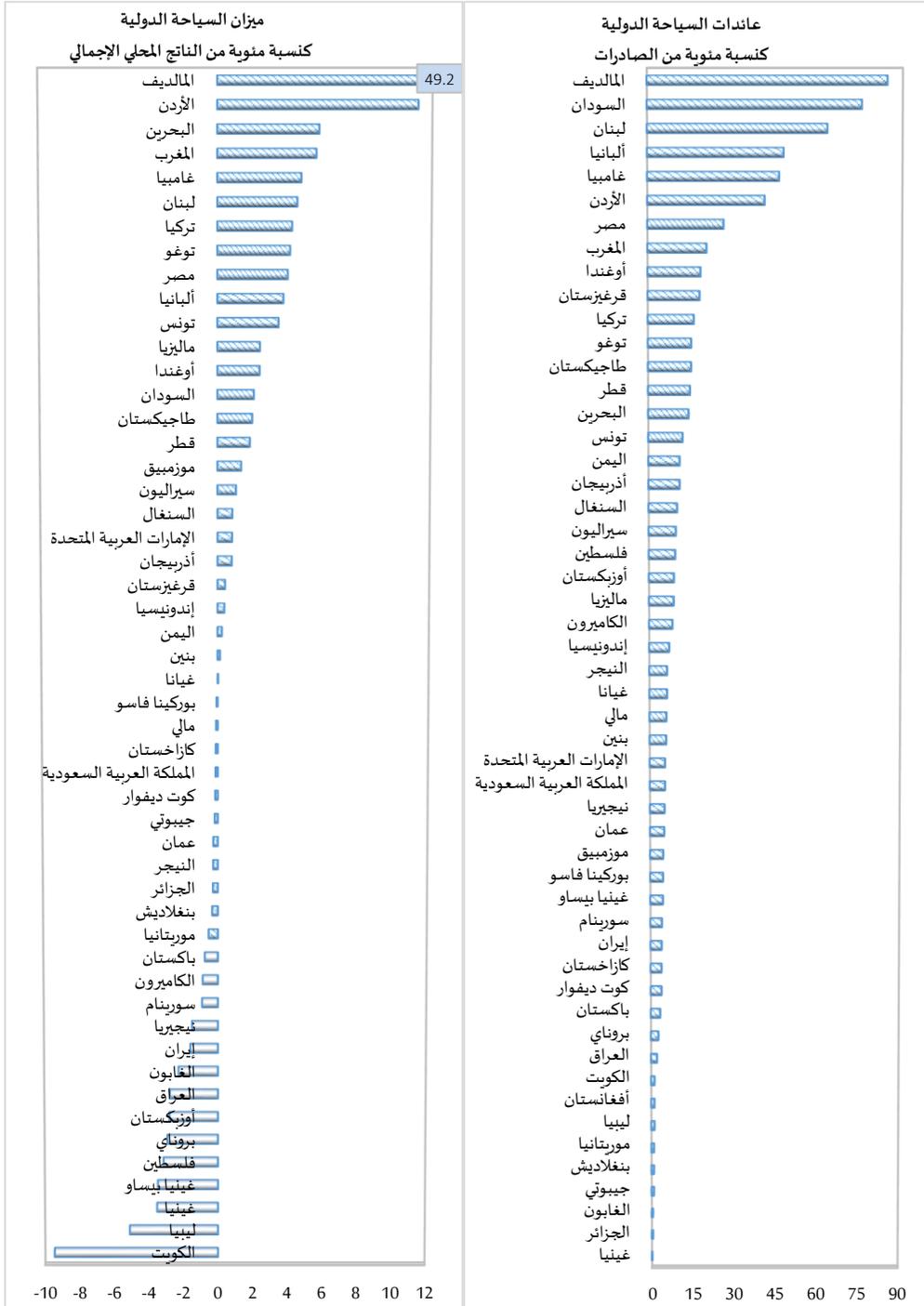
يعكس الشكل 6.3 ميزان السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي خلال 2018. فقد تجاوزت عائدات السياحة في 26 دولة من دول المنظمة حصة الإنفاق على هذا القطاع حيث تم تسجيل معدل إيجابي لصافي الأرباح. وكانت كل من تركيا ومصر وماليزيا الدول الأعضاء التي سجلت أعلى نسبة فائض بهذا الصدد. بحيث بلغ الفائض السياحي لتركيا أكثر من 32 مليار دولار أمريكي في 2018. بالمقابل، كانت الكويت وإيران والعراق الدول الثلاث المسجلة لأكبر مستويات العجز. ويبدو أن عددا كبيرا من بلدان المنظمة بحاجة إلى تطوير سياسات سياحية فعالة لتوليد فائض من أنشطة السياحة الدولية بدلا من العجز.

عند تناول 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 7.3، يسار)، فهذا الدور الاقتصادي لا يعد نتيجة لحجم أو مستوى ثراء الاقتصاد. وبمتوسط قدره 49,2% من الناتج المحلي الإجمالي، تعتبر السياحة الدولية النشاط الاقتصادي الرئيسي في جزر المالديف ذات أكبر حصة مسجلة في المنظمة عام 2018. ويبين الشكل 7.3 كذلك أن النشاط السياحي الدولي يلعب دورا هاما نسبيا مقارنة مع حجم الاقتصاد في بلدان المنظمة الـ 11 التي يبلغ متوسط موازنة السياحة الدولية الخاصة بها أكثر من 3% من ناتجها المحلي الإجمالي. وتشمل هذه المجموعة بعض الدول الرئيسية التي تمثل وجهات سياحية وتلك الأكثر تحقيقا للربح من السياحة في منظمة التعاون الإسلامي (مثل: الأردن والبحرين والمغرب). وفي المقابل، تبين أن صافي مساهمة النشاط السياحي الدولي في اقتصادات 25 دولة عضو في منظمة التعاون الإسلامي كان سلبيا في 2018.

عندما يتم تقييم قطاع السياحة الدولية كمصدر لعائدات النقد الأجنبي من خلال ربط عائدات السياحة الدولية في كل بلد، كنسبة مئوية من إجمالي صادراتها، يصبح من الواضح أن النشاط السياحي الدولي يلعب دورا أكثر أهمية في اقتصادات دول منظمة التعاون الإسلامي كمصدر لعائدات النقد الأجنبي (الشكل 7.3، يمين). وسجلت أعلى نسبة من عائدات السياحة الدولية كنسبة من الصادرات عام 2018 في جزر المالديف (84,5%) تلتها السودان (75,6%) ثم لبنان (63,5%). لكن عائدات السياحة الدولية في 19 دولة عضو في المنظمة سجلت نسبة تقل عن 5% من إجمالي صادراتها في 2018. ومجددا، تكشف البيانات عن وجود تفاوتات واسعة النطاق عبر دول المنظمة فيما يتعلق بالأهمية الاقتصادية النسبية لقطاع السياحة سواء تم قياسها من حيث مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي أو الصادرات.



الشكل 7.3: دور السياحة الدولية في الاقتصاد (2018*)



المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO) وقاعدة البيانات الإحصائية لمنظمة التعاون الإسلامي (OICStat).

*أحدث سنة متاحة منذ 2016.

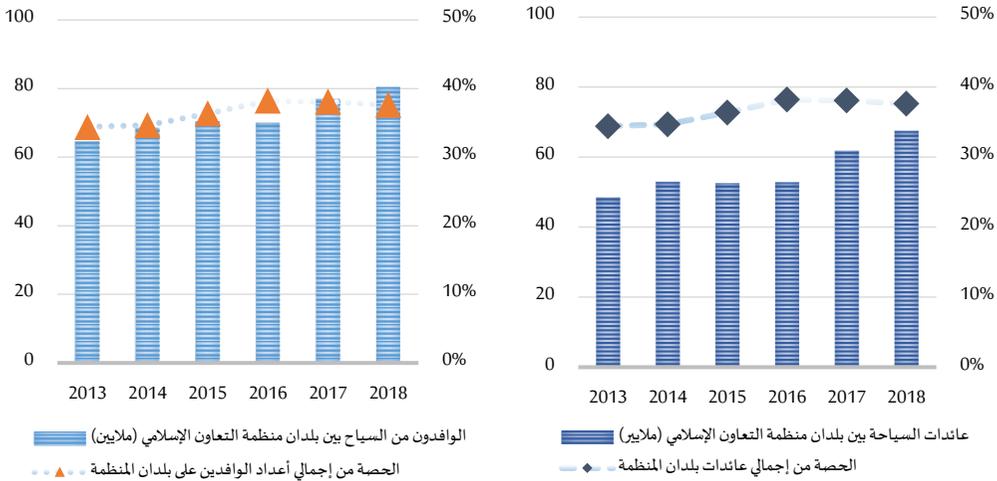


3.3 السياحة البيئية في منظمة التعاون الإسلامي

كما هو الحال بالنسبة للأبعاد الأخرى للتكامل الاقتصادي (مثل التجارة والاستثمار)، تعتبر اتجاهات السياحة البيئية في منظمة التعاون الإسلامي مفيدة لتقييم مستوى التكامل الاقتصادي بين دولها. وتشير المستويات العالية في أرقام السياحة البيئية في المنظمة سواء من حيث عدد السياح الوافدين أو العائدات إلى وجود تحسن في التعاون الاقتصادي بين بلدانها الأعضاء.

ويعرض الشكل 8.3 الاتجاهات الخاصة بالسياح الوافدين فيما بين هذه الدول وعائدات السياحة البيئية خلال الفترة بين عامي 2013 و 2018. وبفضل الانتعاش الاقتصادي في السوق العالمية في عام 2013 والنمو القوي في قطاع السياحة، بلغ عدد السياح الوافدين داخل المنظمة 64.7 مليون، وهو ما يمثل 34.4% من إجمالي الوافدين من السياح الدوليين في دول منظمة التعاون الإسلامي. وفي عام 2018، وصل عدد السياح الوافدين داخل المنظمة إلى 80,6 مليون، وهو ما يمثل 37,6% من إجمالي عدد الوافدين من السياح الدوليين إلى منظمة التعاون الإسلامي. وعلى مستوى عائدات السياحة البيئية في بلدان المنظمة، تم تسجيل اتجاه إيجابي مماثل خلال الفترة قيد النظر، فقد عرفت فترة 2013-2018 نموا كبيرا، بحيث انتقلت من 48,4 مليار دولار المسجلة في 2013 إلى 67,3 مليار دولار في 2018. وفي نفس الفترة، سجلت حصة عائدات السياحة البيئية في منظمة التعاون الإسلامي في إجمالي عائدات مجموعة المنظمة زيادة مهمة، حيث ارتفعت من 34,4% إلى 37,6%.

الشكل 8.3: السياحة البيئية في منظمة التعاون الإسلامي

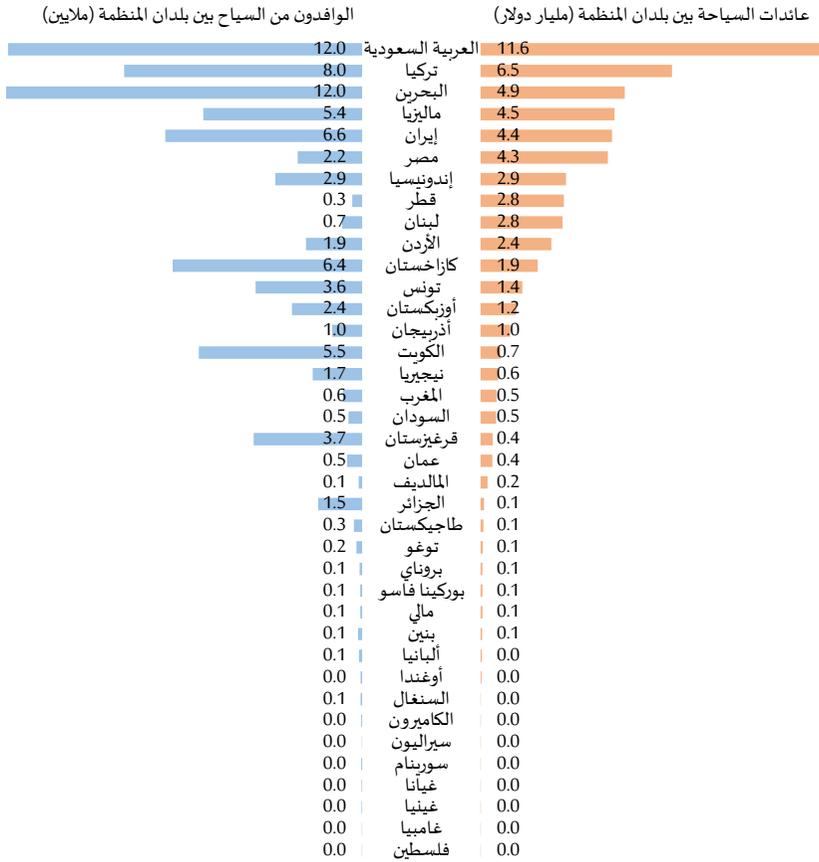


المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO) وقاعدة البيانات الإحصائية لمنظمة التعاون الإسلامي (OICStat)



وعلى المستوى القطري، تتمركز وجهات السياح البينيين الوافدين على دول المنظمة في عدد قليل من البلدان فقط. ومثلت المملكة العربية السعودية وتركيا والبحرين أول ثلاث وجهات سياحية بينية في منظمة التعاون الإسلامي وأكثر البلدان تحقيقا للدخل من السياحة البينية في عام 2018 (الشكل 9.3). فقد استضافت مجتمعة 32 مليون سائح من دول المنظمة وحقت حوالي 23 مليار دولار أمريكي كعائدات سياحية.

الشكل 9.3: الوجهات السياحية بين بلدان المنظمة وأكثرها تحقيقا للدخل من السياحة البينية (2018)

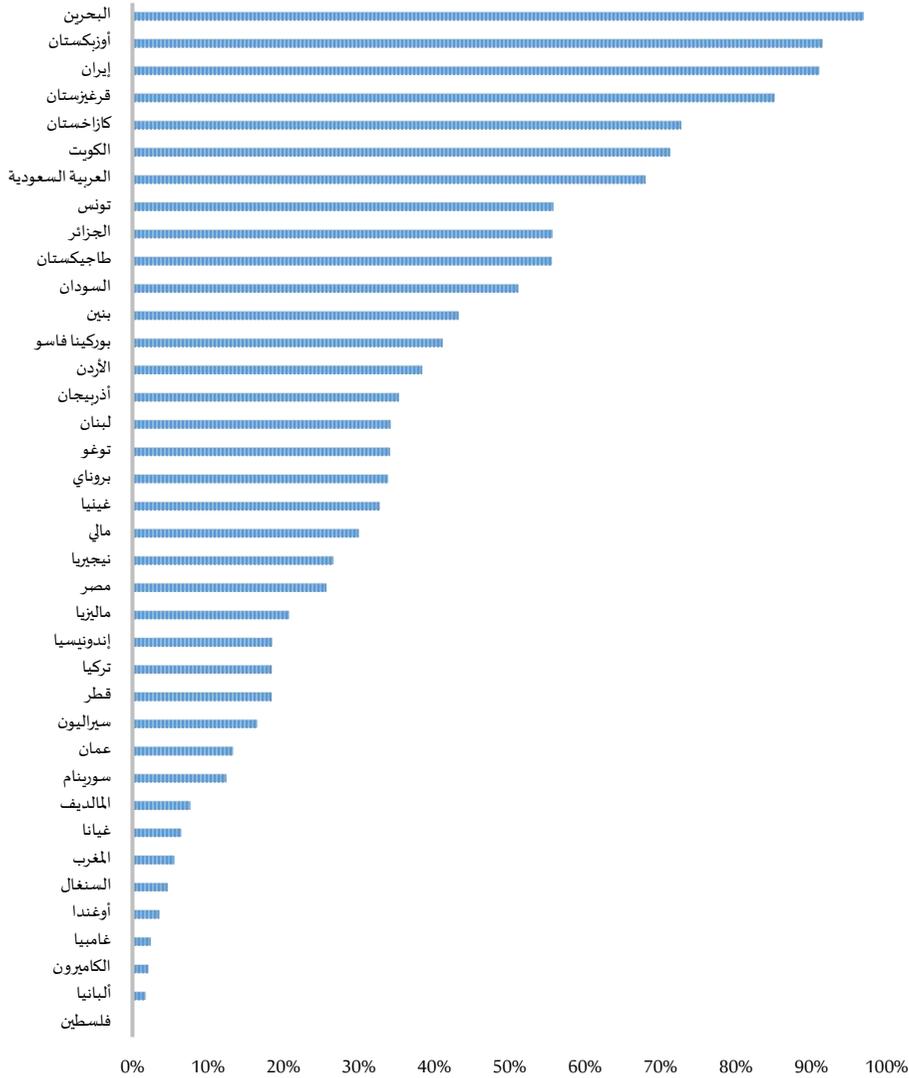


المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO) وقاعدة البيانات الإحصائية لمنظمة التعاون الإسلامي (OICStat)

وتم أيضا ملاحظة أن عدد السياح الوافدين البينيين في منظمة التعاون الإسلامي مثل الجزء الأكبر من مجموع الوافدين من السياح الدوليين في بعض بلدان المنظمة خلال عام 2018، مثل البحرين (97%) وأوزبكستان (92%) وإيران (91%) (الشكل 10.3). ومع ذلك، لا تزال هذه النسبة أدنى من مستوى 20% في 15 دولة عضو في المنظمة ذات البيانات المتاحة.



الشكل 10.3: حصة السياح من الوافدين بين بلدان المنظمة من إجمالي السياح الوافدين (*2018)



المصدر: منظمة السياحة العالمية (UNWTO) وقاعدة البيانات الإحصائية لمنظمة التعاون الإسلامي (OICStat)
*أحدث سنة متاحة منذ 2016.

وتشير الأرقام المتعلقة بالسياحة البيئية في المنظمة إلى أن مجموعة كبيرة من الناس تسافر عبر الدول المجاورة في منظمة التعاون الإسلامي في مناطقها لأسباب سياحية. ويبدو جليا أن عدد السياح الوافدين البينيين في المنظمة على الدول الواقعة في منطقتي الشرق الأوسط وآسيا الوسطى يمثل نسبيا حصة أكبر من إجمالي السياح الوافدين على بلدان المنظمة. 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. لذلك، من شأن وجود أي اضطراب (اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي) في بلد معين أو بين بلدين أعضاء في المنظمة من نفس المنطقة أن يخلف تأثيرا سلبيا قويا على قطاع السياحة. وفي هذا السياق، من أجل التقليل من إمكانية حصول مثل هذا الأمر الخطر، فإنه من المهم لبلدان منظمة التعاون الإسلامي التي تعتمد بشكل كبير على عدد قليل من البلدان في قطاع السياحة وضع استراتيجيات للتنوع السياحي لاستضافة المزيد من السياح من مختلف المناطق الجغرافية في المنظمة.

4.3 وضع السياحة الإسلامية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي

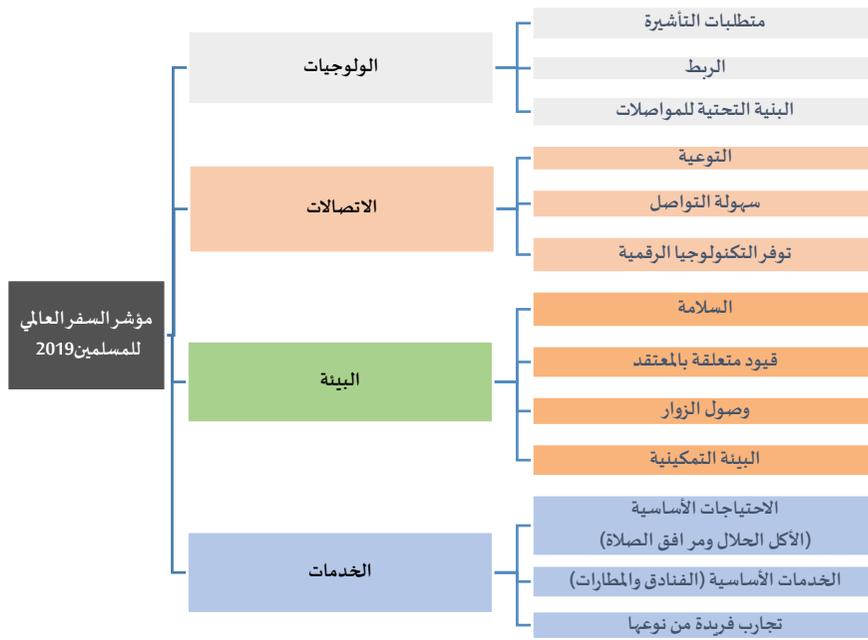
على مدى العقدين الماضيين، شهد سوق نمط الحياة الإسلامية نموا متسارعا بحيث أصبحت المنتجات والخدمات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية (مثل الأغذية الحلال والسياحة الإسلامية والتمويل الإسلامي) عنصرا مهما في الاقتصاد العالمي. وبتزايد مستوى الوعي وتعاطف أعداد السياح المسلمين، بدأ العديد من المستثمرين في مجال السياحة بتقديم منتجات وخدمات خاصة وضعت وصممت وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية، وذلك لتلبية حاجيات ومتطلبات هؤلاء السياح. وإزاء هذه الخلفية، يهدف هذا القسم الفرعي إلى تقديم لمحة عامة عن وضع السياحة الإسلامية في دول منظمة التعاون الإسلامي باستخدام أحدث البيانات المتاحة.

وشهد سوق السياحة الإسلامية توسعا سريعا على مر السنين وبرز كأحد أسرع القطاعات نموا في سوق السياحة العالمية، بحيث ارتفع عدد السياح في هذه السوق من 98 مليون المسجلة في عام 2010 إلى 140 مليون في 2018، وهذا ما يمثل زيادة قدرها 43% (Mastercard and Crescent Rating, 2019). وقُدِّر حجم سوق السياحة الإسلامية العالمية بحوالي 151 مليار دولار في 2018. وحسب دينار ستاندارد (Dinar Standard, 2019)، ارتفع حجم سوق السياحة الإسلامية على الصعيد العالمي من 177 مليار دولار أمريكي في عام 2017 إلى 189 مليار دولار أمريكي عام 2018. ومن المتوقع أن يصل إلى 274 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2024 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 6,4%.

كما تشير التقديرات المأخوذة من دراسة حديثة لماستركارد وكريسينت رايتينغ (Mastercard and Crescent Rating, 2019) إلى مسار النمو الطموح لهذا القطاع المتخصص. وتوقع الدراسة إمكانية سفر أكثر من 230 مليون سائح مسلم محليا وخارجيا بحلول عام 2026، ومن المتوقع أن تضخ هذه الأنشطة السياحية 300 مليار دولار أمريكي إلى الاقتصاد العالمي. وسيكون الاستخدام الواسع للمنصات على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وزيادة عدد المسافرين من النساء المسلمات، والطلب المتزايد على منتجات وخدمات السياحة الإسلامية المخصصة من بين المحركات الرئيسية للنمو في سوق السياحة الإسلامية. وفي هذا الصدد، يتعين على بلدان المنظمة عدم التقليل من شأن الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة الإسلامية باعتبارها عاملا من عوامل التمكين للنمو الاقتصادي.

وعلى مر السنين، أطلقت العديد من المؤسسات مبادرات رامية إلى وضع معايير خاصة لتقييم أداء الجهات السياحية فيما يتعلق بالامتثال لمتطلبات السياحة الإسلامية وتصنيفها وفقا لذلك. وتمثل إحدى أكثر المبادرات المعروفة في مؤشر السفر الإسلامي العالمي (GMTI) الذي طور من قبل ماستركارد وكريستنت رايتينغ. فهذا المؤشر يتكون من العديد من العوامل التي تعكس التجربة الكلية للسياحة الإسلامية في وجهة سياحية معينة. وكما هو مبين في الشكل 11.3، يتناول هذا المؤشر 13 معيارا لوجهة سياحية معينة ضمن أربع مجالات (إمكانية الوصول، والاتصالات، والبيئة، والخدمات). وبشكل عام، تم تصنيف 130 دولة في هذا المؤشر لعام 2019 بما في ذلك 50 دولة عضو في منظمة التعاون الإسلامي.

الشكل 11.3: مؤشر السفر العالمي للمسلمين (GMTI) لعام 2019



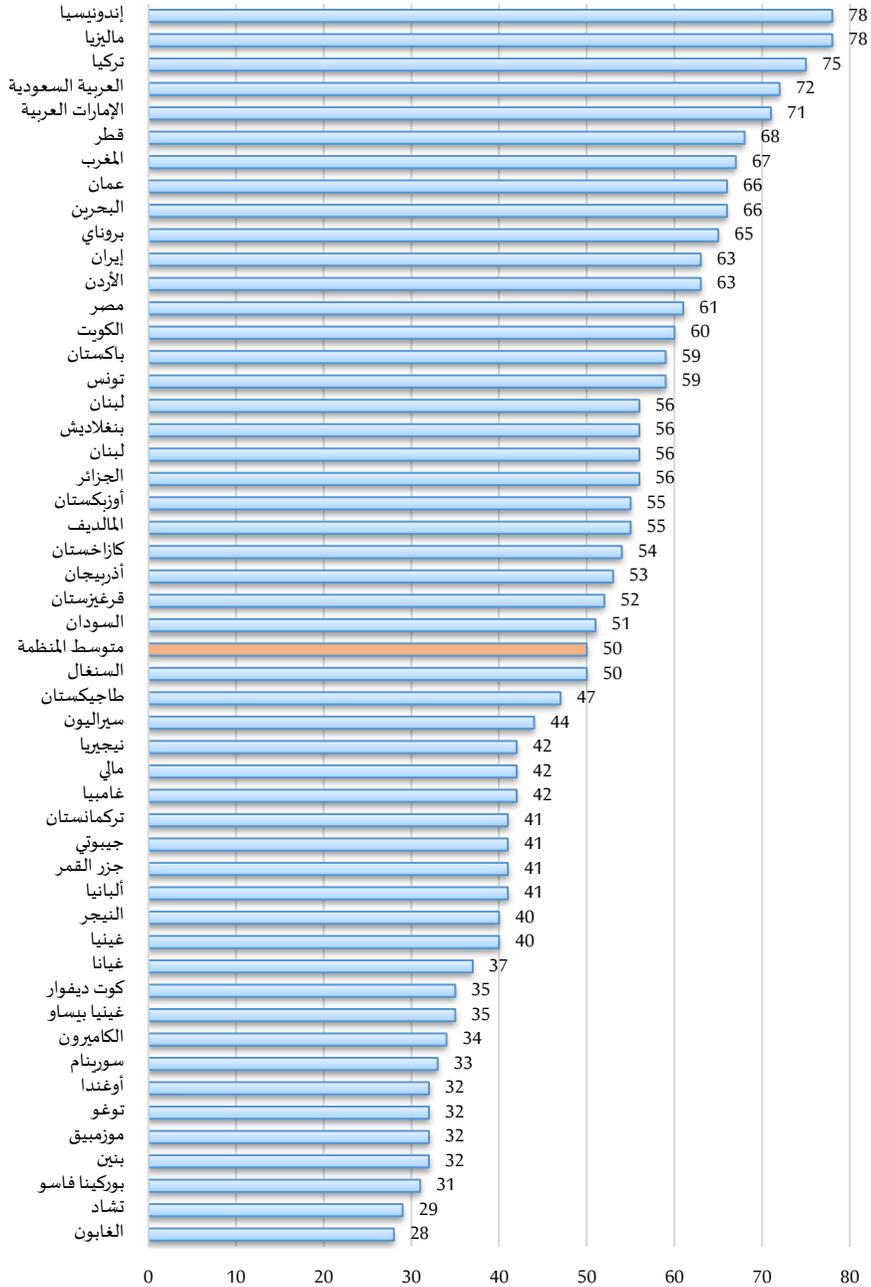
المصدر: ماستر كارد وكريستنت ريتينغ، 2019

وفقا لنتائج مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2019، بلغ متوسط الدرجات 50 بالنسبة لدول منظمة التعاون الإسلامي بحيث تشير الدرجة العليا إلى بيئة وتجربة أفضل للسياحة الإسلامية (الشكل 12.3). وتصدرت ماليزيا وإندونيسيا ترتيب المؤشر بدرجة تراكمية بلغت 78، تلتها تركيا (75) والمملكة العربية السعودية (72) والإمارات العربية المتحدة (71) ثم قطر (68). وقد حصلت 26 دولة في منظمة التعاون الإسلامي على أعلى درجة أعلى من متوسط المنظمة نفسها (50) على مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2019. وحصلت دول المنظمة الواقعة في الشرق الأوسط وجنوب آسيا في الأغلب على درجات أعلى. أما درجات 24 دولة في منظمة التعاون الإسلامي فقد ظلت أقل من متوسط المنظمة (50). إذ تراوحت بين 28 (الغابون) و 50 (السنغال) عام 2019. وعلى هذا المؤشر لعام 2019، كانت دول منظمة التعاون الإسلامي ذات الدرجات



الأدنى تقع في منطقتي أمريكا اللاتينية وأفريقيا جنوب الصحراء. وهي تحتاج إلى بذل المزيد من الجهود لمواءمة بيئتها السياحية مع احتياجات المسافرين الذين يبحثون عن خدمات سياحة إسلامية أو ملائمة للمسلمين.

الشكل 12.3: درجات بلدان المنظمة على مؤشر السفر العالمي للمسلمين (GMTI) لعام 2019



المصدر: ماستر كارد وكرسنت ريتنغ، 2019



في الواقع، تعتبر الوجهات السياحية الإسلامية العشر الأولى على الصعيد العالمي أعضاء في منظمة التعاون الإسلامي باستثناء سنغافورة. وبالنظر إلى كون دول المنظمة تتمتع بميزة نسبية ترجع أساساً إلى توفر بيئة مناسبة لمفهوم الحلال بما في ذلك المرافق والخدمات الملائمة للمسلمين فإن الأمر ليس مفاجئاً. وفي مؤشر السفر العالمي للمسلمين لعام 2019، كانت الوجهات الثلاث الأولى غير الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي هي سنغافورة (المرتبة 10 في العالم بدرجة 65)، وتايلاند (المرتبة 18 في العالم بدرجة 57)، والمملكة المتحدة (المرتبة 53 في العالم بدرجة 53). ووفقاً لهذه النتائج، فإن مثل هذه الدول غير الأعضاء في المنظمة الرائدة في مؤشر السفر العالمي للمسلمين تقدم تجربة سياحة إسلامية أفضل بشكل عام من تلك المتاحة في عدد من دول المنظمة. وتتميز غالبية الوجهات غير الأعضاء في المنظمة ذات الأداء الجيد في مؤشر السفر العالمي للمسلمين ببنية تحتية سياحية قوية ومنتجات تنافسية. وتحتاج في بعض الأحيان فقط إلى إجراء بعض التغييرات الطفيفة في استراتيجياتها لتلبية احتياجات السياح المسلمين (Master Card and Crescent Rating, 2015).

وعلى العموم، 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. وفي الواقع، لا يزال عدد من دول المنظمة يعاني من نقص في الاحتياجات الأساسية واستراتيجيات متسقة للرفع من جاذبيتها إلى أقصى حد للسياح المسلمين (Master Card and Crescent Rating, 2017). فعلى سبيل المثال، توصلت دراسة استطلاعية عالمية أجرتها دينار ستاندارد (2015)، إلى أن الطعام الحلال، والسعر الإجمالي، والتجربة الملائمة للمسلمين أمور مصنفة من بين أهم ثلاثة عوامل رئيسية تؤثر على قرار السياح المسلمين عند السفر لأغراض الترفيه. وعلى مستوى هذه الأبعاد المهمة لقطاع السياحة الإسلامية، تحتاج العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي إلى تحسين قدراتها وتنافسياتها.

وفي هذا السياق، طور عدد من دول منظمة التعاون الإسلامي مثل المملكة العربية السعودية وإندونيسيا وماليزيا وتركيا بالفعل مجموعة من المبادرات والسياسات لتصبح أكثر تنافسية في سوق السياحة الإسلامية العالمية (Dinar Standard, 2019). فعلى سبيل المثال، أنشأت وزارة السياحة والاقتصاد الإبداعي في إندونيسيا لجنة لتنمية السياحة الإسلامية/ الحلال وترويجها في إندونيسيا. وتسمى اللجنة 'فريق التنمية السريعة للسياحة الحلال'. كما أطلقت إندونيسيا أيضاً مؤشر إندونيسيا لسفر المسلمين (IMTI) في أواخر عام 2018 والذي يصنف محافظاتهما حسب مستوى ملائمتها للمسلمين. ويهدف هذا المؤشر إلى خلق منافسة سليمة بين المحافظات في تقديم الطعام للمسافرين المسلمين وتوفير معلومات أفضل للزوار المحتملين (Dinar Standard, 2019).

وهناك أيضاً عدد من المبادرات على مستوى منظمة التعاون الإسلامي لتقديم التوجيه إلى دولها بخصوص الجهود التي تبذلها لتنمية قطاع السياحة الإسلامية. وفي هذا السياق، تم اعتماد "خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي" في المؤتمر الإسلامي العاشر لوزراء السياحة (ICTM) عام 2018 في دكا، بنغلاديش. وهي تمهد الطريق للتعاون بين دول المنظمة



ومؤسساتها والمنظمات الدولية ذات الصلة في مجال السياحة الإسلامية ضمن خمسة مجالات مواضيعية رئيسية محددة للتعاون وهي البيانات والرصد، تطوير السياسات واللوائح التنظيمية، والتسويق والترويج، وتنمية الجهات والقطاع، وتنمية القدرات. والاستخدام الفعال لهذه الوثيقة الاستراتيجية سيساعد دول منظمة التعاون الإسلامي على تحسين قطاع السياحة الإسلامية.

كما تشير العديد من الجهات الفاعلة في مجال السياحة في دول منظمة التعاون الإسلامي بأنه لا توجد معايير وإجراءات إصدار شهادات حلال دولية موحدة لقطاع السياحة الإسلامية. وعدم وجود مثل هذه المعايير يجعل من الصعب تلبية احتياجات المسافرين المسلمين بطريقة موحدة. كما تفتقر عدد من دول منظمة التعاون الإسلامي إلى هيئة رسمية متاحة على المستوى الوطني لمنح الشهادات للفنادق والجهات وفقا لمتطلبات السياحة الإسلامية. وفي هذا الصدد، قام معهد المواصفات والمقاييس للدول الإسلامية (SMIIC) بتطوير معايير خدمات السياحة الحلال (HTS) التي تم اعتمادها في ديسمبر 2019. وأصبحت الوثيقة متاحة للاستخدام من قبل الجهات الفاعلة المهتمة في قطاع السياحة الإسلامية. وهي تهدف إلى ضمان توحيد المنتجات والخدمات المقدمة للمسافرين المسلمين وفقا للقواعد الإسلامية (راجع الإطار 1.3).

وفي السنوات الأخيرة، استفادت العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي مثل غامبيا وسورينام وعدد من مؤسسات المنظمة مثل سيسرك والمركز الإسلامي لتنمية التجارة من آلية الكومسيك لتمويل المشاريع لتعزيز قدرات المؤسسات الوطنية والجهات الفاعلة في دول المنظمة في مجال السياحة الإسلامية. وفي هذا الصدد، استفاد العشرات من المسؤولين الحكوميين والجهات الفاعلة في القطاع من سلسلة من البرامج التدريبية الشاملة الممولة من الكومسيك لرفع مستوى مهاراتهم ومعرفة المزيد عن قطاع السياحة الإسلامية.

وفي إطار هذا التصور، تقضي النزاهة القول أنه توجد العديد من الآليات والأدوات المتاحة رهن استخدام دول منظمة التعاون الإسلامي. ولكن توصى دول المنظمة ببذل المزيد من الجهود للاستفادة من هذه الآليات والأدوات إلى حد كبير لتنمية قطاع السياحة الإسلامية. وستساعد هذه الجهود أيضا على تعزيز الأنشطة السياحية للتعاون البيئي في منظمة التعاون الإسلامي، مثل توفير سبل للتعاون والتآزر في المستقبل بين الجهات الفاعلة في السياحة في دول المنظمة.

الإطار 1.3: معايير معهد المواصفات والمقاييس للدول الإسلامية (SMIIC) لخدمات السياحة الحلال

بذل معهد المواصفات والمقاييس للدول الإسلامية (SMIIC) جهوداً هائلة في مجال السياحة والقضايا ذات الصلة (TC 5) لإعداد معيار "منظمة التعاون الإسلامي/معهد المعايير والمقاييس للدول الإسلامية 9: 2019، خدمات السياحة الحلال - متطلبات عامة" الذي يهدف إلى ضمان توافق المنتجات و الخدمات المقدمة للمسافرين المسلمين مع القواعد الإسلامية. ومن المتوقع استخدام هذا المعيار على نطاق واسع من قبل الجهات الفاعلة في قطاع السياحة التي تقدم خدمات السياحة الحلال (HTS) في جميع أنحاء العالم.

ويتم تعريف خدمات السياحة الحلال بأنها "جميع المنتجات أو الخدمات في قطاع السفر والسياحة التي تسترشد بالقواعد الإسلامية والتي تلي أو توفر مرافق مناسبة للمسافرين المسلمين". وتندرج أهداف معيار منظمة التعاون الإسلامي/معهد المعايير والمقاييس للبلدان الإسلامية 9 (OIC/SMIIC) على النحو التالي:

- ✓ تعزيز قدرات منظمة/ فرد ما على إنتاج و/أو إدارة منتجات وخدمات السياحة الحلال التي تتوافق مع القواعد الإسلامية؛
- ✓ الحفاظ على تكامل منتجات وخدمات السياحة الحلال وحمايتها من خلال التطبيق الفعال للمعايير؛
- ✓ تحسين مستوى رضا العملاء من خلال تلبية متطلباتهم.

ويوفر هذا المعيار المبادئ التوجيهية والمتطلبات اللازمة لإدارة مرافق ومنتجات وخدمات السياحة الحلال لصالح المسافرين على مستوى أماكن الإقامة وحزم الرحلات والمرشدين السياحيين وغيرها من الخدمات والمرافق مثل تقديم الطعام والمطاعم ... الخ). يتم تصنيف خدمات السياحة الحلال في المعيار وفقاً للخدمات التي تقدمها المنظمات وتنقسم أماكن الإقامة إلى 3 فئات على النحو التالي:

- ✓ الفئة أ: أماكن الإقامة ذات خدمات السياحة الحلال المتقدمة
- ✓ الفئة ب: أماكن الإقامة ذات خدمات السياحة الحلال المتوسطة
- ✓ الفئة ج: أماكن الإقامة ذات خدمات السياحة الحلال الأساسية

ويجعل هذا التصنيف معيار OIC/SMIIC 9 ينطبق على مجموعة واسعة من أماكن الإقامة التي تقع في منطقة منظمة التعاون الإسلامي أو خارجها. لذلك، يحدد المعيار بشكل أساسي المتطلبات المتعلقة بشواغل الحلال والطعام والإقامة وغيرها من المرافق مثل غرف الصلاة والمناطق الترفيهية. وتشكل القواعد الخاصة بمنظمي الرحلات السياحية والمرشدين السياحيين أيضاً جزءاً من المعيار. كما أنه يوفر إرشادات توجيهية للمنظمات فيما يتعلق بمسؤولية الإدارة ومتطلبات الموظفين المنخرطين في خدمات السياحة الحلال. وباختصار، جميع المتطلبات المحددة في المعيار عامة وتهدف إلى أن تكون قابلة للتطبيق على جميع المنظمات والأفراد الذين يساهمون في إدارة خدمات السياحة الحلال.

المصدر: www.smiic.org



5.3 آثار الكوفيد-19 على السياحة الدولية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي

تعتبر السياحة الدولية أحد أهم الأنشطة الاقتصادية ومصدراً هاماً لإيرادات العملات الأجنبية وتحقيق النمو الاقتصادي وخلق فرص الشغل في العديد من البلدان. إذ يتم توليد حوالي 10% من الناتج المحلي الإجمالي في العالم في هذا القطاع. كما يخلق قطاع السياحة وظيفة من بين كل 4 وظائف جديدة في جميع أنحاء العالم. وفي عام 2019، شكلت السياحة الدولية 8% من مجموع الناتج المحلي الإجمالي لدول منظمة التعاون الإسلامي ووفرت فرص عمل لأكثر من 45 مليون شخص (WTTC, 2020).

وبما أنه لدى قطاع السياحة روابط مباشرة وغير مباشرة مع 185 نشاطاً على جانب العرض في الاقتصاد، فإن صدمة مثل تفشي وباء يمكن أن تؤثر على سلسلة من الأنشطة الاقتصادية بدءاً بالنقل ووصولاً إلى أصحاب الفنادق (OECD, 2020c). ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية (2020a)، فإن حوالي 80% من جميع شركات السياحة على مستوى العالم عبارة عن مشاريع صغيرة ومتوسطة الحجم تتوفر على مصادر محدودة للبقاء في حالة حدوث صدمة اقتصادية مثل الصدمة الحالية بسبب تفشي كوفيد-19. كما أن قطاع السياحة لا يخلق الملايين من الوظائف فقط، بل هو يوفر أيضاً فرص عمل لبعض الفئات الضعيفة مثل النساء والشباب والمجتمعات الريفية في العديد من البلدان النامية والمتقدمة (UNWTO, 2020b). وفي هذا السياق، يمكن أن يُترجم الركود أو الأزمة في القطاع إلى خسارة ملايين الوظائف جراء هذه الجائحة. ونتيجة لذلك، يمكن أن يؤثر تعطيل أنشطة القطاع على جميع أصحاب المصلحة المعنيين بالسياحة على نطاق واسع، وبالتالي سيؤدي إلى زيادة معدلات البطالة والفقير.

أدى الإعلان عن جائحة كوفيد-19 يوم 11 مارس 2020 من قبل منظمة الصحة العالمية إلى موجة تدابير فرض قيود على السفر بأشكال وكثافة مختلفة وضعت هذا القطاع في موقف صعب. ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية (2020c)، واعتباراً من 28 أبريل 2020، من بين 217 وجهة حول العالم:

- أغلقت 45% حدودها كلياً أو جزئياً في وجه السياح - "لا يُسمح للركاب بالدخول";
 - علقت 30% الرحلات الدولية كلياً أو جزئياً - "تم تعليق جميع الرحلات الجوية";
 - منعت 18% دخول مسافرين من دول محددة أو الركاب الذين عبروا من خلال وجهات معينة;
 - طبقت 7% إجراءات مختلفة، مثل الحجر الصحي أو العزل الذاتي لمدة 14 يوماً وإجراءات التأشيرة.
- ونتيجة للقيود المذكورة أعلاه المفروضة على السفر والسياحة، تقدر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (2020) انخفاضاً بنسبة 45%-70% في أنشطة السياحة الدولية عام 2020. فيما قدمت منظمة السياحة العالمية (2020a) تقديرات أكثر اعتدالاً حول تأثير الجائحة في مراحلها الأولى. بحيث توقعت انخفاض عدد السياح الدوليين بنسبة 20% إلى 30% عام 2020 بالمقارنة مع عام 2019. ويمكن أن يُترجم هذا الانخفاض المتوقع في عدد السياح الدوليين إلى انخفاض في عائدات (صادرات) السياحة الدولية بمقدار 300 إلى 450 مليار دولار أمريكي. وأشارت منظمة السياحة العالمية (2020a) إلى أنه بسبب جائحة كوفيد-19، سيخسر

قطاع السياحة العالمي ما يعادل خمس حتى سبع سنوات من النمو. وتكشف تقديرات منظمة السياحة العالمية هذه عن شدة وعمق الأزمة التي سيكون لها بالتأكيد آثارا خطيرة على قطاعي السياحة والنقل في بلدان منظمة التعاون الإسلامي.

في هذا السياق، يعرض الشكل 13.3 توقعات تخص دول منظمة التعاون الإسلامي حول عدد الوافدين من السياح الدوليين وعائدات السياحة بناء على سيناريوهات منظمة السياحة العالمية. كما يوضح الشكل 13.3 التوقعات بشأن الأنشطة السياحية فيما بين دول منظمة التعاون الإسلامي لعام 2020. ويعكس السيناريو الأساسي مسار النمو المعتاد لقطاع السياحة في الدول الأعضاء بناءً على أدائها خلال الفترة 2013-2019 مع افتراض عدم وجود تفشي كوفيد-19 في عام 2020. وتماشيا مع توقعات منظمة السياحة العالمية، يفترض السيناريو الأول أن تفشي هذا الفيروس سيؤدي إلى تقلص بنسبة 20% في قطاع السياحة مقارنة بالسيناريو الأساسي. وبناءً على ذلك، من المتوقع أن تستضيف دول منظمة التعاون الإسلامي 123.3 مليون سائح دولي بدلاً من 154.2 مليون المتوقعة في عام 2020. ويترجم هذا إلى خسارة محتملة بقيمة 38.6 مليار دولار أمريكي في عائدات السياحة. أما الافتراض الرئيسي للسيناريو الثاني فهو انكماش بنسبة 30% في السياحة مقارنة مع السيناريو الأساسي لعام 2020. فالأرقام الواردة في السيناريو الثاني صادمة حيث يتوقع أن تستقطب دول منظمة التعاون الإسلامي 107.9 مليون سائح دولي فقط، ما يعني تسجيل انخفاض بنسبة 46.3 مليون سائح مقارنة بالسيناريو الأساسي. ومن المتوقع أن يدر هؤلاء السياح 135 مليار دولار أمريكي من العملات الأجنبية لدول منظمة التعاون الإسلامي مقارنة بـ 192.8 مليار دولار من توقعات السيناريو الأساسي لعام 2020.

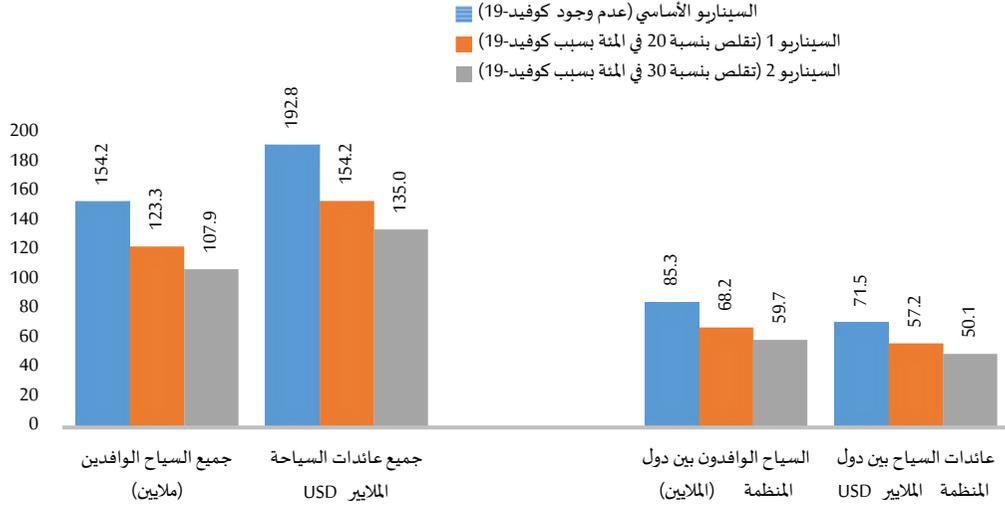
يتوقع أن يُضعف تفشي كوفيد-19 كذلك الأنشطة السياحية البينية في منطقة منظمة التعاون الإسلامي في عام 2020، وأن يصل عدد السياح الوافدين فيما بين دول المنظمة إلى 68.2 مليون في السيناريو 1 و 59.7 مليون في السيناريو الثاني. فهذه الأرقام أقل بكثير مقارنة بأرقام التوقعات الأساسية التي بلغت 85.3 مليون سائح وافد فيما بين دول المنظمة عام 2020 (الشكل 13.3). ومقارنة بسيناريو خط الأساس لعام 2020، من المتوقع أيضا أن تسجل إيرادات السياحة البينية للمنظمة خسائر بقيمة 14.3 مليار دولار أمريكي و 21.4 مليار دولار أمريكي بسبب كوفيد-19 في السيناريو الأول والثاني على التوالي.

في الواقع، تعتبر التقديرات التي وضعتها منظمة الطيران المدني الدولي (ICAO, 2020) متماشية أيضا مع التوقعات التي وضعتها منظمة السياحة العالمية بشأن شدة الأزمة في قطاعي السياحة والنقل العالميين الناجمة عن وباء كوفيد-19 مخلفة آثارا عويصة على دول منظمة التعاون الإسلامي. ومع استمرار تفشي الوباء، لم يتم استئناف أنشطة السياحة الدولية بعد كما هو متوقع في الربع الأخير من عام 2020. فالتوقعات في قطاع السياحة تحفوها حالة شديدة من عدم اليقين والتقلب بحيث يستمر الإبلاغ عن حالات جديدة من الكوفيد-19 في جميع أنحاء العالم. ولذلك، لا يمكن حساب تأثيرات الوباء على السياحة الدولية



في دول منظمة التعاون الإسلامي بدقة إلا بعد سنوات قليلة من انتهاء الوباء من خلال دراسة التأثيرات غير المباشرة والمباشرة على مختلف القطاعات.

الشكل 13.3: الآثار المحتملة لكوفيد-19 على السياحة الدولية في دول منظمة التعاون الإسلامي عام 2020



المصدر: حسابات موظفي سيسرك بناء على قاعدة بيانات منظمة السياحة العالمية.

نظرا للقيود المفروضة على السفر وإجراءات الإغلاق الشامل وحظر التجول، ألغت شركات الطيران في العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي رحلاتها الدولية في مارس 2020. وارتفع عدد حالات الإلغاء هذه بشكل ملحوظ في مارس وأبريل مع استفحال تفشي كوفيد-19 بسرعة في جميع أنحاء العالم. فعلى سبيل المثال، في فبراير 2020 بينما سجلت الإمارات العربية المتحدة انخفاضا بنسبة 2% فقط في سعة مقاعد الركاب الدولية بالمقارنة مع المخطط المسبق، بلغ معدل الانخفاض نسبة 84% في أبريل 2020 (الجدول 1.3). وعلى نفس المنوال، شهدت تركيا وماليزيا والمملكة العربية السعودية وإندونيسيا وقطر والمغرب، وهي جميعها وجهات سياحية رئيسية في مجموعة منظمة التعاون الإسلامي وتستضيف مراكز سفر دولية مهمة، تقلصات كبيرة في سعة مقاعد الركاب الدولية من فبراير إلى أبريل 2020. فخلال شهر أبريل 2020، تراوح حجم التراجع في سعة المقاعد بالنسبة لهذه الدول الأعضاء بين 64% (المملكة العربية السعودية) و 89% (تركيا). وبعد أبريل 2020، استمر الانكماش في حركة المسافرين عبر النقل الجوي في ظل الجائحة المستمرة. ونتيجة لذلك، انخفض الطلب الدولي على الطيران في العالم بنسبة 70% في الفترة ما بين يناير وأغسطس 2020 وفقا لبيانات الاتحاد الدولي للنقل الجوي (IATA) (UNWTO, 2020d).

وبالمثل، من المتوقع أن تسجل حركة الشحن الجوي انخفاضا كبيرا مكونا من رقمين في عام 2020 بسبب الركود في التجارة الدولية وأنشطة السياحة (IATA, 2020). وتدني أعداد مقاعد الركاب الدوليين أو سعة

الشحن لا يعني فقط إلغاء عدد من الرحلات الجوية، بل يترتب عنه تداعيات مالية خطيرة وكبيرة. ومن المتوقع أن يسجل قطاع النقل الجوي في دول منظمة التعاون الإسلامي، بما في ذلك بعض شركات الطيران الكبرى مثل الخطوط الجوية التركية والإماراتية والسعودية وكذلك المطارات الدولية مثل مطارات دبي وإسطنبول وكوالالمبور وغيرها من شركات تقديم الخدمات، خسائر مالية كبيرة. وفي الوقت نفسه، ستواجه الحكومات خسائر كبيرة في الإيرادات الضريبية (ICAO, 2020). كما سيفقد العاملون في قطاع النقل وظائفهم أو سيحصلون على دخل مخفض.

وعلى شاكلة النقل الجوي، تمر شركات النقل البحري أيضا بأوقات صعبة بسبب جائحة كوفيد-19. فانخفاض حجم التجارة الدولية وحجم الإنتاج قد قلل من الطلب العالمي على النفط والمواد الخام. وقد ظلت العديد من الناقلات وسفن الرحلات البحرية وشحن البضائع عاطلة عام 2020. في انتظار ركاب وشحن جديدة بالإضافة إلى إزالة القيود المفروضة (Bloomberg, 2020). كما أثر الوباء أيضا على قطاع النقل بالسكك الحديدية في دول منظمة التعاون الإسلامي ويرجع ذلك أساسا إلى انخفاض حجم التجارة الدولية. فقد توقفت العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي مؤقتا عن توفير خدمات النقل بالسكك الحديدية للركاب بسبب تدابير الاحتواء مثل حظر التجول وحالات الإغلاق الشامل.

الجدول 1.3: تغيير سعة مقاعد الركاب الدوليين عن السعة المخطط لها في الأصل (%)

أبريل 2020	مارس 2020	فبر اير 2020	
-84	-43	-2	الإمارات العربية المتحدة
-89	-34	-21	تركيا
-75	-41	-8	ماليزيا
-64	-31	-21	المملكة العربية السعودية
-78	-32	-10	إندونيسيا
-74	-22	-2	قطر
-82	غ.م	غ.م	المغرب

المصدر: تحليل موظفي سيسرك بناء على مجموعة بيانات منظمة الطيران المدني الدولي (2020). "غ.م" تعني غير متاح.

بشكل عام، أثر تفشي كوفيد-19 على السياحة الدولية في دول منظمة التعاون الإسلامي بصورة حادة عام 2020. ومع ذلك، تختلف التأثيرات عبر دول المنظمة، وذلك اعتمادا على المستوى العام لتنمية قطاع السياحة ودرجة تدابير الاحتواء ومدتها. فالتنوع المحدود للصادرات والاعتماد الشديد على الأنشطة السياحية يحد من مجال المناورة في بعض دول المنظمة مثل غامبيا وجزر المالديف. إذ يمكن أن تتأثر مثل هذه الدول الأعضاء في المنظمة إلى حد كبير نتيجة انخفاض عائدات النقد الأجنبي (Oguz et al., 2020).



وستتأثر بعض دول منظمة التعاون الإسلامي التي تتوفر على قطاعات سياحية نسبياً أكثر تطوراً مثل الإمارات العربية المتحدة وتركيا والمغرب بالقيود الدولية المفروضة على السفر والنقل. ومع ذلك، تتمتع هذه البلدان بقدرة كبيرة على توليد أرباح من العملات الأجنبية من خلال قنوات بديلة مثل التجارة والاستثمار بفضل هيكلها الاقتصادية المتنوعة. وعلاوة على ذلك، فإن توفر بنية تحتية قوية في مجال السياحة والنقل وتوافر مجموعة أوسع من الأنشطة السياحية من شأنه أن يساعدها على تعويض خسائرها بسرعة بمجرد رفع تدابير الاحتواء تماماً.

في النهاية، فالأمر عبارة عن مزيج من العوامل مثل توفر آليات عامة فعالة، وموارد مالية والتأهب للاستجابة للأزمات، وهي عناصر تحدد كيف وإلى أي مدى يمكن لكل دولة عضو في منظمة التعاون الإسلامي الاستجابة بنجاح والتعافي من الأزمة غير المسبوقة في قطاعي السياحة والنقل. وتظل استعادة الثقة في هذا القطاع أمراً بالغ الأهمية، وسيستغرق إقناع الأشخاص ببدء السفر دولياً بعض الوقت. وفي هذا السياق، يقوم عدد متزايد من الجهات بوضع تدابير مختلفة بما في ذلك بروتوكولات السلامة والنظافة، والترجيع للسياحة الداخلية وإنشاء ممرات أو فقايع سفر لضمان استئناف أمن للسياحة. وعليه، توصى دول منظمة التعاون الإسلامي بمتابعة التطورات الدولية مثل مبادرة "ختم السفر الآمن" الصادرة عن المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC) وحملة "إعادة فتح السياحة" التابعة لمنظمة السياحة العالمية.

وستلعب جودة البنية التحتية والموارد البشرية ووجود إرادة سياسية قوية دوراً جوهرياً في الاستجابة لاحتياجات قطاع السياحة في دول منظمة التعاون الإسلامي. وعلى وجه الخصوص، يعتبر الاعتماد المبكر لبعض اللقاحات من أجل التغلب على الوباء أمراً مشجعاً. وإذا كان من الممكن إعطاء مثل هذه اللقاحات المعتمدة ضد كوفيد-19 لمجموعة كبيرة من السكان في دول منظمة التعاون الإسلامي من خلال تنفيذ استراتيجيات تحصين فعالة، فمن المرجح أن يتم استئناف أنشطة السياحة الدولية لفعاليتها وأن تتعافى ببطء عام 2021. كما أن تعزيز الأنشطة السياحية بين دول المنظمة عن طريق تخفيف سياسات التأشيرات الثنائية، وتوفير الحوافز (مثل التخفيضات الضريبية المؤقتة، والإعانات) لشركات الطيران ووكالات السفر سيساعد أيضاً على تقليل الخسائر المالية المحتملة وتوفير العديد من الوظائف في دول منظمة التعاون الإسلامي المتأثرة بجائحة كوفيد-19.



الفصل الرابع تعزيز السياحة الصحية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي



على مدى العقود القليلة الماضية، كانت هناك زيادة في الطلب العالمي على أنماط الحياة الصحية. ونظرا لزيادة إمكانيات الربط بين البلدان وانخفاض تكاليف النقل، يسافر عدد متزايد من الأشخاص إلى الخارج لأسباب صحية مثل إجراء العمليات الطبية، والجراحة التجميلية، والعناية بالأسنان، وزراعة الشعر، وأنشطة المنتجعات الصحية. وقد باتت هذه الخدمات الطبية المتعلقة بالعافية المقدمة للمسافرين الدوليين في مجال السياحة مكونا مهما في الاقتصاد العالمي.

ومع ارتفاع مستوى الوعي وزيادة أعداد السياح في هذا المجال، بدأت العديد من الجهات الفاعلة في قطاع السياحة بالتعاون مع المستشفيات والعيادات والفنادق في تقديم خدمات خاصة لتلبية احتياجات ومتطلبات هؤلاء السياح في عدد من دول منظمة التعاون الإسلامي. ومع ذلك، تبقى السياحة الصحية مفهوما جديدا نسبيا لعدد من دول المنظمة. وتشير بعض التقديرات المتعلقة بحجم سوق السياحة الصحية إلى أن السوق سيسجل معدلات نمو عالية في السنوات القادمة في البلدان النامية والمتقدمة على حد سواء. لذلك، يمكن للسياحة الصحية أن تساعد العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي على تطوير خدمات سياحية أكثر تنوعا، واستضافة المزيد من الزوار الدوليين وتسجيل زيادة على مستوى عائدات السياحة، إذا تم التخطيط لها بشكل صحيح.

وإزاء هذه الخلفية، يهدف هذا القسم إلى تقديم مناقشة موضوعية حول أهمية السياحة الصحية. أولا، يعرض القسم المفاهيم الرئيسية للسياحة الصحية من خلال البحث في الأدبيات المتعلقة بالسياحة. ثانيا، يستعرض وضع قطاع السياحة الصحية في العالم بشكل عام وفي دول منظمة التعاون الإسلامي بشكل خاص من خلال الاطلاع على أحدث المعلومات والإحصاءات المتاحة. وأخيرا، يقدم القسم تحليلا لنقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر لتنمية السياحة الصحية في دول منظمة التعاون الإسلامي.

1.4 المفاهيم الرئيسية للسياحة الصحية

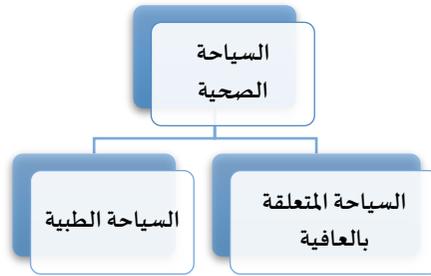
تزخر الأدبيات ذات الصلة بتعريفات السياحة الصحية (Persic and Vlastic, 2018). ومع ذلك، تقدم منظمة السياحة العالمية (UNWTO) تعريفا شاملا يساعد على معالجة التناقضات بين مختلف التعاريف. فالسياحة الصحية تشمل تلك الأنواع من السياحة التي يكون دافعها الأساسي هو المساهمة في الصحة البدنية والعقلية و/أو الروحية من خلال الأنشطة الطبية والأنشطة الصحية التي تزيد من قدرة الأفراد على تلبية احتياجاتهم والعمل بشكل أفضل كأفراد في بيئتهم ومجتمعهم (UNWTO and European Travel Commission, 2018).

وفقا لمنظمة السياحة العالمية ولجنة السفر الأوروبية (2018)، فإن السياحة الصحية مصطلح شامل. وهي تتألف من السياحة الطبية والسياحة المتعلقة بالعافية (الشكل 1.4). فالسياحة الطبية هي نوع من النشاط السياحي الذي ينطوي على استخدام الموارد والخدمات العلاجية الطبية القائمة على الأدلة. وقد يشمل ذلك



التشخيص والعلاج والتداوي والوقاية وإعادة التأهيل. أما السياحة المتعلقة بالعافية فهي نوع من النشاط السياحي الذي يهدف إلى تحسين وتوازن جميع المجالات الرئيسية للحياة البشرية بما في ذلك الجسدية والعقلية والعاطفية والمهنية والفكرية والروحية. ويكون الدافع الأساسي للسائح في إطار هذا النوع من السياحة هو الانخراط في أنشطة وقائية واستباقية لتعزيز نمط الحياة مثل اللياقة البدنية والأكل الصحي والاسترخاء والتدليل وعلاجات الشفاء.

الشكل 1.4: أنواع السياحة الصحية



المصدر: منظمة السياحة العالمية ولجنة السفر الأوروبية، 2018

بعبارة بسيطة، يسافر السياح لأغراض التطبيب لأنهم يريدون التداوي من حالات طبية، بينما يسافر السياح لأغراض العافية لأنهم يريدون الحفاظ على صحتهم أو تحسينها (Voigt et al., 2010). وفي هذا الصدد، قد تختلف احتياجات وتوقعات السياح لأغراض صحية وفقا للعوامل المحفزة لهم. وهذا سيؤثر بالتأكيد على أنماط الإنفاق، ومدة الإقامة والأنشطة السياحية أثناء سفرهم.

1.1.4 الطلب والعرض

تتأثر قرارات السياح للأغراض الصحية بعدد من العوامل مثل التكنولوجيا المتقدمة والتكاليف الطبية المنخفضة نسبيا والعلاج ذو جودة أفضل في بلدان المقصد. فوفقا لبريسيك وفلاسيك (2018)، تفكر نسبة 88% من السياح في الخروج من مجتمعهم أو مناطقهم المحلية للحصول على رعاية/ علاج لحالة معينة إذا كانت النتائج أفضل ولم تكن التكاليف أعلى. وتعد فترة الانتظار الطويلة ونقص مرافق وتقنيات العلاج المناسبة في الوطن من بين العوامل الرئيسية التي تحفز السياح على زيارة بلد آخر لأسباب صحية. وعلى المستوى العالمي، يعد عامل شيخوخة السكان والطلب المتزايد على الرفاه من بين الأسباب التي تزيد من الطلب على خدمات السياحة الصحية (Garcia-Altes, 2005).

كما تلعب التقاليد الثقافية والأصول الطبيعية والتراث دورا في تحديد الطلب والدوافع للسياح الصحيين الدوليين. فهم يبحثون عن خدمات صحية ويفضلون العلاجات القائمة على أنماط الحياة. ويتم ممارسة السياحة الصحية المحلية في العديد من البلدان. بحيث تكون أكثر شيوعا في البلدان التي تدعم فيها الحكومة



السياحة الصحية الوطنية أو المحلية (مثل علاجات الحمامات الطبية الحرارية) (UNWTO and European Travel Commission, 2018)

وعلى جانب العرض للسياحة الصحية، هناك العديد من الفاعلين من عدد من القطاعات مثل الفنادق التي بها مرافق المنتجعات الصحية، والفنادق الصحية، والحمامات الحرارية، والمستشفيات والعيادات المتخصصة، وشركات التأمين، والوسطاء ومنظمي الرحلات السياحية. وطالما أنه ليس هناك تصنيف مقبول عالمياً لمقدمي الخدمة، فإن حجم جانب العرض الفعلي ليس من السهل تقديره بدقة. ومع ذلك، فقد اعترفت صناعة الضيافة بالفعل بالطلب والاهتمام المتزايدين بالصحة أو الرفاهية. وكنتيجة لذلك، قام عدد متزايد من العاملين في القطاع إما بإعادة تشكيل خدماتهم أو إطلاق علامات تجارية جديدة لتكيف مع اتجاه الطلب الجديد (على سبيل المثال في شكل خيارات صحية).

2.1.4 حجم السوق

إن عدم وجود تعريف موحد للسياحة الصحية يجعل من الصعب إدراجها في إحصاءات السياحة الوطنية الرسمية. وحتى إحصاءات السياحة مثل حسابات السياحة الفرعية (TSA) لا تحدد أو تميز السياحة الصحية. وهذا يجعل من الصعب تقييم أهمية السياحة الصحية ومدى نموها وأثارها بشكل صحيح (Eurostat, 2011). ومع ذلك، هناك مجموعة من التقديرات التي أجرتها مؤسسات مختلفة من شأنها أن تعطي فكرة عن حجم السوق.

فقد أفادت منظمة السياحة العالمية ولجنة السفر الأوروبية (2018) أن حجم سوق السياحة الصحية العالمية قدر بما يناهز 45,5 مليار و 100 مليار دولار أمريكي في عام 2017. ووفقاً لمؤسسة أو شركة Grand View Research (2019)، زاد حجم سوق السياحة الطبية العالمية من 24.3 مليار دولار أمريكي مسجلة في عام 2016 إلى 36.9 مليار دولار أمريكي في عام 2018. وقدر المجلس العالمي للسفر والسياحة (2019) أن الإنفاق الدولي على منتجات وخدمات السياحة الطبية نما بنسبة 358% بالقيمة الاسمية بين عامي 2000 و 2017 التي ارتفعت من 2.4 مليار دولار أمريكي إلى 11 مليار دولار أمريكي. وفي هذه الفترة، قُدر متوسط معدل النمو السنوي بحوالي 9%.

وتظهر العديد من الدراسات أن السياحة الصحية من المتوقع أن تنمو أكثر على الصعيد العالمي مع مرور السنوات بفضل توفر التكنولوجيا الصحية المحسنة، وانخفاض تكاليف السفر والترويج لها من قبل الشركات الراغبة في جذب المرضى (Ruggeri et al., 2015). وتماشياً مع ذلك، تقدر مؤسسة أو شركة Grand View Research (2019) أن حجم سوق السياحة الطبية العالمية من المتوقع أن يزيد من 36,9 مليار دولار أمريكي المسجلة في 2018 إلى 179,6 مليار دولار أمريكي في 2026. كما تقدم بعض الدراسات أيضاً منظوراً إقليمياً لحجم سوق قطاع السياحة الصحية. فعلى سبيل المثال، في دول الاتحاد الأوروبي الـ 28، قُدر عدد الوافدين من أجل السياحة الصحية بـ 61,1 مليوناً وبلغ إجمالي عائدات السياحة الصحية 46,9 مليار يورو،



وهو ما يمثل 4,6% من جميع عائدات السياحة و 0,3% من الناتج المحلي الإجمالي لدول الاتحاد الأوروبي البالغ عددها 28 عام 2014 (Mainil et al., 2017).

وعلى الرغم من وجود تباينات كبيرة في التقديرات، إلا أن النتائج تكشف أن حجم السوق يتوسع بسرعة على المستوى العالمي. وإن توافر الطلب على رعاية صحية أفضل، وتقنيات جديدة، وأدوية مبتكرة، وأجهزة حديثة، وحسن الضيافة، وزيادة التركيز على الرعاية الشخصية والصحية من بين العوامل الرئيسية التي من المتوقع أن تدفع بعجلة النمو في هذه السوق.

3.1.4 المزايا

باعتبار السياحة الصحية نشاطا سياحيا دوليا، فهي تولد دخلا مباشرا للعملة الأجنبية وتساهم في التنمية الشاملة لأي اقتصاد من خلال خلق فرص للعمل وإقامة الأعمال لصالح المقيمين. وعلاوة على ذلك، فهي تعزز نمو الأعمال التجارية المرتبطة بها مثل الأدوية والأجهزة الطبية والوسطاء ومنظمي الرحلات السياحية. ووفقا لمعهد الرعاية الصحية العالمية (2018)، أنفق فرد واحد من السياح الدوليين لأغراض الرعاية الصحية 53% أكثر من متوسط السائح الدولي في عام 2017 خلال رحلة واحدة.

وقد أدت السياحة الصحية إلى زيادة المرافق الطبية الحديثة في العديد من البلدان النامية لجذب الأجانب، مما أدى إلى النمو السريع في البنية التحتية للرعاية الصحية في هذه البلدان (Grand View Research, 2019). كما مهدت الإمكانيات الاقتصادية للسياحة الصحية الطريق لمقدمي الرعاية الصحية لتطوير وتقديم حزم السياحة الصحية الشاملة التي تشمل خدمات تتراوح بين حجز التذاكر والإقامة في الفنادق والتأمين الطبي. وفي هذا السياق، يمكن للسياحة الصحية أن تؤدي إلى نمو قطاعات أخرى مثل النقل والتأمين من خلال روابطها الخلفية والأمامية.

وبالإضافة إلى الفوائد الاقتصادية المباشرة، قد يكون للسياحة الصحية آثار إيجابية على سوق العمل مثل تشجيع التعليم المهني والتدريب بين القوى العاملة المحلية حيث يحتاج مقدمو السياحة الصحية إلى موظفين يتمتعون بمهارات متطورة مثل تقنيات الاتصال والإمام باللغات.

وسوف تساعد السياحة الصحية المرضى المحليين على مستوى تحسين جودة الرعاية والخدمات في العيادات والمستشفيات المحلية حيث يضطلع معظمها بخدمة السكان المحليين والزوار الدوليين على حد سواء. ففي الهند، على سبيل المثال، أدى اتباع نهج ذي مستويين في بعض المستشفيات إلى تحسين الخدمات لصالح المرضى المحليين وخدمات مصممة خصيصا للمسافرين لأغراض طبية. وقد طورت بنما وتايلند أيضا خدمات كان الهدف منها مبدئيا جذب المرضى الأجانب ولكنها أدت في نفس الوقت إلى تسهيلات جديدة متاحة للسكان المحليين (Ruggeri et al., 2015).

ويعتبر السياح للأغراض الصحية أقل تأثرا بالطقس أو المواسم على عكس السياحة البحرية أو الشتوية، وبالتالي قد تساعد السياحة الصحية في تقليل موسمية السياحة. وهذا من شأنه أن يساهم في استدامة الأنشطة السياحية على مدار العام بغض النظر عن الموسم وكذلك في التدفق المستمر للعملة الأجنبية. وستشجع هذه الديناميكية على زيادة الاستثمارات في قطاع السياحة.



4.1.4 عوامل الخطر

هناك العديد من عوامل الخطر التي يمكن أن تؤثر على اتخاذ المسافرين لقرار السياحة الصحية. وإن ضمان جودة العلاج والخدمات بمستوى عالٍ أمر بالغ الأهمية لتنمية السياحة الصحية. وتعتبر هذه العوامل مهمة أيضاً من أجل صحة ورفاهية المسافر لأغراض صحية. بحيث أن الفشل في تقديم مثل هذه الخدمات وفق المعايير العالمية قد يهدد الحياة. وعلى وجه الخصوص، من الصعب للغاية على المسافرين مواجهة مشاكل صحية إضافية مثل سوء المعاملة أو الإصابة بالعدوى في المستشفيات في أماكن أو ثقافات غير مألوفة (Ruggeri et al., 2015). وعلاوة على ذلك، قد تؤدي المضاعفات أو النتائج السلبية نتيجة للممارسات السيئة أو رداءة الخدمات الصحية إلى استياء السياح الصحيين. ووفقاً للبلد المضيف، قد لا يتمكن السياح لأغراض صحية دائماً من الوصول إلى آلية/هيئة معنية بتلقي الشكاوى للإبلاغ عن عدم رضاهم. وبالنسبة لهؤلاء السياح، قد لا تكون عملية المتابعة بعد العلاج سهلة بسبب المسافة بين مقدم الخدمة وبلد السائح الأصلي. وقد يتم أيضاً اعتبار حواجز اللغة والاختلافات الثقافية من بين عوامل الخطر التي يمكن أن تؤثر على تجربة السائح لأغراض صحية. كما أن النفقات الإضافية غير المتوقعة أثناء العلاج أو العملية الطبية تكون دائماً مصدر قلق بالنسبة لهذه الشريحة من السياح سواء كانت نفقاتهم مغطاة بإمكاناتهم الشخصية أو من طرف شركتهم التأمينية.

ولطالما كانت السياحة الصحية تتم من البلدان ذات الدخل المنخفض إلى البلدان ذات الدخل المرتفع، التي تتوفر على مرافق طبية أفضل ومهنيين أكثر كفاءة وتأهيلاً. ومع ذلك، تغير هذا الاتجاه خلال العقود الأخيرة حيث يشارك عدد متزايد من البلدان في السياحة الصحية كمستوردين أو مصدرين أو كليهما. وفي هذا الصدد، تنطوي على نمو السياحة الصحية آثاراً على مستوى تقديم الخدمات الصحية في بلدان المقصد سواء كانت متطورة أو نامية. وعلى وجه الخصوص، قد تتأثر فرص وصول السكان المحليين إلى الرعاية الصحية بشكل سلبي إذا خصص المهنيون الصحيون المحليون وقتهم لعلاج الأجانب بدلاً من المجتمعات المحلية (Ruggeri et al., 2015). ونظراً للتوافر المحدود للمهنيين الصحيين والقدرات المادية في بعض البلدان النامية، قد يرتفع سعر السوق للعلاجات الطبية أو العلاجات الصحية في العيادات أو المنتجعات الصحية المملوكة للقطاع الخاص لصالح السكان المحليين عندما يزيد عدد السياح الدوليين للأغراض الصحية.

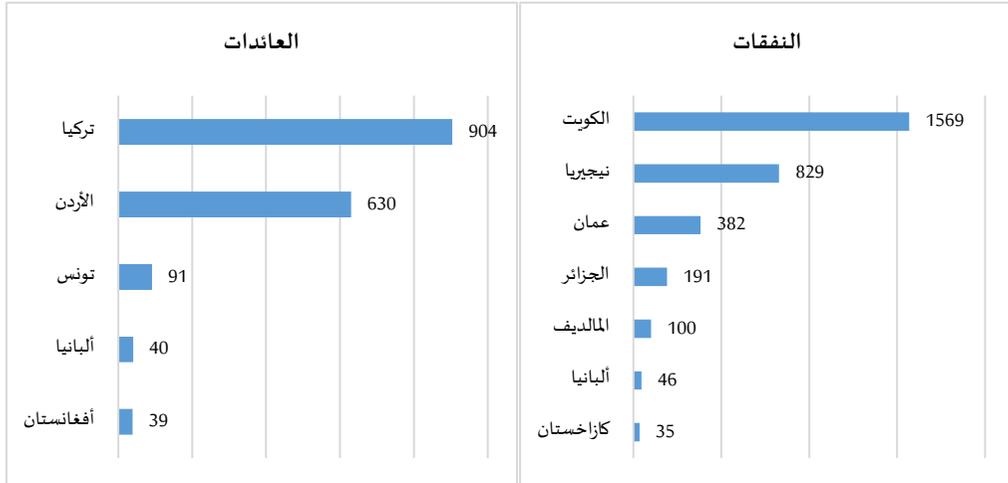
2.4 وضع السياحة الصحية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي

تُعد العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي مصدرة ومستوردة في مجال السياحة الصحية نظراً لتوفر مجموعة واسعة من الخدمات المتعلقة بهذه السياحة. ومع ذلك، يكاد يكون من المستحيل التوصل إلى صورة شاملة قابلة للمقارنة عن أداء دول المنظمة بسبب عدم وجود مجموعات بيانات قابلة للمقارنة وموثوقة في مجال السياحة الصحية. ويرجع السبب الرئيسي لذلك إلى أن معظم البيانات المتاحة عن السياحة الصحية ذات نوعية رديئة، وغالباً ما تكون المصادر متاحة الوصول جزئياً أو لا تتوفر على شرح لكيفية حساب الأرقام التقديرية (UNWTO and European Travel Commission, 2018).

وعلى الرغم من وجود هذه القيود، هناك عدد قليل من الدراسات الشاملة لعدة بلدان التي تقدم بعض التقديرات حول حجم الإيرادات والنفقات المتعلقة بالسياحة الصحية. ويعرض الشكل 2.4 البيانات المتاحة لبلدان منظمة التعاون الإسلامي لعام 2015 التي تم الإبلاغ عنها في منظمة السياحة العالمية ولجنة السفر الأوروبية (2018). وكانت تركيا الدولة الرائدة في المنظمة من حيث عائدات السياحة بقيمة تقديرية بلغت 904 مليون دولار أمريكي تلتها الأردن (630 مليون دولار أمريكي). وكانت تونس وألبانيا وأفغانستان البلدان الثلاثة الأخرى الأعضاء في المنظمة التي سجلت مداخيل بملايين الدولارات من الأنشطة المتعلقة بالسياحة الصحية في عام 2015. وفيما يتعلق بنفقات السياحة الصحية، كانت الكويت (1.569 مليون دولار أمريكي) ونيجيريا (829 مليون دولار أمريكي) وعمان (382 مليون دولار أمريكي) هي الدول الثلاثة الرائدة في المنظمة بناء على البيانات المتاحة في عام 2015.

وتكشف هذه الأرقام أن العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي تولد الملايين من الدخل الإضافي من خلال الأنشطة المتعلقة بالسياحة الصحية من ناحية. ومن ناحية أخرى، أنفق سكان دول المنظمة في الخارج ملايين الدولارات للاستفادة من الخدمات المتعلقة بالسياحة الصحية. وفي هذا الصدد، يمكن للسياحة الصحية أن تكون من بين مجالات التعاون المحتملة لتعزيز التعاون بين بلدان منظمة التعاون الإسلامي. وعلى وجه الخصوص، فإن وجود بيئة شاملة للسياحة الإسلامية في دول منظمة التعاون الإسلامي يجعل العديد من الوجهات في منطقة المنظمة ذات خدمات السياحة الصحية المتقدمة أكثر جاذبية في نظر المسافرين المسلمين. لذلك، من المحتمل جدا أن يتم تعزيز الأنشطة السياحية البينية في المنظمة إذا تمكنت دولها من إعداد استراتيجيات مركزة للتسويق وتحديد العلامات التجارية في مجال السياحة الصحية نحو وجهات منظمة التعاون الإسلامي.

الشكل 2.4: أداء بعض بلدان منظمة التعاون الإسلامي في مجال السياحة الصحية، 2015 (مليون دولار)



المصدر: منظمة السياحة العالمية ولجنة السفر الأوروبية، 2018



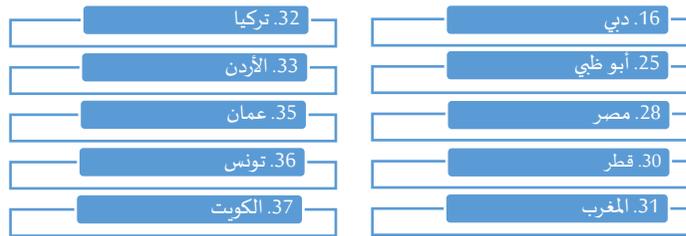
1.2.4 مؤشر السياحة الطبية

في قطاع السياحة الصحية العالمية، تسمى إحدى الأدوات المعروفة المستخدمة في الدراسات الشاملة لعدة بلدان مؤشر السياحة الطبية (MTI) الذي يقيس ويقارن تصورات المستهلك في السياحة الطبية باستخدام 34 مؤشرا. وقد تم جمع البيانات من خلال إجراء مسح عالمي بمشاركة 4000 مريض محتمل لغرض السياحة الطبية، و 394 عضوا من جمعية السياحة الطبية (MTA). ويصنف مؤشر السياحة الطبية 41 وجهة حول العالم بما في ذلك العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي.

يحتوي المؤشر على ثلاثة مؤشرات فرعية رئيسية: بيئة الوجهة، وقطاع السياحة الطبية، والمرافق والخدمات. يقوم المؤشر الفرعي المتمثل في بيئة الوجهة بتقييم الاقتصاد الكلي للوجهة، وسلامتها وصورتها، ومواتاة سعر الصرف وكذلك الجوانب الثقافية مثل أوجه التشابه الثقافية أو اللغوية. ويقوم المؤشر الفرعي المتمثل في قطاع السياحة الطبية بتقييم جاذبية الوجهة كوجهة سياحية من حيث شعبيتها أو الظروف الجوية أو المعالم/المواقع الثقافية والطبيعية وكذلك التكاليف المرتبطة بالسياحة الطبية مثل تكلفة العلاج وتكاليف الإقامة أو تكاليف السفر. ويبحث المؤشر الفرعي المتمثل في جودة المرافق والخدمات في جودة الرعاية مثل خبرة الطبيب أو معايير الرعاية الصحية أو المعدات الطبية. كما يأخذ في الاعتبار سمعة الأطباء/المستشفيات، وتدويل الموظفين، واعتماد المرفق وتجارب المريض الشاملة.

وفقا لمؤشر السياحة الطبية لفترة 2016-2017، كانت الإمارات العربية المتحدة، من بين دول منظمة التعاون الإسلامي ذات البيانات المتاحة، الوجهة الرائدة بفضل مدينتي، أي دبي (المرتبة 16 عالميا) وأبو ظبي (المرتبة 25 عالميا) (الشكل 3.4). وتلتها كل من مصر (28) وقطر (30) والمغرب (31) وتركيا (32) والأردن (33) وعمان (35) وتونس (36). ثم الكويت (37). ويكشف مؤشر السياحة الطبية أن هناك عدد من الوجهات التنافسية العالمية في أجزاء مختلفة من منطقة منظمة التعاون الإسلامي من أفريقيا إلى آسيا حيث يمكن للسياحة الصحية أن تلعب دورا حاسما في تنمية دول المنظمة من خلال توليد الدخل، وخلق فرص العمل وتحسين قيمة العلامات التجارية السياحية الدولية.

الشكل 3.4: تصنيف بلدان المنظمة على مؤشر السياحة الطبية (MTI)، 2016-2017



المصدر: تقرير مؤشر السياحة الطبية 2016-2017

2.2.4 تجارب دول مختارة من منظمة التعاون الإسلامي

يعرض هذا القسم الفرعي تجارب دول مختارة من منظمة التعاون الإسلامي (أذربيجان وإندونيسيا وإيران والأردن وماليزيا والمغرب وتركيا والإمارات العربية المتحدة) في مجال السياحة الصحية في مجالات مثل الأطر المؤسسية المتاحة ووضع السياحة الصحية، والاستراتيجيات والمبادرات على المستوى الوطني. وتكشف اللوحة الموجزة عن تجارب هذه البلدان المختارة عن وجود مجموعة من المبادرات والسياسات الناجحة التي يمكن أن تشكل أساساً لتعزيز التعاون البيئي في منظمة التعاون الإسلامي في مجال السياحة الصحية.

أذربيجان

أذربيجان غنية بالموارد الطبيعية والصحية وتعتبر السياحة الصحية سوقاً متخصصة لتطوير مجال السياحة الطبية. وقد شهدت السياحة الصحية في أذربيجان تحسناً تدريجياً بعد اعتماد برنامج الدولة لتنمية المنتجعات خلال فترة 2009-2018. كما وضعت وزارة الثقافة والسياحة مشروع "خطة عمل لتطوير السياحة الصحية". وأطلقت أذربيجان استثمارات جديدة في نفتالان وغالالتي وغابالا وناخشيفان ولانكاران. وعلى وجه الخصوص، يعد العلاج بزيت وبراكين الطين في نفتالان من بين العروض الفريدة في أذربيجان في مجال السياحة الصحية (AITF, 2018).

إندونيسيا

لا تعد إندونيسيا بعد فاعلاً أساسياً في مجال السياحة الصحية ولكنها تتوفر على طموحات لتطوير قطاع سياحة صحية يتميز بالتنافسية. وهي تقدم علاجات طبية وجراحية معترف بها عالمياً وفقاً للمعايير الدولية. كما تتوفر على عدد من المستشفيات المعتمدة دولياً والتي تقدم خدمات للسياح القادمين إليها لأغراض صحية. وتقدم إندونيسيا العديد من "الممارسات الطبية التقليدية" التي يمكن أن تجذب الزوار، خاصة من آسيا. وتعتبر السياحة الصحية مفهوماً جديداً نسبياً في إندونيسيا، كما تركز التطورات بشكل أساسي على الترويج لقطاع منتجعاتها الصحية الكبير لصالح السياح الدوليين (في المقام الأول ببالي). ومع ذلك، وفقاً لتقرير معهد الرعاية الصحية العالمية (2018)، قام سياح الرعاية الصحية في إندونيسيا بـ8,3 مليون رحلة نتج عنها عائدات بلغت 6,9 مليار دولار أمريكي في عام 2017.

تعمل وزارة السياحة والاقتصاد الإبداعي ووزارة الصحة على مفهوم السياحة الصحية منذ عام 2017 في إندونيسيا للترويج للبلد كوجهة للسياحة الصحية. وفي هذا السياق، أطلقت إندونيسيا مؤخراً دليلاً للسياحة الصحية وكتاباً عن السفر لأغراض اللياقة البدنية في نوفمبر 2019 كجزء من جهد جديد مبذول لاستهداف سوق السياحة الصحية (Jakarta Globe, 2019).

إيران

تعد إيران وجهة هامة بالنسبة للسياح للأغراض الصحية حيث تقدم العديد من المستشفيات والعيادات خدمات للمسافرين الدوليين بأسعار تنافسية على الصعيد الدولي. ووفقاً لمجلة السفر الطبية الدولية (2017a)، ينفق السائح للأغراض الطبية في المتوسط 5.600 دولاراً أمريكياً (لكل زيارة) في إيران. وفي عام



2016، استضافت إيران أكثر من 100 ألف سائح للأغراض الطبية ساهموا في تحقيق أكثر من 590 مليون دولار أمريكي.

ولتنظيم وضمان التنسيق في مجال السياحة الطبية في إيران، تم تشكيل مجلس استراتيجي يضم ممثلين عن وزارتي الصحة والشؤون الخارجية، والمجلس الطبي الإيراني، ومنظمة التراث الثقافي والحرف اليدوية والسياحة الإيرانية (ICHHTO). وحوالي 100 مستشفى وعيادة، و 14 شركة سفر تتوفر على تصاريح لمزاولة السياحة الصحية على صعيد البلاد والتي من شأنها خدمة المسافرين الدوليين من أجل الرعاية الصحية في عام 2017 (IMTJ, 2017b).

الأردن

توفر الأردن عروضاً في كل من السياحة الطبية والصحية نظراً لموقعها الجغرافي الاستراتيجي في الشرق الأوسط ومستشفياتها وعياداتها المرموقة. وتتمتع البلاد بتاريخ طويل نسبياً على مستوى المرافق والخدمات والعلاجات عالية الجودة في منطقتها. كما يتوفر قطاع السياحة الصحية التنافسي فيها بعروض منخفضة التكلفة نسبياً وأطباء مؤهلين تأهيلاً عالياً (معظمهم مدربون في البلدان المتقدمة ومعتمدون). وعلى وجه الخصوص، تتمتع القوى العاملة بمهارات جيدة في اللغة الإنجليزية ولغات أخرى.

لقد تم تطوير السياحة الصحية في الأردن، وأصبحت منطقة البحر الميت منطقة التنمية الرئيسية في الأردن للسياحة الصحية، ويتم وصفها أحياناً على أنها "أكبر منتج طبي في العالم". ونظراً لأن البحر الميت يحتوي على بعض الخصائص العلاجية، فحتى المنتجات الصحية في هذه المنطقة بإمكانها تعزيز العلاجات الطبية (على سبيل المثال، علاج الأمراض الجلدية).

وقد أطلقت وزارة السياحة والآثار الأردنية استراتيجيتين وطنيتين بشأن السياحة (2004-2010 و 2011-2015)، كالتأهيل وتركيزاً على تطوير عدد من الأسواق المتخصصة. وإحدى هذه الأسواق المتخصصة هي "السياحة المتعلقة بالصحة والعافية". ويعتبر الاعتراف بالسياحة الصحية في الاستراتيجية الوطنية أمراً مهماً لتطوير القطاع كتشجيع المستثمرين ومعالجة التحديات الرئيسية.

ماليزيا

تلتزم ماليزيا بأن تصبح وجهة سياحية رائدة في آسيا، حيث ارتفع عدد المسافرين إليها من 643 ألفاً في عام 2011 إلى 1,2 مليون في عام 2018. ويأتي معظم المسافرين الذين يزورون ماليزيا بحثاً عن علاجات صحية من إندونيسيا والهند والصين واليابان والمملكة المتحدة وأستراليا ودول الشرق الأوسط. وبشكل عام، ينمو القطاع بمتوسط معدل يبلغ 12% حتى 14% كل عام، مما أدى إلى تحقيق 1.5 مليار رينغيت ماليزي (MYR) في عام 2018. وإلى جانب العائدات المباشرة من المسافرين للأغراض الصحية، يساهم الإنفاق على السفر في خلق تأثيرات مضاعفة كبيرة من النفقات غير الطبية مثل خدمات الضيافة والأنشطة السياحية والخدمات اللوجستية (Malaysia Healthcare Travel Council, 2018). كما تمتلك ماليزيا أكثر من 70 مؤسسة رعاية صحية خاصة مكرسة لتقديم فرصة الاستفادة من تجارب سياحة صحية عالية الجودة.

في مجال السياحة الصحية، وفقا لتقرير معهد الرعاية الصحية العالمية (2018)، قام المسافرون للأغراض الصحية في ماليزيا بـ8.3 مليون رحلة حققت 5 مليارات دولار أمريكي في عام 2017. وبفضل هذا الأداء، تم إدراج ماليزيا ضمن أفضل 20 وجهة في العالم.

وتتمثل إحدى عوامل النجاح الرئيسية لماليزيا في قطاع السياحة الصحية في إنشاء مجلس ماليزيا للرعاية الصحية (MHTC) عام 2005 من قبل وزارة الصحة الماليزية لتعزيز السياحة الصحية. وأصبح كيانا منفصلا في عام 2011 مما أتاح له مرونة أكبر للعمل كوكالة تنسيق للسياحة الصحية في ماليزيا.

ومع إنشاء بوابة مخصصة على شبكة الإنترنت (mhctc.org.my) بات بوسع السياح المحتملين للأغراض الصحية الحصول على معلومات مناسبة عن المرافق والعلاجات الصحية في ماليزيا. وفقا لماينيل وآخرون (Mainil et al., 2017)، تتميز تجربة السياحة الصحية في ماليزيا بالعديد من العناصر الناجحة التي يمكن لدول الاتحاد الأوروبي الإحاطة بها وتعلمها.

المغرب

تعتبر السياحة الصحية في المغرب قطاعا متناميا وتتضمن في المقام الأول الجراحة التجميلية. ويتوفر المغرب على أطباء مرموقين ومدربون جيدا (معظمهم تلقوا التدريب في أوروبا أو الولايات المتحدة)، والمرافق الطبية حديثة وذات مستوى عال من الجودة. كما يقوم البلد بالترويج للعروض المتعلقة بالصحة لصالح السياح منذ عدة عقود، وينصب التركيز بشكل رئيسي على العروض القائمة على المياه، بما في ذلك المنتجعات، والحمامات، والعلاج بالمياه المعدنية، والعلاج بمياه البحر، والحمامات الرملية. وتعتبر المنتجعات المغربية عناصر مهمة في السياحة الصحية وكإحدى أشهر العروض وأكثرها أهمية في البلاد. وإن السلطات المغربية تطبق بعض الاستراتيجيات الترويجية بما في ذلك المشاركة في المعارض والفعاليات والمؤتمرات الدولية للمنتجعات الصحية والسياحة، خاصة في أوروبا والولايات المتحدة. ويتم إيلاء اهتمام خاص لتسويق المغرب باعتباره "وجهة أصيلة للمنتجعات الصحية" من خلال تقديم خدمات المنتجعات الصحية للاستفادة من المياه الحارّة ومياه البحر المتاحة والمنتجات المحلية والنباتات الطبية والعطرية والممارسات التقليدية الأخرى.

ومن أجل تعزير السياحة الصحية في المغرب، أطلقت وزارة السياحة المغربية "الخطة الوطنية للصحة والعافية وتنمية السياحة الطبية" بالشراكة مع منظمات عامة وخاصة. وتهدف الخطة إلى إنشاء منتجات سياحة صحية متكاملة جديدة تتوافق مع احتياجات مختلف قطاعات السوق المحلية والدولية وترسيخ المغرب كوجهة للزوار الدوليين لأغراض الرعاية الصحية. كما أن السياحة الصحية مدرجة أيضا في الوثيقة الاستراتيجية "رؤية 2020" لوزارة السياحة المغربية باعتبارها مجالا ذي أولوية.

تركيا

أصبحت تركيا إحدى الوجهات الرائدة للسياحة الصحية في العالم بفضل الموارد البشرية المؤهلة والأسعار التنافسية والتكنولوجيا المتقدمة المستخدمة. ففي عام 2018، تلقى 550 ألف مريض خدمات صحية في نطاق السياحة الصحية في تركيا. وكانت أذربيجان والعراق أكثر بلدين مصدرين للزوار وهو الأمر الذي ساهم أيضا في تعزير التعاون السياحي البيئي في منظمة التعاون الإسلامي. وفي نفس العام، حققت عائدات السياحة من الزوار الأجانب لأغراض صحية دخلا يقدر بـ1,1 مليار دولار أمريكي (USHAS, 2020).



وفي مجال السياحة الصحية، تعد تركيا إحدى أفضل سبع دول في العالم تتوفر على الينابيع الحارّة، بحوالي 1500 من موارد المياه الحارة الطبيعيّة. وقد أفاد معهد الرعاية الصحية العالميّة (2018) أن المسافرين لأغراض الصحة قاموا بما مجموعه 9,1 مليون رحلة حققت تركيا من خلالها 4,4 مليار دولار أمريكي في عام 2017.

ومع ذلك، تعتبر الأطر القانونيّة والمؤسسيّة التي تنظم وتشرف على سوق السياحة الصحيّة في تركيا حديثة نسبياً. فقد تم إنشاء وحدة السياحة الصحيّة في البلد تحت إشراف وزارة الصحة في عام 2010 وتم تشكيل مجلس تنسيق السياحة الصحيّة (SATURK) في عام 2015 لتحسين مستوى التنسيق بين مختلف الجهات الفاعلة في مجال السياحة الصحيّة. وفي عام 2019، تم إنشاء كيان آخر داخل وزارة الصحة (أي الشركة الدوليّة للخدمات الصحيّة المساهمة (USHAS)) لتعزيز الخدمات المقدّمة في مجال الخدمات الصحيّة الدوليّة ولدعم وتنسيق أنشطة القطاعين العام والخاص الموجهة لمجال السياحة الصحيّة. كما تروج تركيا لخدماتها وسوقها للسياحة الصحيّة من خلال بوابة إلكترونيّة عامّة (healthtourism.gov.tr).

الإمارات العربيّة المتحدّة

تصنّف السياحة الصحيّة في دولة الإمارات العربيّة المتحدّة ضمن المجالات السياحيّة ذات الأولويّة لتنويع الخدمات السياحيّة. وعلى وجه الخصوص، تبرز دبي وأبوظبي كوجهتين رائدتين للمسافرين لأغراض الرعاية الصحيّة على الصعيد الإقليمي والعالمي.

في عام 2014، تم تشكيل مجلس السياحة الصحيّة لجعل دبي وجهة معترف بها عالمياً فيما يتعلق بالعلاجات الصحيّة والطبيّة الاختياريّة. وتعد تجربة دبي الصحيّة (DXH) العلامة التجاريّة للسياحة الصحيّة في دبي تحت إشراف مجلس السياحة الصحيّة في هيئة الصحة بدبي (DHA)، التي تهدف إلى جذب أكثر من 500 ألف سائح دولي لأغراض الصحة بحلول عام 2021. وعلى وجه الخصوص، تهدف هيئة الصحة بدبي إلى ضمان وصول المرضى وأسرههم إلى مقدّمي الرعاية الصحيّة ذوي الخبرة الجيدة في دبي للحصول على رعاية عالية الجودة. وفي هذا الصدد، تم إطلاق بوابة إلكترونيّة مخصّصة (dxh.ae) حتى يتمكن الزوار المحتملون من الوصول إلى المعلومات الصحيّة. وعلاوة على ذلك، تم نشر "دليل دبي للسياحة الصحيّة" في عام 2019 والذي يقدم لمحة شاملة عن العيادات الصحيّة والمستشفيات والمراكز الصحيّة في دبي.

وعلى غرار دبي، هناك العديد من المرافق الصحيّة الحديثة التي تلبّي احتياجات الزوار الدوليين لأغراض الرعاية الصحيّة في أبوظبي. بحيث تحتل أبوظبي المرتبة 25 من أصل 41 وجهة خضعت للاستقصاء ضمن مؤشر السياحة الطبيّة 2016-2017. وكما هو الحال في دبي، تتوفر أبوظبي على بوابة إلكترونيّة مركزيّة حول السياحة الصحيّة (health.abudhabi.ae). وكنتيجة لهذه المبادرات الناجحة، يسافر كل عام ما متوسطه 16 ألف سائح لأغراض طبيّة إلى أبوظبي سعياً وراء خدماتها الصحيّة.



3.4 تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر لتنمية السياحة الصحية

تعد السياحة الصحية سوقاً سياحية متخصصة تكتسب أهمية متزايدة على المستوى العالمي. وتمتلك العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي بنية تحتية أساسية وتوفر بيئة مناسبة لتلبية احتياجات المسافرين لأغراض الرعاية الصحية. وفي هذه البلدان الأعضاء في المنظمة، بدأت الأنشطة المتعلقة بالسياحة الصحية في تعزيز عائدات السياحة، وخلق فرص العمل، وتحفيز النمو الاقتصادي. ومع ذلك، فإنه من الصعب الادعاء بأن العديد من هذه البلدان وصلت إلى كامل إمكاناتها. وهنا، سيساعد تحليل لنقاط الضعف والقوة والفرص والمخاطر على فهم الأسباب الكامنة وراء هذا الواقع. ويلخص الشكل 4.4 بعض نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر الرئيسية.

نقاط القوة

تعتبر العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي غنية من حيث عدد الموظفين ذوي التعليم الجيد والمرافق الصحية ذات الجودة. وعلاوة على ذلك، تتوفر على العديد من الموارد الطبيعية التي تتناسب وأغراض السياحة الصحية. ولكن يجب إدارة هذه الموارد في ظل تنسيق فعال لم تقم العديد من دول المنظمة بتطويره بعد. ومع المزيد من الاستثمار في هذا القطاع وتنوع الخدمات، يمكن لدول منظمة التعاون الإسلامي الاستئثار بحصة أعلى من سوق السياحة الصحية العالمية. ومع تحقيق زيادة في مساهمة السياحة الصحية في اقتصادات دول المنظمة، من المرجح أن يرتفع مستوى ازدهار في هذه البلدان بفضل الروابط الخلفية والأمامية للسياحة الصحية مع مختلف القطاعات الاقتصادية.

الفرص

الشكل 4.4: تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر بخصوص تنمية السياحة الصحية



المصدر: تحليل موظفي سيسرك



متوسط دخل الفرد في دول منظمة التعاون الإسلامي أخذ في الارتفاع (SESRIC, 2019a). وهذه فرصة سانحة لنمو قطاع السياحة الصحية في دول المنظمة حيث يولي الناس اهتماما أكبر بصحتهم ويفكرون في الاستفادة من خدمات السياحة الصحية المتاحة في بلدان أخرى مع ارتفاع مستويات دخلهم. وعلاوة على ذلك، ارتفع متوسط العمر المتوقع عند الولادة في دول منظمة التعاون الإسلامي (SESRIC, 2019b). وفي هذا السياق، من المتوقع أن تشهد بلدان المنظمة طلبا متزايدا على الخدمات السياحية الطبية والصحية، التي يمكن تقديم معظمها داخل منطقة المنظمة نفسها. ومن شأن الاستخدام الفعال للمصادر المتاحة لنمو قطاع السياحة الصحية مثل مؤسسات الرعاية الصحية والموظفين ذوي التعليم الجيد أن يكون أمرا مهما لاستضافة المزيد من المسافرين الدوليين لأغراض الرعاية الصحية في دول منظمة التعاون الإسلامي. ولذلك، يرجح أن تعزز السياحة الصحية الأنشطة السياحية البينية في المنظمة، إذا تم التخطيط لها وإدارتها بشكل صحيح.

حينما يتم السفر للسياحة الطبية أو الصحية في الخارج، ينصب اهتمام العديد من السياح المسلمين على ما إذا كانت الخدمات الأساسية المقدمة لهم يتم توفيرها بما يتماشى مع احتياجاتهم وحساسياتهم بما في ذلك توافر الأطعمة الحلال المعتمدة (Dinar Standard, 2012 and 2015). وفي هذا الصدد، تتمتع دول منظمة التعاون الإسلامي بميزة فريدة من نوعها حيث يقدم الكثير منها تجربة سياحة إسلامية متطورة بشكل جيد بفضل البيئة السياحية الملائمة للمسلمين القائمة. إذ ستساعد هذه البيئة دول المنظمة على استضافة المزيد من المسافرين لأغراض الرعاية الصحية مع مراعاة خصوصيات السياحة الإسلامية من قبل دول منظمة التعاون الإسلامي وخارجها.

نقاط الضعف

كشفت مراجعة تجربة دول منظمة التعاون الإسلامي أن العديد من دول المنظمة بدأت في تطوير آليات مؤسسية واستراتيجيات على المستوى الوطني لتعزيز تنمية قطاع السياحة الصحية. ومع ذلك، لا تزال العديد من دول المنظمة تفتقر لمثل هذه الآليات.

وباعتبار السياحة الصحية قطاعا حديث النشأة في قطاع السياحة العالمية، فهي لم تتلق استثمارات كافية في بعض دول منظمة التعاون الإسلامي. لذلك، لم تستطع هذه البلدان تلبية احتياجات المسافرين الدوليين لأغراض الرعاية الصحية وفقا للمعايير المعترف بها عالميا. ولكن يمكن للمستثمرين إيلاء الاهتمام الواجب لهذا القطاع المتخصص من خلال الأخذ بعين الاعتبار كلا من حجم سوقه الكامن والمتنامي. و من شأن العدد المتزايد من قصص النجاح في دول منظمة التعاون الإسلامي والحوافز أن تشجع المستثمرين لإيلاء المزيد من الاهتمام لهذا القطاع الهام.

وبالرغم من جميع التطورات والدراسات التي أجريت، فإن سوق السياحة الصحية يعتبر سوقا متخصصا ناشئا. وهناك عدد من العوامل التي تعوق تنمية السوق والتي تحتاج دول منظمة التعاون الإسلامي إلى معالجتها. كما أنه لا وجود لتعريف شامل للسياحة الصحية والطبية ولأغراض الإحساس بالعافية. فكل بلد يستخدم هذه المصطلحات في إطار فهمه الخاص كما هو الحال في جمع بيانات خدمات السياحة الصحية أو تسويقها. ووفقا لجونستون وآخرون (Johnston et al., 2011)، استنادا إلى 12 دراسة حالة قطرية متعمقة شملت ثلاث دول من منظمة التعاون الإسلامي (إندونيسيا والأردن والمغرب) كشف أن التعريفات غير المتسقة في القطاع تسبب ارتباكا للمستهلكين.

وهناك تحديات كبيرة أمام الحصول على بيانات وإحصاءات جيدة وقابلة للمقارنة عن قطاع السياحة الصحية. بحيث يتم الاحتفاظ ببعض البيانات من قبل شركات التأمين ولكنها غير متاحة على الإطلاق. وبدون مجموعات البيانات الدولية المنسقة والرسمية، فإنه لا يمكن إجراء بحث بشكل فعال. وعلاوة على ذلك، يمكن لمجموعات البيانات ذات الجودة الرديئة أن تضلل صناعات السياسات (UNWTO and European Travel Commission, 2018).

وتفتقر الهياكل التنظيمية في بعض دول منظمة التعاون الإسلامي للتخطيط السليم مما يتطلب التنسيق الفعال على المستوى الوطني. كما إن عدم وجود هيئة تنسيق على المستوى الوطني لقطاع السياحة الطبية والسياحة الصحية يثني الجهات الفاعلة في السياحة بما في ذلك المستثمرين المحتملين في بعض دول المنظمة. وإن الإجراءات القانونية والتنظيمية الأساسية لقطاع السياحة الصحية ليست أيضا متاحة بالكامل في بعض دول المنظمة. وفي إطار هذه المعطيات، قد لا يحصل المسافر الدولي لأغراض الرعاية الصحية على معلومات كاملة حول حقوقه أو لا يعرف الجهة المعنية لتلقي الشكاوى في حال حدوث أي ممارسات سيئة.

ويعتبر نقص رأس المال البشري في بعض دول منظمة التعاون الإسلامي أيضا من بين التحديات التي تقيد نمو هذا القطاع. إذ يمكن للموظفين الذين يعانون من نقص في المعارف والتدريب الجيد أن يضرروا بصورة مؤسسة الرعاية الصحية والبلد على حد سواء. وغالبا ما يحتاج الموظفون في قطاع السياحة الصحية إلى تدريب إضافي في اللغات والثقافة ومهارات الاتصال لتقديم خدمات فعالة للمسافرين الدوليين. وهذا يتطلب التنسيق الفعال بين الجهات الفاعلة الوطنية مثل وزارة السياحة ووزارة التربية والتعليم ورابطات السياحة.

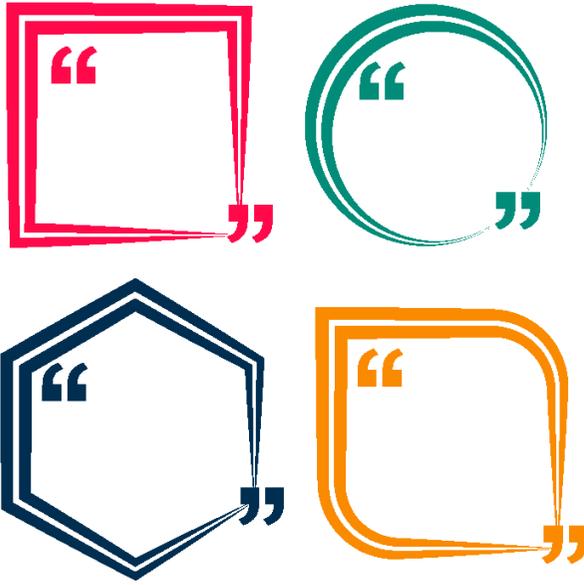
المخاطر

هناك منافسة متزايدة في مجال السياحة الصحية على الصعيد العالمي. وستجبر هذه المنافسة عددا من دول منظمة التعاون الإسلامي على تقديم خدمات ذات جودة أفضل وبأسعار تنافسية من أجل الحصول على حصة سوقية أعلى. فبلدان المنظمة تحتاج إلى تطوير استراتيجياتها الوطنية لتعزيز السياحة الصحية حيث لا توجد وثيقة أو استراتيجية توجيهية على مستوى منظمة التعاون الإسلامي من شأنها أن تكون بمثابة مرجع. ومع زيادة نفقات الرعاية الصحية في دول المنظمة بسبب ارتفاع متوسط العمر المتوقع، يزداد الضغط على أنظمة الضمان الاجتماعي. وفي هذا الصدد، توقفت خدمات الضمان الاجتماعي لبعض البلدان (أو وضعت لها حدا أعلى) في حين توفير تغطية لتكاليف بعض العمليات الطبية أو الخدمات الصحية التي يتم إجراؤها في الخارج. وعلاوة على ذلك، تميل بعض شركات التأمين الخاصة إلى تقليل عدد الخدمات الشاملة المغطاة بالكامل للمسافرين الدوليين لأغراض الرعاية الصحية. وكنتيجة لذلك، يحتاج عدد متزايد من المسافرين الدوليين لأغراض الرعاية الصحية إلى الدفع من أموالهم الخاصة أو دفع أقساط تأمين مرتفعة.





الفصل الخامس ملاحظات ختامية وآثار السياسات



تتمتع دول منظمة التعاون الإسلامي كمجموعة بإمكانيات هائلة تخول لها تنمية قطاع مستدام للسياحة الدولية، وذلك بفضل ما تزخر به من إرث طبيعي وجغرافي وتاريخي وثقافي يتسم بالغنى والتنوع. وبوسع قطاع السياحة الدولية أن يلعب دورا هاما في تنمية هذه البلدان من خلال تحفيز النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل إذا تم التخطيط له وإدارته على نحو سليم. ومع ذلك، بالنظر إلى حصتها المتواضعة في سوق السياحة العالمية وتمركز النشاط السياحي في عدد قليل منها، يبدو أن مستويات التنمية السياحية والتعاون المرغوب فيها 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 إمكانات هذه البلدان مقارنة بالمتوسط العالمي، وذلك سواء من حيث مساهمة قطاع السياحة في العمالة أو الناتج المحلي الإجمالي. وتعد القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في دول منظمة التعاون الإسلامي، في المتوسط، أيضا متخلفة عن المتوسط العالمي.

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 المهنية حول قطاع السياحة ورأس المال البشري. وغالبا ما يكون هذا مصحوبا بغياب أو ضعف استراتيجيات التسويق والترويج المستهدفة. كما أن الاستخدام غير الفعال لمنصات وتكنولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر أيضا من بين الأسباب التي تجعل مجموعة دول منظمة التعاون الإسلامي غير قادرة على تحقيق إمكاناتها الكاملة. علما أن عددا متزايدا من البلدان على الصعيد العالمي تستخدم جهات مؤثرة على وسائل التواصل (الاجتماعي) للوصول إلى مجموعاتها المستهدفة. ومع ذلك، فإن عددا محدودا فقط من دول المنظمة هي التي تستفيد من طرق التسويق الجديدة هذه.

كما يفترق عدد من بلدان المنظمة للبنى التحتية الفعالة اللازمة لتنمية قطاع سياحي مستدام. ومن أهمها الخدمات الفندقية والسكنية والنقل والتواصل وخدمات توفير المعلومات السياحية. وهذا يجعل من الصعب توفير المرافق والخدمات السياحية ذات المعايير الدولية للسياح. وعلاوة على ذلك، يمكن أن تؤدي الممارسات السيئة أو التجارب السيئة الناشئة عن مشكلة تتعلق بالبنية التحتية إلى إلحاق الضرر بالصورة السياحية للبلد وتتطلب جهودا إضافية (مثل حملات التسويق والترويج الجديدة، وحوافز لمنظمي الرحلات السياحية) لاستعادتها في عالم يتسم بالعولمة إلى حد كبير.

ويعد مستوى الاستثمارات المتعلقة بالسياحة عاملا هاما يلعب دورا حاسما في تنمية قطاع السياحة في أي بلد. ففي الوقت الذي يعد فيه الاستثمار في الخدمات نشاطا اقتصاديا قائما 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، استثمارا تحوم حوله المخاطر أو يكون أقل ربحا. ووفقا لذلك، فإن بعض



بلدان المنظمة لا تزال تواجه صعوبات جمة في سعيها للوصول إلى تمويل معقول لمشاريعها السياحية حتى ولو تم التعامل بنجاح مع مشاكل تحديد المشاريع والتخطيط لها.

وهناك مشكلة أخرى شائعة تظهر في عدد من دول منظمة التعاون الإسلامي في مجال السياحة وهي التخطيط وتطوير الاستراتيجيات في مجال السياحة. فبعض البلدان الأعضاء في المنظمة لا تتوفر على استراتيجيات وسياسات مدروسة جيدا وقائمة على الأدلة في مجال السياحة. وقد تمكنت بعضها من تطوير استراتيجيات راسخة ولكنها واجهت صعوبات في مرحلة التنفيذ بسبب تضارب السياسات بين الإدارات العامة والوكالات السياحية الخاصة. وتقرن هذه المشكلة أحيانا بنقص الأطر الفعالة للإدارة والتنظيم والأطر المؤسسية التي لا يتم فيها تحديد مسؤوليات مختلف الجهات الفاعلة الوطنية بشكل سليم.

وعلى الرغم من أن المسافرين الدوليين بمن فيهم أولئك الذين مصدرهم دول منظمة التعاون الإسلامي يبحثون بشكل متزايد عن خدمات سياحية جديدة ومبتكرة، إلا أن التنوع المحدود للخدمات السياحية مشترك في عدد من دول المنظمة. وهذا يجعل من الصعب على الكثير من بلدان المنظمة مواكبة التغيير السريع والمتطلبات المعقدة للسياح الدوليين، بما فيها 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، هناك مشاغل متعلقة بالسياحة الصحية والأمن السياحي في بعض بلدان المنظمة. وفي هذا السياق، يجدر بالذكر أن سلامة السياح وصحتهم هي العامل الأساسي لأي وجهة سياحية ناجحة، وبالتالي يجب أن تكون إحدى الأهداف الأساسية الواجب مراعاتها في تخطيط وإدارة السياحة. فمشاكل السياحة المتعلقة بعنصر الأمن أو الصحة، سواء كانت حقيقية أو متصورة، تفرض أثرا سلبيا للغاية على سمعة البلدان المضيفة. وفي هذا السياق، يبدو أن المفاهيم المغلوطة التي تحوم حول النظافة أو الصحة العامة أو عدم الاستقرار السياسي تلعب دورا سلبيا في آفاق السياحة في العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي. فعلى سبيل المثال، من المتوقع أن يؤثر تفشي فيروس كورونا عام 2020 في الصين بشكل سلب على عدد السياح الوافدين في عدد من دول منظمة التعاون الإسلامي التي تقع بشكل خاص في آسيا. ولذلك، ينبغي أن يكون لدى بلدان المنظمة استراتيجيات وخطط حول كيفية الاستجابة لمثل هذه المواقف غير المتوقعة في قطاع السياحة وضمان سلامة وصحة السياح الدوليين في حالة الأزمات بهدف تقليل الآثار السلبية المحتملة.

لكن بالرغم من كل هذه التحديات وتواضع حصة بلدان المنظمة في سوق السياحة العالمية، مازال هناك مجال كبير لتنمية قطاع السياحة الدولية المستدامة في هذه البلدان. فضمن القطاعات الفرعية المتخصصة للسياحة، تتمتع السياحة الإسلامية بما يكفي من الإمكانيات لتنمية قطاع السياحة في الدول الأعضاء في المنظمة. كما أن هناك مستوى متزايد من الوعي حول الإمكانيات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للسياحة الإسلامية على مستوى قمة هرم صنع السياسات. كما اكتسبت تنمية السياحة الإسلامية أهمية أكبر في جدول أعمال منظمة التعاون الإسلامي مثل "خارطة الطريق الاستراتيجية لتنمية السياحة الإسلامية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي" التي تم تبنيها في 2018 في دكا، بنغلاديش. والوسيلة الأخرى



البديلة للنمو في المجال السياحي لبلدان منظمة التعاون الإسلامي هي السياحة الصحية التي من شأنها أن تساعد في تنوع المنتجات والخدمات السياحية مثل السياحة الطبية أو السياحة الصحية أو السياحة العلاجية (المنتجات الصحية).

ونظراً لأن مجموعة بلدان منظمة التعاون الإسلامي تمثل حوالي ربع سكان العالم، فهناك مجال واسع لتنمية أنشطة السياحة البيئية فيها. وكما تشير الأرقام المتعلقة بالسياحة البيئية في منظمة التعاون الإسلامي الواردة في القسم الثالث، فإن هناك تقدماً إيجابياً 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 المتعلقة بالسياسات. وبشكل خاص، من شأن مثل هذه الإجراءات والتدخلات السياساتية أن تفسح المجال أمام دول المنظمة للاستفادة من العديد من الفرص الاجتماعية والاقتصادية الكامنة في أنشطة السياحة البيئية في المنظمة.

وبشكل عام، يتطلب تطوير صناعة سياحية دولية مستدامة اعتماد استراتيجيات بعيدة المدى 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 وأيضاً على مستوى التعاون في منظمة التعاون الإسلامي لتكون بمثابة خطوط عريضة للسياسات التي يجب على الدول الأعضاء تسليط الضوء عليها.

على المستوى الوطني

التنوع في المنتجات والخدمات السياحية: في ظل احتدام المنافسة فيما بين الجهات 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 قطاعات السياحة المتخصصة مثل السياحة الإسلامية والصحية التي تزخر بإمكانات كبيرة لتحقيق التنمية الاقتصادية. ووفقاً لمعهد الرعاية الصحية العالمية (2018)، تتناول الاستراتيجية الوطنية للسياحة في ثمانية بلدان فقط من منظمة التعاون الإسلامي من أصل 19 بلداً مجال السياحة الصحية. وفي هذا الصدد، يجب إيلاء المزيد من الاهتمام للسياحة الطبية والصحية والسياحة العلاجية (المنتجات الصحية) التي من شأنها أن تنتج المزيد من خدمات السياحة ذات القيمة المضافة.

تطوير مشاريع مستدامة لتنمية السياحة: ينبغي إقحام عملية 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. فمثل هذه المشاريع السياحية من شأنها أن تساعد



دول منظمة التعاون الإسلامي ليس فقط على تطوير قطاعها السياحي، بل ستساعد أيضا في تحقيق العديد من أهداف التنمية المستدامة والأهداف المحددة في برنامج عمل منظمة التعاون الإسلامي لعام 2025.

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. وإن الاستثمار في هذه الخدمات لن يساعد فقط في استضافة المزيد من السياح بل سيزيد أيضا من تحقيق رضاهم عن جودة الخدمات التي من شأنها تعزيز الصورة السياحية للبلاد.

تحسين مستوى الأمان والخدمات الصحية في قطاع السياحة: لا بد من بذل جهود إضافية لخلق بيئة مواتية تضمن سفر السياح في جو من الأمان والصحة عن طريق توفير تدابير متينة للأمن الحدودي ومستشفيات مجهزة بوحدة من أجل المرضى الدوليين. ويمكن استخدام شرطة السياحة ووحدة خدمات الطوارئ الصحية لتحسين السلامة وضمان صحة الزوار في مواقع الجذب السياحي في دول منظمة التعاون الإسلامي.

مراجعة القوانين والتنظيمات الخاصة بالحدود والجمارك: يرغب السياح الدوليون أن يمرروا بتجارب لطيفة وسلسة خلال زيارتهم خاصة عند نقاط التفتيش الحدودية والجمركية. وفي هذا السياق، توصى بلدان المنظمة بالقيام بمراجعة شاملة لقوانينها وأنظمتها القائمة لإلغاء 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، والتأشيرات عند الوصول 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 القطاع الخاص في تطوير السياحة من خلال تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص بهدف وضع السياسات والاستراتيجيات والقوانين المتعلقة بتنمية السياحة المستدامة. وعلاوة على ذلك، يجب إشراك العديد من ممثلي القطاع الخاص في هذه الجهود. فعلى سبيل المثال، في مجال السياحة الصحية، يمكن أن يلعب التعاون بين الجهات المقدمة للرعاية الصحية وأماكن الإقامة ومقدمي الخدمات الترفيهية دورا هاما في فهم احتياجات وتوقعات مختلف أصحاب المصلحة.

إذكاء الوعي: من أجل المساعدة في تغيير تصورات الناس حول السياحة وزيادة وعيمهم بشأن الفرص والتحديات التي تكمن فيها، ينبغي تعزيز التعليم الموجه للسياحة وتطويره. ويجب أن يكون هذا مصحوبا باستخدام الفعال لوسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي. كما يمكن أن يكون استخدام التسهيلات

الترويجية الأخرى مثل المحتويات التي تنتجها الجهات المؤثرة المعروفة على وسائل التواصل الاجتماعي أو الرياضيون البارزون فعالة بهدف الترويج لمعالم الجذب القائمة والموارد السياحية المتاحة.

الاستثمار في رأس المال البشري: تحتاج العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي إلى زيادة عدد وجودة العاملين في مجال السياحة. وينبغي توفير برامج للتدريب بشأن مختلف الجوانب المتعلقة بالسياحة من قبل السلطات الوطنية المعنية بالسياحة، لا سيما للأشخاص والموظفين المنخرطين بشكل مباشر في الأنشطة السياحية. كما يجب أن تغطي هذه البرامج مجموعة واسعة من المواضيع مثل اللغات الأجنبية، والسياحة المسؤولة، وتقنيات السياحة الإلكترونية، والآثار البيئية والسوسيوثقافية للسياحة. ولتسهيل هذه البرامج، يجب اتخاذ إجراءات لتزويد المجتمعات المحلية بالدعم المالي والفني وتنمية القدرات الريادية والمهارات الإدارية، خاصة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في قطاع السياحة. وستساعد هذه الجهود على تحسين جودة المنتجات والخدمات السياحية والرفع من قدرتها التنافسية.

تطوير استراتيجيات وطنية وآليات توجيهية: تتطلب تنمية السياحة تنسيقاً فعالاً بين مختلف السلطات العامة مثل وزارة السياحة والنقل والطيران المدني في إطار استراتيجية وطنية شاملة. وعلى وجه الخصوص، يعتبر الانخراط الواسع لمختلف الجهات الفاعلة أمراً ضرورياً بالنسبة لقطاعات السياحة المتخصصة مثل السياحة الإسلامية والسياحة الصحية. وعلى سبيل المثال، يجب أن تكون وزارة الشؤون الدينية والمعايير الوطنية ومؤسسة الاعتماد جزءاً من لجنة توجيهية على المستوى الوطني لتنمية السياحة الإسلامية. وعلى نفس المنوال، من الضروري ضم ممثلين عن وزارة الصحة والمؤسسة الوطنية للمعايير والاعتماد إلى اللجنة التوجيهية الوطنية لتنمية السياحة الصحية. وبشكل خاص، تقدم منظمة السياحة العالمية ولجنة السفر الأوروبية (2018) مجموعة أدوات حول كيفية تطوير استراتيجية وطنية تتضمن الخطوات التالية: تشكيل فريق للتنمية؛ وإجراء تحليل للمخزون؛ وضع معيار دولي وإجراء تحليل للمنافسين؛ والنظر في بيانات المستهلك وتقسيمه؛ والتخطيط والتنمية والحضانة؛ وتحديد المواقع والعلامات التجارية؛ والتنفيذ والرصد. وفي هذا السياق، يمكن لبلدان منظمة التعاون الإسلامي الاستفادة من مجموعة الأدوات الشاملة المقترحة من قبل منظمة السياحة العالمية أثناء تنمية قطاعات السياحة المتخصصة.

على مستوى التعاون في منظمة التعاون الإسلامي

تنظيم برامج وحملات ترويجية مشتركة: ينبغي وضع برامج مشتركة ومواد ترويجية خاصة بالسياحة في بلدان منظمة التعاون الإسلامي، مثل البرامج التلفزيونية والمطويات والملصقات والكتيبات الإرشادية وجعلها في متناول الدول الأعضاء والبلدان الأخرى في جميع أنحاء العالم من أجل تعزيز التراث الثقافي والتنوع وأسواق السياحة المتخصصة لوجهات المنظمة. 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 المبادئ التوجيهية أو الكتالوجات على الإنترنت.



تحسين توافر وجودة البيانات عن السياحة: يعد توافر وجودة البيانات والإحصاءات السياحية مجالاً تحتاج فيه العديد من بلدان منظمة التعاون الإسلامي إلى بذل المزيد من الجهود. ولا يزال هناك عدد من بلدان المنظمة التي تواجه صعوبات في جمع إحصاءاتها السياحية والإبلاغ عنها وفقاً للمعايير التي اعتمدها منظمة السياحة العالمية. والأسوأ من ذلك، عندما يتعلق الأمر بقطاعات السياحة المحددة مثل السياحة الإسلامية أو السياحة الصحية، فإن العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي تقدم بيانات جودة مختلفة تحول دون إجراء تحليل مقارن شامل لعدة بلدان. وفي هذا الصدد، تحتاج بلدان منظمة التعاون الإسلامي إلى تطوير قدرات مكاتب الإحصاء الوطنية (NSO) كما هو الحال في مجال حسابات السياحة الفرعية (TSA). وفي هذا السياق، يقدم سيسرك، وهو جهاز فرعي لمنظمة التعاون الإسلامي، برامج تدريبية وبرامج بناء قدرات لصالح مكاتب الإحصاء الوطنية لدول المنظمة. وتُنصح بلدان المنظمة بالاستفادة من هذه البرامج التي يقدمها سيسرك والتي يمكن أن تساعد في جمع بيانات ذات جودة أفضل حول السياحة والإبلاغ عنها وفقاً للمعايير الدولية.

إدراج السياحة الصحية في جدول أعمال التنمية السياحية لمنظمة التعاون الإسلامي: كما نوقش بالتفصيل في القسم 4، فإن قطاع السياحة الصحية تتوفر على القدرة على تقديم مساهمة كبيرة في تنمية بلدان منظمة التعاون الإسلامي وتعزيز التعاون البيئي فيها. وفي هذا الصدد، على مستوى التعاون في المنظمة، يجب إيلاء اهتمام خاص لهذا القطاع الفرعي الهام من قطاع السياحة من أجل التوصل إلى وثيقة خارطة طريق. إذ يمكن أن توفر مثل هذه الوثيقة إرشادات لدول منظمة التعاون الإسلامي حول كيفية تنمية قطاع السياحة الصحية من خلال الاستفادة من تجارب بلدان المنظمة الأخرى. وفي الواقع، اتخذت الكومسيك بعض الخطوات الأولية في هذا الاتجاه. وقد عُقد الاجتماع السابع لمنتدى السياحة في القطاع الخاص لمنظمة التعاون الإسلامي والكومسيك في 6 مارس 2018 في إسطنبول، تركيا تحت شعار "آفاق تنمية السياحة الصحية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي". وعلاوة على ذلك، سيتم عقد الاجتماع 15 لمجموعة عمل الكومسيك للسياحة في أنقرة، تركيا في 9 أبريل 2020 حول موضوع "السياحة الصحية: تنمية السياحة الطبية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي". وفي هذا السياق، من المتوقع أن توفر نتائج مثل هذه الاجتماعات المهمة على مستوى منظمة التعاون الإسلامي بعض الأدلة المهمة والتوصيات العملية المتعلقة بالسياسات لتنمية السياحة الصحية في بلدان المنظمة.

تنظيم برامج لبناء القدرات والتدريب على مستوى منظمة التعاون الإسلامي: يتعين وضع وتنظيم برامج مشتركة لبناء القدرات في مختلف جوانب قطاع السياحة بما في ذلك القطاعات المتخصصة ذات الإمكانيات العالية مثل السياحة الصحية والإسلامية 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.

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 دوراً جوهرياً 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 مستوى منطقة المنظمة. ومن الممكن أيضا تشكيل مثل هذه التحالفات في قطاعات سياحية محددة مثل تحالف منظمة التعاون الإسلامي للسياحة حول السياحة الإسلامية أو تحالف منظمة التعاون الإسلامي للسياحة بشأن السياحة الصحية.

تسهيل السياسات الخاصة بالتأثيرات وتطوير حلول إقليمية: هناك حاجة لإعادة النظر في السياسات والنظم الخاصة بالتأثيرات 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 الدوليين فحسب، بل سيجعل البلدان والمناطق أكثر جذبا 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. 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.

الاستثمار في شبكات النقل الإقليمية: إن شبكات النقل القائمة بين دول منظمة التعاون الإسلامي ليست بالقوية ولا تتمتع بالتنافسية الكافية في كثير من الأحيان لتلبية الطلب المتزايد. 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 لوجههم 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 البيئية في المنظمة.

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. وعلى سبيل المثال، في مجال السياحة الصحية، يوجد العديد من السياح المحتملين لأغراض الصحة دون وعي كاف بالمنتجات والخدمات التي تقدمها دول منظمة التعاون الإسلامي والتي تكون في الغالب بالمعايير الدولية وبأسعار تنافسية. وفي هذا الصدد، تعتبر الأنشطة مثل المعارض القطاعية والمهرجانات مهمة للهبوض بمستوى الوعي بين السياح والمستثمرين المحتملين، فضلا عن كونها ذات دور فعال في الترويج والتسويق. وفي مجال المعارض والفعاليات السياحية، يسهر المركز الإسلامي لتنمية التجارة (ICDT)، وهو جهاز فرعي لمنظمة التعاون الإسلامي، بشكل نشط جدا وبانتظام على تنظيم المعارض السياحية في مختلف مناطق المنظمة. وفي هذا السياق، يتعين تشجيع بلدان المنظمة على المشاركة الفعالة في المعارض التي ينظمها المركز الإسلامي لتنمية التجارة. ومن المهم أيضا تنظيم مثل هذه الأنشطة في جميع المناطق الجغرافية للمنظمة وذلك لتمكينها جميعا من الاستفادة من مثل هذه الفعاليات. كما أن هناك حاجة إلى فعاليات مخصصة لغرض معين (معارض ومهرجانات ومنتديات) لطرح منتجات وخدمات فئات السياحة المتخصصة مثل السياحة الصحية أو الإسلامية أمام دول المنظمة والترويج لها.



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 أو قطاعية فضلا عن التقليل من الوقت والتكلفة المطلوبين لتصميم السياسات التي من شأنها الإسهام في تعزيز التعاون السياحي البيئي في منظمة التعاون الإسلامي.

ضمان وجود إرادة والتزام سياسيين: لم تتمكن عدة مبادرات لمختلف التكتلات والجماعات الإقليمية في جميع أنحاء العالم من بلوغ أهدافها 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.



AITF (2018), Azerbaijan Prepares Action Plan for Development of Health Tourism, Available at: <http://aitf.az/en-opennews/6535.41.html>.

Bloomberg (2020), Singapore Coastline Packed With Ships Full of Oil No One Wants 27 April 2020, Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-04-27/oil-glut-swells-off-asian-trading-hub-on-global-storage-scramble>.

Dinar Standard (2012), Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012, Landscape and Consumer Needs Study.

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

Dinar Standard (2019), State of the Global Islamic Economy Report 2019/20.

Eurostat (2011). Tourism Satellite Accounts (TSA) in Europe (KS-RA-10-031-EN-N). Luxembourg.

Garcia-Altes, A. (2005). The Development of Health Tourism Services. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 262–266. doi:10.1016/j.annals.2004.05.007

Grand View Research (2019). Medical Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report by Country (Turkey, Costa Rica, Thailand, India, Mexico, Singapore, Brazil, Malaysia, Taiwan, Colombia, South Korea), And Segment Forecasts, 2019-2026. Grand View Research, Inc.

GW (2018), Global Wellness Tourism Economy 2018, Global Wellness Institute.

IATA (2020), Global Trade Forecast Points to a Steep Decline in Air Cargo Volumes, version 9 April 2020, Available at: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/global-trade-forecast-points-to-a-steep-decline-in-air-cargo-volumes>.

ICAO (2020), Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis, 6 April 2020.

IMTJ (2017a), Record Health Tourism Numbers for Iran, *International Medical Travel Journal* Available at: <https://www.imtj.com/news/record-health-tourism-numbers-iran/>.

IMTJ (2017b), Iran Shifts Gears in Promoting Medical Tourism, *International Medical Travel Journal*, Available at: www.imtj.com/news/iran-shifts-gears-promoting-medical-tourism.



Jakarta Globe (2019), Medical Tourism a New Target for Government. Available at: <https://jakartaglobe.id/business/medical-tourism-a-new-target-for-govt>.

Johnston, K., Puczkó, L., Smith, M., & Ellis, S. (2011). Wellness tourism and medical tourism: where do spas fit? Paper presented at the Global Spa Summit 2011, New York.

Mainil, T, Eijgelaar, E, Klijs, J, Nawijn, J, Peeters, P. (2017), Research for TRAN Committee – Health Tourism in the EU: A General Investigation, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels

Malaysia Healthcare Travel Council (2018), Healthcare Travel in Malaysia Setting the Standard (online), Available at: www.mhtc.org.my

Mastercard and Crescent Rating (2019), Global Muslim Travel Index Report 2019.

OECD (2020). Evaluating the Initial Impact of COVID-19 Containment Measures on Economic Activity. Version 14 April 2020. Available at: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/evaluating-the-initial-impact-of-covid-19-containment-measures-on-economic-activity-b1f6b68b>.

Oguz, B., Gordon, G., and Cruz, H.H. (2020), Global Tourism and the COVID-19 Pandemic, Op-Ed, Daily Sabah, 20 April 2020. Available at: <https://www.dailysabah.com/opinion/op-ed/global-tourism-and-the-covid-19-pandemic>.

Persic, M., and Vlastic, D. (2018). Health Tourism Development-Specifics of Croatian Health/Spas/Healing Resorts and Special Hospitals-State and Possibilities. In Traditions and Innovations in Contemporary Tourism. Cambridge Scholars Publishing.

Ruggeri, K., Záliš, L., Meurice, C. R., Hilton, I., Ly, T. L., Zupan, Z., & Hinrichs, S. (2015). Evidence on Global Medical Travel. Bulletin of the World Health Organization, 93, 785-789.

SESRIC (2019a), OIC Economic Outlook 2019, Ankara.

SESRIC (2019b), OIC Health Report 2019, Ankara.

UNWTO (2020a), International Tourism Arrivals Could Fall By 20-30% in 2020. News Release, 27 March 2020.

UNWTO (2020b), Supporting Jobs and Economies through Travel & Tourism: A Call for Action to Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID-19 and Accelerate



Recovery. Available at: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf.

UNWTO (2020c), COVID - 19 Related Travel Restrictions A Global Review for Tourism, (second version) 28 April 2020, Available at: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/TravelRestrictions%20-%2028%20April.pdf>.

UNWTO (2020d), World Tourism Barometer, Volume 18, Issue 6, October 2020 <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6>.

UNWTO and European Travel Commission (2018). Exploring Health Tourism, United Nations World Tourism Organization, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420209>

USHAS (2020). Health Tourism, Available at: <http://www.ushas.com.tr/health-tourism.html>

Voigt, C., Laing, J., Wray, M., Brown, G., Howat, G., Weiler, B., Trembath, R. (2010). Health Tourism in Australia: Supply, Demand and Opportunities, Gold Coast, Queensland, CRS for Sustainable Tourism, National Library of Australia.

WTCC (2019), Medical Tourism: A Prescription for a Healthier Economy. World Travel and Tourism Council.

WTTC (2020), Data Gateway, OIC Factsheet 2020. World Travel & Tourism Council.

مصادر البيانات

Global Muslim Travel Index 2019, Mastercard and Crescent Rating.

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

OIC Statistics (OICStat) Database.

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

UNWTO, World Tourism Organisation, Compendium of Tourism Statistics CD-ROM: 2018

UNWTO, World Tourism Organisation, World Tourism Barometer 2019 and 2020 editions.

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

