



كلمة مكتب تنسيق الكومسيك

عن

السياحة

كلمة مكتب تنسيق الكومسيك عن السياحة

لقطاع السياحة أهمية بالغة في كل من الدول النامية والمتقدمة. حيث تربطها عدة روابط بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، كما ترتبط بأكثر من ١٨٥ نشاطاً اقتصادياً من جانب العرض، بما لها من آثار مباشرة وغير مباشرة على تلك القطاعات.

وفي السنوات الأخيرة، برزت قدرة السياحة على توفير فرص عمل، وتحفيز أسواق رأس المال، وجذب الاستثمارات الأجنبية، وإضافة قيمة على المستوى المحلي والقومي والإقليمي. وخلال السنوات الخمسة الأخيرة، حققت السياحة نمواً أسرع من التجارة العالمية. ففيما سجلت حركة التجارة العالمية نمواً سنوياً بواقع ٣-٢ بالمائة، فقد أحرز قطاع السياحة نمواً سنوياً قدره ٤,٥-٣,٥ بالمائة. ويشكل مجال السياحة ٧ بالمائة من إجمالي السلع والخدمات عام ٢٠١٦^١.

الاتجاهات الحديثة في السياحة الدولية

استمر قطاع السياحة في النمو مع تزايد عدد السياح. وفي عام ٢٠١٧ ارتفع عدد السياح بنسبة ٧ بالمائة ليصل إلى ١,٣ مليار. وارتفع عدد السياح المسافرين عام ٢٠١٧ بواقع ٨٧ مليون سائح مقارنةً مع العام السابق. ويتوقع أن يزداد العدد بنسبة ٣% سنوياً ليصل إلى ١,٨ مليار بحلول عام ٢٠٣٠.

كما أبرزت عائدات قطاع السياحة الدولية صعوداً في منحنى القطاع. حيث بلغت عائدات السياحة العالمية إلى ١,٣٣ تريليون دولار في عام ٢٠١٧، بارتفاع من ١,٢٢ تريليون دولار في عام ٢٠١٦^٢.

الجدول ١. وفود السياحة الدولية وعائدات السياحة

٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٥	٢٠١٠	٢٠٠٥	٢٠٠٠	
١,٣٢٢	١,٢٣٥	١,١٨٩	٩٥٣	٨٠٩	٦٧٤	عدد السياح (بالمليون)
٧	٣,٩	٤,٥	٦,٥	٥,٩	٨,١	التغيير السنوي (بالمائة)
١,٣٣٢	١,٢٢٠	١,١٩٦	٩٦١	٧٠١	٤٩٥	عائدات السياحة (بالمليار دولار)

المصدر: منظمة السياحة العالمية

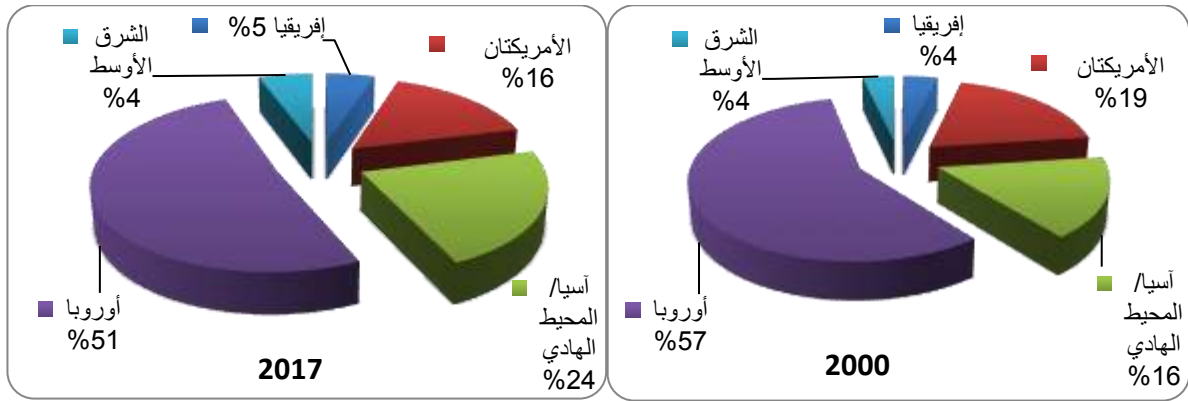
حصة المنطقة في السياحة الدولية

في العقود الأخيرة، أبرزت أنشطة السياحة الدولية انتشاراً جغرافياً ممتداً وتنوعاً واضحاً في الوجهات السياحية. كما ظهرت أسواق سياحية جديدة في المناطق النامية في دول آسيا والمحيط الهادي والشرق الأوسط وإفريقيا. وقد أسهم هذا الانتشار السريع للأسواق الجديدة في زيادة المنافسة في قطاع السياحة. وكما يظهر في الشكل ١ و٢، فقد انخفضت حصة الوجهات الشائعة التقليدية، كالأمريكتين وأوروبا في قطاع السياحة لصالح الشرق الأوسط وإفريقيا ودول المحيط الهادي، من حيث عدد السياح وعائدات السياحة.

^١ منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، السمات البارزة للسياحة، ٢٠١٧

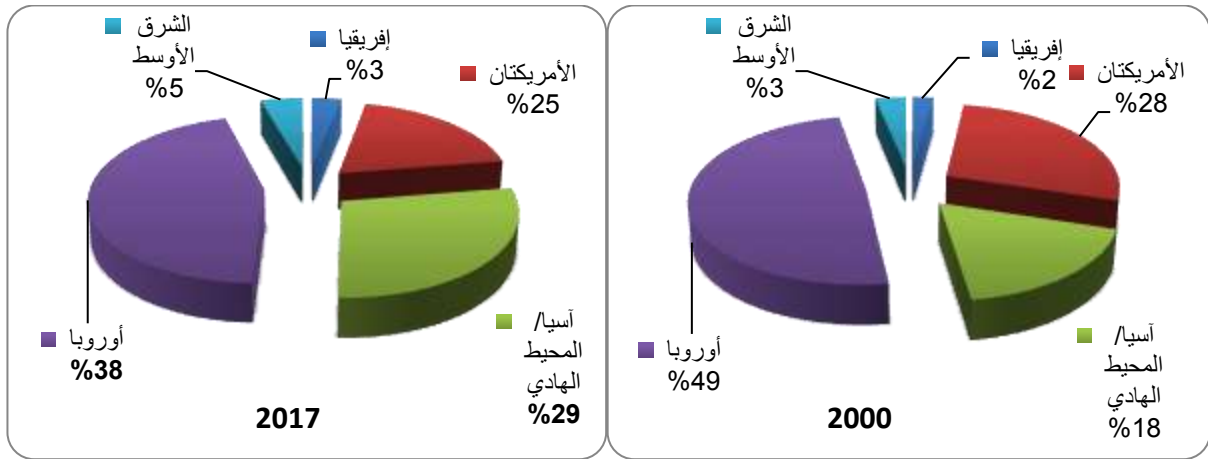
^٢ منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، السمات البارزة للسياحة، ٢٠١٧

الشكل ١: عدد السياح حسب المنطقة (٢٠١٧-٢٠٠٠)



المصدر: منظمة السياحة العالمية

الشكل ٢: عائدات السياحة حسب المنطقة (٢٠١٦-٢٠٠٠)



المصدر: منظمة السياحة العالمية

السياحة في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

كما أن قطاع السياحة من القطاعات الحيوية لدول منظمة التعاون الإسلامي من حيث الدخل وتوفير فرص العمل. وكما يظهر في الجدول ٢، وبحسب تقرير الواردات الاقتصادية لسنة ٢٠١٨ الصادر عن المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC)، بلغت الحصة المباشرة من السفر والسياحة في إجمالي الناتج المحلي لسنة ٢٠١٧ حوالي ٢١٢,٨ مليار دولار (٣,٣ بالمائة من إجمالي الناتج المحلي) في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي. ومن المتوقع أن تزيد النسبة إلى ٤,٥ بالمائة (لتصل الحصة إلى ٢٢٢,٥ مليار دولار) في ٢٠١٨. وعلاوة على ذلك، وبحسب التقرير المذكور، وفر قطاع السفر والسياحة حوالي ١٦,٨ مليون فرصة عمل مباشرة في ٢٠١٧ (٢,٨%) من إجمالي فرص العمل) ومن المتوقع بأن تزيد بنسبة ٢,٧% ليصل إلى ١٧,٢ مليون عام ٢٠١٨. ويبلغ إجمالي حصة السفر والسياحة في توفير فرص العمل في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي ٤٢,٩ مليون وظيفة في ٢٠١٧ (٧,٣ بالمائة من إجمالي فرص العمل).

الجدول ٢: الأثر الاقتصادي لقطاع السفر والسياحة في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

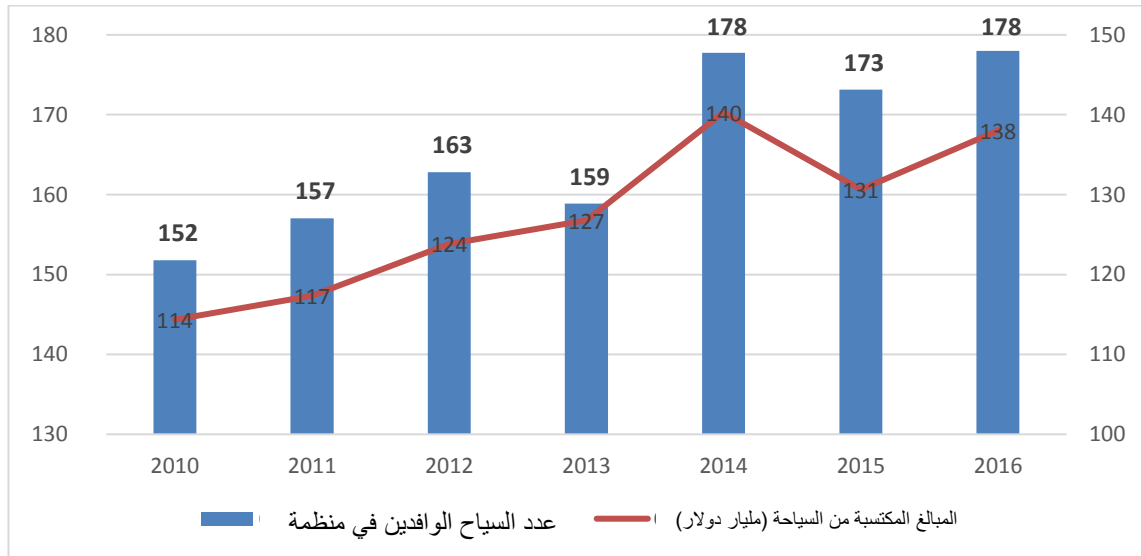
منظمة التعاون الإسلامي	٢٠١٧	٢٠١٧ % من إجمالي
حصة مباشرة في إجمالي الناتج المحلي (مليار دولار) ^١	٢١٢,٨	٣,٣٢
حصة إجمالية في إجمالي الناتج المحلي (مليار دولار) ^٢	٥٦١,٥	٨,٧
حصة مباشرة في فرص العمل (بالآلاف ووظيفة)	١٦,٨٠١	٢,٨
حصة إجمالية في فرص العمل (بالآلاف ووظيفة)	٤٢,٩٨٢	٦,٤

٢٠١٦- أسعار الصرف والأسعار الثابتة في ٢٠١٧-٢؛ النمو الفعلي في ٢٠١٦ المعدل لملاءمة التضخم (%)

المصدر: المجلس العالمي للسفر والسياحة، تقرير الأثر الاقتصادي لسنة ٢٠١٨ - الكومسيك

في السنوات الأخيرة، شهدت أنشطة السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي نمواً ملحوظاً من حيث عدد السياح وعائدات السياحة. ففي خلال الفترة من ٢٠١٠ إلى ٢٠١٦، كما يظهر في الشكل ٣، ازداد عدد السياح وعائدات السياحة.

الشكل ٣. عدد السياح وعائدات السياحة من السياحة في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي

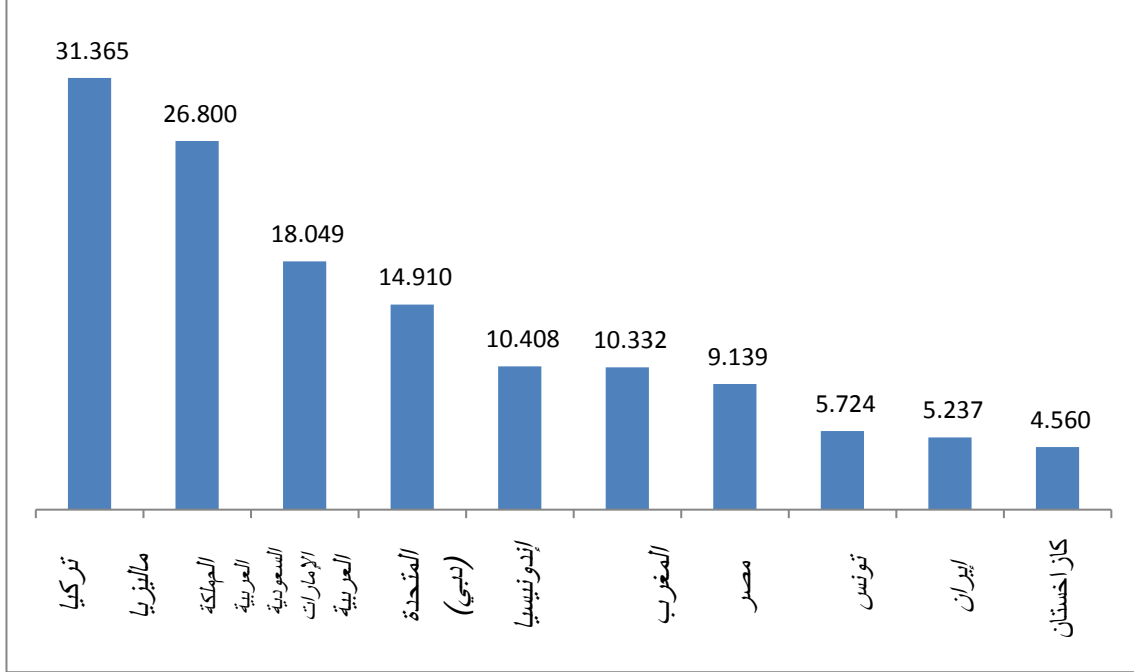


المصدر: التوقعات السياحية للكومسيك ومنظمة السياحة العالمية، ٢٠١٨

كما يظهر في الشكل ٣، ازداد عدد السياح الوافدين إلى الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي إلى ١٧٨ مليوناً في ٢٠١٦، ما يساوي نسبة ١٤,٤ بالمائة من إجمالي عدد السياح الدوليين على مستوى العالم. وقد وصلت عائدات السياحة الدولية إلى ١٣٨ مليار دولار في العام نفسه بما يساوي ١٠% من إجمالي عائدات قطاع السياحة العالمي.

في الشكل ٤، يُظهر توزيع عدد السياح فيما بين الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي تمركز السياحة الدولية في عدد قليل من الدول الأعضاء. فمن حيث عدد السياح الوافدين، تمثل تركيا وماليزيا والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة وإندونيسيا والمغرب ومصر وتونس وإيران وكازاخستان أعلى ١٠ وجهات سياحية عالمية من بين الدول الأعضاء لعام ٢٠١٦، حيث استقبلت مجتمعة ١٣٦,٥ مليون سائح.

الشكل ٤. أعلى عشر وجهات سياحية من دول منظمة التعاون الإسلامي من حيث عدد السياح الدوليين (بالآلاف) (٢٠١٦)

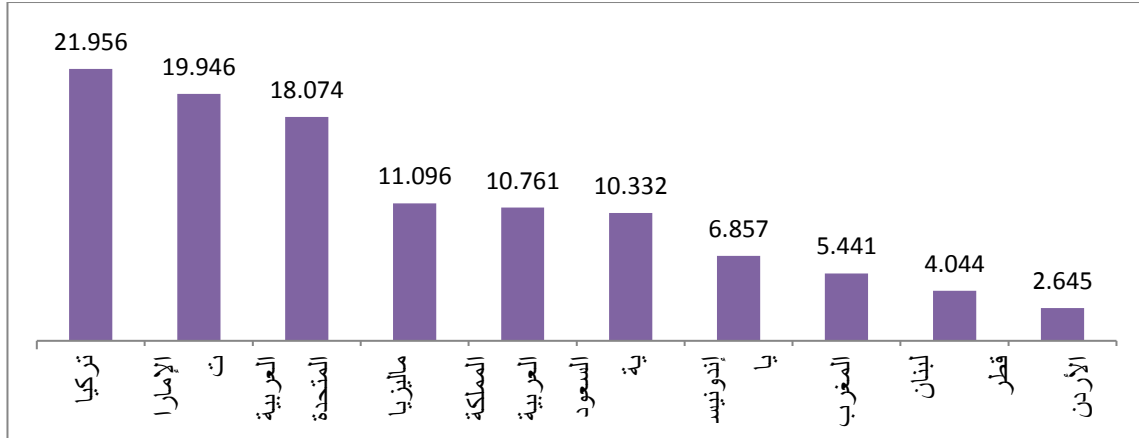


المصدر: منظمة السياحة العالمية، السمات البارزة للسياحة، وزارة الثقافة والسياحة بالجمهورية التركية.

** بيانات عام ٢٠١٣

فيما يتعلق بعائدات السياحة الدولية، حصلت الدول العشر الأعلى من دول الدول الأعضاء، كما يظهر في الشكل ٥، على ١١١ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠١٦.

الشكل ٥. أعلى عشر وجهات سياحية من دول منظمة التعاون الإسلامي من حيث السياح الدوليين عام ٢٠١٦ (مليون دولار أمريكي)



المصدر: منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، السمات البارزة للسياحة ٢٠١٧

التحديات الرئيسية التي واجهت الدول الأعضاء في قطاع السياحة:

لم تبلغ صناعة السياحة إلى كامل إمكاناتها في منطقة منظمة التعاون الإسلامي، وتوجد هناك بعض العقبات الرئيسية التي تواجهها البلدان الأعضاء. عدم ملاءمة البنية التحتية للنقل في الدول الأعضاء. كما لا تلبى الفنادق في الدول الأعضاء احتياجات السياح بالكامل. فضلاً عن ذلك، فإن قطاع السياحة سريع التأثر بالصدمات الداخلية والخارجية.

ونظراً لأن قطاع السياحة يخضع لإدارة القطاع العام بصفة أساسية في العديد من الدول الأعضاء، وتظل الإمكانيات للجهات المعنية، كالتجارة الخاص، قليلة الاستخدام. ويمنع أوجه القصور في قطاع السياحة التنوع، فيما يساهم بضعف توفر استراتيجيات التسويق الفعالة في فرص تحديات كبرى أمام قطاع السياحة في إقليم دول منظمة التعاون الإسلامي.

الكومسيك، التعاون في مجال السياحة

تُولي الكومسيك أهمية قصوى لتطوير التعاون في مجال السياحة بين الدول الأعضاء. مع الأخذ في الاعتبار القضية الناشئة حول إدارة الوجهات بما في ذلك تخطيطها وتسويقها، وإدارتها، والحاجة إلى وجود البنية التحتية اللازمة في البلدان الأعضاء لتلبية احتياجات السياح، فخصصت الكومسيك ثلاثة اجتماعات لمجموعة العمل (١١ ، ١٢ ، ١٣) لهذا الموضوع.

تطوير الوجهات السياحية وإستراتيجيات إنشاء المؤسسات

منذ الدورة الثالثة والثلاثين للكومسيك، عُقد الاجتماع الحادي عشر لمجموعة عمل السياحة في ١٥ فبراير ٢٠١٨ في أنقرة - تركيا، تحت عنوان "تطوير الوجهات والإستراتيجيات المؤسسية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي". ناقشت مجموعة العمل المعنية بالسياحة المفاهيم الأساسية المتعلقة باستراتيجيات تطوير المقاصد وإضفاء الطابع المؤسسي ونظرة عامة على الموضوع في العالم ومنظمة التعاون الإسلامي.

ووفقاً للتقرير البحثي الذي المُعد لهذا الاجتماع، تلعب منظمات إدارة الوجهات (DMO) دوراً بالغ الأهمية في تنفيذ استراتيجية البلاد السياحية. تتحول منظمات إدارة الوجهات (DMO) من كيانات حكومية في الغالب على مدى الأربعين عاماً الماضية إلى شركات بين القطاعين العام والخاص، وتركز وظائفها في الغالب على تطوير المنتجات وتعزيزها، وإشراك أصحاب المصلحة، وعلى مستويات أكثر تطوراً الإشراف على الموارد والاستراتيجية. يُعد تطوير المنتجات من الوظائف الأساسية لمنظمات إدارة الوجهات، وهي في كثير من الأحيان هي الخطوة الأولى في بناء مقترح سياحي دائم.

في ضوء نتائج التقرير البحثي، سلطت مجموعة العمل الضوء على التحديات التالية

- مركزية إدارة الوجهات
- تركيز منظمات إدارة الوجهات السياحية في المقام الأول على الترويج للوجهة وليس كافيًا على تطوير المنتج.
- الافتقار لتمويل مضمون
- الحاجة إلى تعزيز وإضفاء الطابع الرسمي على إشراك أصحاب المصلحة
- الحاجة إلى تعزيز إدارة الموارد

توصلت مجموعة عمل السياحة في اجتماعها الحادي عشر إلى التوصيات التالية المتعلقة بالسياسات:

- التشجيع على إنشاء/تقوية منظمات إدارة الوجهات العامة والخاصة المحلية والإقليمية (DMOs) مع تكليف المسؤوليات المتعلقة بتخطيط الوجهة وتطويرها وتسويقها وإدارتها.
 - تخطيط العرض والطلب وكذلك تحديد ومراقبة مؤشرات الأداء الرئيسية لضمان تنمية السياحة المستدامة في الوجهة.
 - تشجيع التمويل الذاتي لمنظمات التسويق (DMOs) وتحسين الكفاءة وكذلك الشفافية في استخدام وإدارة الموارد.
 - تعزيز الوجهات من خلال تشكيل التحالفات القطرية لمنظمة التعاون الإسلامي والتحالفات مع أصحاب المصلحة الخارجيين.
- يتم إتاحة التقارير والعروض التقديمية المقدمة إلى مجموعة العمل صفحة الكومسيك الخاصة على الإنترنت. (<http://www.comcec.org/en/١١th-meeting-of-the-comcec-tourism-working-group/>)

استراتيجيات تسويق الوجهات السياحية

يمكن تعظيم فعالية الأنشطة التسويقية إلى الحد الأقصى إذا تم التنسيق بين أصحاب المصلحة لتقديم رسالة متسقة ومواءمة جهودهم على رؤية تسويقية مشتركة لوجهة سياحية ما. وبالنظر إلى مختلف الجهات الفاعلة والعوامل المشاركة في إنشاء الصورة الشاملة، والبيروقراطيات الذاتية لمؤسسات التسويق العامة، تحتاج الوجهات السياحية إلى نهج شامل في مجال التسويق من شأنه تنسيق وقيادة مختلف أصحاب المصلحة، وخلق وفورات الحجم وإدماج جهودهم بفعالية. كما تُعد استراتيجيات التسويق مهمة للنجاح الشامل للوجهات السياحية على المدى الطويل.

نظرًا لأهمية الموضوع، كرست مجموعة عمل السياحة في الكومسيك اجتماعها الثاني عشر لمجموعة العمل الذي عُقد في ١٣ سبتمبر ٢٠١٨ في أنقرة بتركيا لاستراتيجيات التسويق في قطاع السياحة.

ووفقًا لتقرير البحث المُقدم إلى الاجتماع، يركز تسويق الوجهة السياحية على أربعة مجالات رئيسية - (١) القدرة التنافسية، (٢) منظمات إدارة الوجهات (DMOs)، و(٣) عملية تخطيط أسواق الوجهة، (٤) الموضوعات الشاملة على التكنولوجيا، وبحوث السوق والتعاون. ويُمثل تمويل تسويق الوجهة قضية بالغة الأهمية بالنسبة إلى منظمات إدارة الوجهات (DMOs)، والتي تحتاج إلى ضمان تمويلي طويل الأجل. يتطلب التسويق الفعال والعلامات التجارية الاستفادة من مجموعة من الأدوات التي تضم أنشطة التسويق الرقمي، وسائل الإعلام الاجتماعية، وتطبيقات الهاتف المحمول وما إلى ذلك.

واستناداً إلى المداولات المكثفة، أبرز الفريق العامل التحديات التالية.

- نقص التمويل على المدى الطويل
- الافتقار إلى نهج شامل بما في ذلك التعاون مع أصحاب المصلحة المعنيين
- الحاجة إلى الابتكار والتحول الرقمي
- الحاجة إلى زيادة القدرة التنافسية بين الموردين
- الحاجة إلى زيادة الطلب الموسمي

توصلت مجموعة عمل السياحة في اجتماعها الثاني عشر إلى التوصيات التالية المتعلقة بالسياسات:

- إنشاء/تمكين هيئة مركزية (مثل منظمات إدارة الوجهات DMO) لوضع الوجهة في موضع مرغوب فيه بين الوجهات المتنافسة، لإنشاء صورة للعلامة التجارية للوجهة السياحية، ولتعزيز الوجهة من خلال استخدام أدوات مثل وسائل الإعلام الاجتماعية والتسويق الرقمي والمعارض التجارية والعلاقات العامة ومنظمات الرحلات التعريفية.
 - يُعد تشجيع تطوير المنتجات الجديدة (أي الفاعليات، والمهرجانات، والمنتجات المناسبة الأخرى) للتخفيف من الآثار السلبية للموسمية والمخاطر المرتبطة بالاعتماد على منتج واحد أو سوق واحد.
 - وإدارة وتنظيم قنوات التوزيع الحالية، وتطوير قنوات توزيع جديدة لمنع التبعية وتقليل عدم التماثل في القدرة بين أصحاب المصلحة في الوجهات وكذلك الوسطاء الدوليين، وإنشاء تحالفات استراتيجية مع أصحاب المصلحة الخارجيين والتي من شأنها أن تخلق تآزرًا للوجهة وغيرها من المتعاونين (مثل شركات الطيران، ومنظمي الفاعليات إلخ).
 - تعزيز جمع وتخزين وتحليل ونشر بيانات السوق عن خصائص الزائرين، والموسمية، وأداء قنوات التوزيع، وأسواق المصدر، والاتجاهات، إلخ، مع احترام سرية وخصوصية الأفراد لتحسين الفعالية التسويقية لأصحاب المصلحة المقصودين وكذلك منظمات إدارة الوجهات.
 - استخدام المنصات الرقمية وتطبيقات الهاتف المحمول وتخصيص اهتمام خاص على قنوات التواصل الاجتماعي لتحسين التجربة السياحية ومصداقية المعلومات والتفاعل بين الزائرين في تسويق الوجهة.
- وعلاوة على ذلك، ستركز مجموعة العمل السياحية، في اجتماعها الثالث عشر والمقرر عقده في ١٣ فبراير ٢٠١٩، في أنقرة، على "استراتيجيات إدارة الوجهة المستدامة في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي".

تمويل مشاريع الكومسيك في القطاع السياحي

من خلال آلية تمويل مشاريع الكومسيك، يقدم مكتب تنسيق الكومسيك منحًا للمشاريع المختارة المقترحة بواسطة منظمات منظمة التعاون الإسلامي ذات الصلة والدول الأعضاء التي سجلت بالفعل في مجموعة العمل السياحية.

تم دعم أربعة مشاريع في مجال التعاون السياحي في إطار تمويل مشاريع الكومسيك في عام ٢٠١٧. كان المشروع الأول، والذي نفذته مجلس السياحة في غامبيا، بعنوان "تطوير برنامج تدريب واعتماد في مجال السياحة الإسلامية، والسياحة، والضيافة". كان الغرض من المشروع إنجاز برنامج تدريبي معتمد في السياحة الملائمة للمسلمين، وبالتالي تعزيز قدرة كل من الموظفين والمؤسسات في المجال. تم تنظيم البرنامج التدريبي في بانجول بمشاركة نيجيريا والسنغال وغامبيا. بدأ البرنامج التدريبي بمحاضرة حول "فهم مفهوم السياحة الموائمة للمسلمين: المفاهيم والتعاريف والاتجاهات" حيث تم تقديم أساسيات مفهوم السياحة الموائمة للمسلمين وتم مناقشة أدوار الحكومات فيما يتعلق بتحسين واستدامة مفهوم السياحة الموائمة للمسلمين. بالإضافة إلى ذلك، تمت زيارة مسجد وفندق متوافق مع السياحة الموائمة للمسلمين في إطار المشروع. ركز اليوم الأخير من التدريب على تسويق وترويج السياحة الموائمة للمسلمين باستخدام مثال فنادق السياحة الموائمة للمسلمين في ماليزيا. مع نطاق هذا المشروع، اكتسب المتدربون ممن سيعملون كمدرسين في المستقبل، المعرفة الضرورية حول قضايا السياحة الإسلامية الصديقة.

أما المشروع الثاني فكان «تعزيز قدرات القوى العاملة في قطاع السياحة الموائمة للمسلمين»، وهدفه رفع مستوى الوعي بالسياسات والاستراتيجيات والترتيبات القانونية والإدارية لدعم السياحة الموائمة للمسلمين. نفذت وزارة الثقافة والسياحة في موزمبيق هذا المشروع، والمتضمن في سياقه إقامة ورشة عمل وبرنامج تدريبي. وفيما استهدف التدريب بشكل أساسي تخطيط وإدارة السياحة، فإن الهدف الجوهري من ورشة العمل هو رفع مستوى الوعي بالسياحة الموائمة للمسلمين في الدول الأعضاء بمنظمة التعاون الإسلامي. قدم

برنامج التدريب بمشاركة ٣٥ مشاركًا ولمدة ثلاثة أيام محاضرات حول "مفاهيم وأسس السياحة"، "فهم الدوافع السياحية" و "تنظيم الإقامة السياحية بما يتماشى مع مبادئ السياحة الموائمة للمسلمين". هدفت ورشة العمل إلى زيادة الوعي حول السياحة الموائمة للمسلمين من خلال تبادل الخبرات بين الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي حول السياسات والاستراتيجيات واللوائح المتعلقة بالسياحة الموائمة للمسلمين، التي وُضعت أساسًا لبرنامج التدريب. وكان موضوع المناقشة الرئيسي لورشة العمل هو "كيف يمكن للبلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي الاستفادة من السياحة الموائمة للمسلمين من أجل زيادة عدد الوافدين من السياح الدوليين، وزيادة الإيرادات وخلق فرص العمل".

أما المشروع الثالث، والذي نفذه مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (SESRIC)، فهو «برنامج تدريبي حول تطوير وتعزيز السياحة الموائمة للمسلمين في الدول الأعضاء في الكومسيك». تم تصميم المشروع بهدف تسهيل نقل المعرفة حول تطوير وترويج السياحة الموائمة للمسلمين في الدول الأعضاء بالكومسيك، وذلك عبر تبادل الخبرات بين ماليزيا وتركيا والإمارات العربية المتحدة في مجال تطوير سياسات وأنظمة ومعايير واستراتيجيات تسويق ناجحة في قطاع السياحة الموائمة للمسلمين. تألف المشروع من برنامج تدريبي استهدف ٣٠ مسئولاً حكوميًا من الدول التي لم تستفد من إمكانات السياحة الموائمة للمسلمين. ركز البرنامج التدريبي الذي امتد لثلاثة أيام على توصيات السياسة و خارطة الطريق لتعزيز السياحة الموائمة للمسلمين في بلدان منظمة التعاون الإسلامي. بالإضافة إلى ذلك، تم تنظيم زيارة دراسية لكيزيلكاهامام لتمكين المشاركين من مراقبة تطبيقات السياحة الموائمة للمسلمين.

أما مشروع السياحة الأخير لعام ٢٠١٧، وهو «تعزيز قدرات منتجي الحرف اليدوية وخدمة العملاء في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي»، فنفته وزارة السياحة والآثار والحياة البرية في السودان. كان الهدف من هذا المشروع هو تعزيز قدرات منتجي الأشغال والحرف اليدوية وخدمات العملاء عبر تدريب العاملين في المجال. تضمن المشروع برنامجًا تدريبيًا لمدة خمسة عشر يومًا، والذي أقيم في متحف السودان الوطني، وكلية الفنون الجميلة، ومركز الريادة للتدريب، وزيارات فنية لأربعة أماكن مختلفة. تعمقت جميع معارف المشاركين حول المواد الخام لصنع الحرف اليدوية وتمكن جميع المشاركين من رؤية السوق التقليدي لأم درمان قبل العمل العملي من أجل الحصول على فكرة عن الحضارة السودانية القديمة، ورؤية الطريقة التي شكل بها السودانيون الحرف اليدوية الخاصة بهم و كيف قاموا بتسويقها. تمكن المشاركون في الجانب العملي من التدريب من تقليد ما شوهده خلال الزيارات الفنية وزيارة المتحف.

تم إدراج أربعة مشاريع في قائمة نهائية في مجال التعاون السياحي في عام ٢٠١٨. يهدف المشروع الأول الذي يحمل عنوان "تعزيز مرونة قطاع السياحة ضد الأزمات عن طريق الاتصال"، والذي نفذته وزارة الثقافة والسياحة في بوركينا فاسو، إلى الاستفادة من الاتصالات من أجل تقليل تأثير الأزمات على قطاع السياحة. يتكون المشروع، المصمم في ضوء الموضوع القطاعي "تطوير إدارة المخاطر الأزمات في قطاع السياحة"، من برنامج تدريبي لمدة خمسة أيام اكتسب فيه المشاركون المهارات لتحديد المخاطر واستخدام الأدوات من أجل عكس تأثير الأزمة. تم إقامة المشروع في محافظة واغادوغو بمشاركة ٣٠ خبيرًا من كوت ديفوار والنيجر وبوركينا فاسو.

أما المشروع الثاني فهو "التدريب على أزمة الاتصالات في مجال السياحة للبلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي المُختارة" المُصمم أيضا وفقا ل "تحسين إدارة المخاطر والأزمات في قطاع السياحة" الموضوع القطاعي. يُعد هدف المشروع هو تمكين خمس دول أعضاء في منظمة التعاون الإسلامي لتكون مجهزة بصورة أفضل للتعامل مع أي أزمة من أجل المساهمة ليس فقط في إدارة

الأزمات بشكل أكثر فاعلية ولكن أيضًا للتخفيف من الأثر، ولتقصير فترة الانتعاش وتعزيز العلامة التجارية. صورة بمجرد أن مرت الأزمة. شمل برنامج التدريب المنعقد في مدينة باماكو في عشر وحدات بعيدة المدى. تم عقد برنامج تدريبي وتدريب عدد ٢٥ متدربًا من بوركينا فاسو ومالي والنيجر وموريتانيا والسنغال على كيفية تطوير وتنفيذ خطة اتصال حول الأزمات وكيفية إعداد خطة إنعاش.

نفذت وزارة الثقافة والسياحة في موزامبيق بالتعاون مع السودان وماليزيا وغامبيا وأوغندا المشروع الثالث بعنوان "السياحة المجتمعية من خلال الترويج لمواقع التراث للتخفيف من حدة الفقر". يُعد الهدف من هذا المشروع هو تعزيز قدرات المجتمعات المحلية والأدلة وأصحاب المصلحة المعنيين لتمكين المجتمعات المحلية من زيادة دخلها السياحي بفضل مواقع التراث العالمي. تم تنفيذ برنامج تدريبي وورش عمل في هذا السياق بمشاركة ٣٢ مشاركاً، بهدف تعزيز مهارات المجتمعات المحلية في صنع منتجات سياحية عالية الجودة.

تم تصميم المشروع النهائي كمتابعة لمشروع "البرنامج التدريبي لتطوير وتطوير السياحة المسلمة في الدول الأعضاء في الكومسيك" والذي تم تنفيذه في عام ٢٠١٧ من قبل مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (SESIC)، تحت عنوان "تحسين النظام البيئي للسياحة الإسلامية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي: تطوير الوجهة والصناعة". يهدف محتوى المشروع إلى زيادة قدرة المسؤولين الحكوميين المعنيين من وزارات وإدارات السياحة في ١٣ دولة مختارة من دول منظمة التعاون الإسلامي من خلال برنامج التدريب على بناء القدرات، من خلال التركيز على الوجهة وتطوير الصناعة. تم تنظيم برنامج تدريبي وزيارة دراسية في سياق المشروع. جرت الزيارة الدراسية في مالانديا بتركيا من أجل استكشاف فرصة كونها وجهة سياحية إسلامية وتحديد احتياجات تطوير الصناعة. ركز البرنامج التدريبي الذي استمر يومين مع حلقة نقاش على عملية التخطيط وتحديد مجالات السياحة وتطوير المنتجات ووضع خطة استثمارية وتنمية الموارد البشرية.

أنشطة أخرى قيد التقدم

يمكن تلخيص الأنشطة الهامة الأخرى التي يتم تنفيذها في إطار التعاون السياحي على النحو التالي:

- عُقدت الدورة العاشرة لوزراء السياحة بمنظمة التعاون الإسلامي (ICTM) في ٧-٥ فبراير ٢٠١٨ في دكا/بنغلاديش. وافق وزراء السياحة بمنظمة التعاون الإسلامي (ICTM) على اختيار دكا (بنغلاديش) كمدينة السياحة لمنظمة التعاون الإسلامي لعام ٢٠١٩، وجابالا (أذربيجان) كمدينة السياحة لمنظمة التعاون الإسلامي لعام ٢٠٢٠. كما رحبت الجلسة بالعرض المقدم من جمهورية أذربيجان لاستضافة الدورة الحادية عشرة لوزراء السياحة لمنظمة التعاون الإسلامي (ICTM) في عام ٢٠٢٠.
- عُقد الاجتماع السادس لمنتدى منظمة السياحة الإسلامية/ الكومسيك للسياحة للقطاع الخاص في ٦ مارس ٢٠١٨ في اسطنبول بتركيا تحت عنوان "التراث الثقافي كأداة للسياحة المستدامة في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي". أكد المنتدى على أهمية زيادة الوعي بالتراث الثقافي والسياحة المستدامة في العالم الإسلامي وما وراءه.