

**توصيات السياسة التي اعتمدها الدورة الثانية والثلاثين للكومسيك
وضع مبادئ توجيهية أساسية لتحسين الخدمات الأساسية المتعلقة بالسياحة الملائمة للمسلمين.**

الأساس المنطقي:

يشهد تعداد السكان المسلمين زيادة سريعة ويُتوقع أن يصل إلى 26% من سكان العالم في 2030. ومن شأن ذلك النمو في عدد السكان المسلمين والزيادة في دخلهم المتاح أن يدفع الملايين إلى السفر من أجل الترويج والمغامرة والاستكشاف. ومع ارتفاع عدد السياح المسلمين، سيظهر في المقابل طلب ضخم على المنتجات والخدمات الحلال/الملائمة للمسلمين. وقد أصبح الكثير من المسلمين مؤخرًا أكثر إدراكًا لمسألة الحلال، حيث يفضلون الأطعمة الحلال أو الخدمات الملائمة للمسلمين في أثناء إقامتهم في الفنادق أو قضايتهم للعطلات في أماكن معينة.

إلا أن من بين التحديات التي تواجه السياح المسلمين وفقًا للدراسة التحليلية هو انعدام الفهم المشترك لدى دول العالم حول المبادئ الرئيسية للخدمات الملائمة للمسلمين. ويزيد هذا التحدي أيضًا من الكلفة التي تتحملها الشركات، حيث إن عليها اتباع ممارسات مختلفة في هذا المجال. كذلك يواجه السياح المسلمون ممارسات تختلف ما بين الشركات فيما يتعلق بخدمات السياحة الملائمة للمسلمين. لذا فإن المبادئ التوجيهية الأساسية للسياحة الملائمة للمسلمين ستساعد الشركات بصورة كبيرة على تقديم خدمات أعلى في جودتها لتلبية احتياجات السياح المسلمين.

زيادة الوعي بسوق السياحة الملائمة للمسلمين بين المغنيين بصناعة السياحة من خلال التوحيد القياسي للمصطلحات المستخدمة في السياحة الملائمة للمسلمين، وإعداد برامج تدريبية حول الوعي بالسوق وخدمة العملاء، واستغلال قنوات التواصل الاجتماعي للترويج والتسويق.

الأساس المنطقي:

على الرغم من أنه مفهوم جديد نسبيًا في قطاع السياحة، إلا أن فهم سوق السياحة الملائمة للمسلمين ومكوناته الرئيسية ضروري للدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي. وفي السنوات الأخيرة، أُدخلت بعض التحسينات لزيادة الوعي بالسياحة الملائمة للمسلمين، حيث وُضع مؤشر للسياحة الحلال، وازداد عدد المطارات التي توفر مطاعم الحلال المعتمدة وأماكن الصلاة، وبدأت بعض خطوط الطيران في تقديم الطعام الحلال على متن رحلاتها. علاوة على ذلك تطورت وكالات السياحة ومنصات التسويق الرقمي حسب احتياجات المسلمين، حيث تصنف شركة HalalTrip.com التي مقرها سنغافورة الفنادق والمنتجات من حيث ملاءمتها للحلال منذ ديسمبر/كانون الأول 2013، وتوفر الشركة إجازات ملائمة للمسافرين المسلمين إلخ. كما أطلقت بعض وكالات السياحة مؤخرًا السياحة الحلال الفاخرة التي تركز على "تنظيم"

التجارب السياحية الممتازة مثل الجولة الحلال عبر الصين وهونج كونج. وبخلاف ما سبق، عُقدت عدة مؤتمرات عن السياحة الحلال والملائمة للمسلمين لتعزيز الوعي في هذا المجال.

وعلى الرغم من الجهود المبذولة، فإن الوعي بسوق السياحة الملائمة للمسلمين - باستثناء بعض الدول - لا يزال ضعيفاً جداً في منطقة منظمة التعاون الإسلامي. كما يوجد تضارب في استخدام المصطلحات والتعاريف المتعلقة بالجوانب المختلفة للسياحة الملائمة للمسلمين. لذا هناك حاجة للآتي:

- توحيد المصطلحات المستخدمة في السياحة الملائمة للمسلمين
- طرح برامج تدريبية حول الوعي بالسوق وخدمة العملاء للعاملين في السياحة والفنادق في كل جوانب السياحة الملائمة للمسلمين.
- استغلال قنوات التواصل الاجتماعي وغيرها من الأدوات الإعلامية الأخرى لتوفير منابر لتسويق منتجات السياحة الملائمة للمسلمين وخدماتها أمام جمهور أوسع.

تقديم خدمات وتأسيس منشآت للرعاية الصحية في سوق السياحة الملائمة للمسلمين من خلال تحديد نقاط القوة المختلفة في منطقة منظمة التعاون الإسلامي، وبناء مراكز تخصصية، وإعداد برامج الحفاظ على الصحة وطرح أدوية تقليدية/بديلة.

الأساس المنطقي:

إن السياحة العلاجية واحدة من الأسواق النامية في قطاع السياحة. وهي تعني السفر إلى بلد أخرى بغرض الحصول على علاج طبي أو رعاية كبار السن. وفي سبيل جذب المرضى المسلمين، بدأت العديد من الدول تقديم خدمات ملائمة للمسلمين، كالأغذية الحلال، والأدوية الحلال، وأماكن العبادة وغير ذلك. ووفقاً للدراسة التحليلية، فإن منظمة التعاون الإسلامي لديها قدرات ضخمة غير مستغلة في مجال السياحة العلاجية الملائمة للمسلمين مقابل تكاليف أكثر انخفاضاً. إلا أنه يوجد نقص في الوعي بقطاع الرعاية الصحية الملائمة للمسلمين في الدول الأعضاء. وفي هذا الصدد، يمكن تشجيع سوق الرعاية الصحية الملائمة للمسلمين في الدول الأعضاء على جذب الزوار المسلمين الراغبين في الحصول على الرعاية الصحية من خلال تحديد نقاط القوة المختلفة في منطقة منظمة التعاون الإسلامي، وبناء مراكز تخصصية، وإعداد برامج الحفاظ على الصحة وطرح أدوية تقليدية/بديلة بناء على نقاط القوة في منطقة منظمة التعاون الإسلامي.

إطلاق تحالف بين وكلاء السياحة/منظمي الرحلات الملائمة للمسلمين الذين يستهدفون سوق السياحة الملائمة للمسلمين.

الأساس المنطقي:

إن وكلاء السياحة ومنظمي الرحلات هم اللاعبون الأساسيون في نمو سوق السياحة الملائمة للمسلمين في الدول الأعضاء. ومن أجل خدمة العملاء المسلمين بصورة سليمة، ينبغي لوكلاء السياحة ومنظمي الرحلات أن يكونوا على وعي بما يفضله المسافرون المسلمون وكذا باحتياجاتهم. إلا أنه وفقاً لما جاء في الدراسة التحليلية لا يركز على سوق السياحة الملائمة للمسلمين سوى قليل من المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي لا يمكنها منافسة اللاعبين الدوليين عندما يدخلون سوق السياحة الملائمة للمسلمين. ومن أجل دعم هؤلاء اللاعبين الأساسيين، يمكن للدول الأعضاء أن تطلق تحالفاً بين وكلاء السياحة ومنظمي الرحلات الملائمة للمسلمين الذين يستهدفون سوق السياحة الملائمة للمسلمين تحديداً.

وضع استراتيجية وطنية للسياحة الملائمة للمسلمين تتصل بأهداف الدولة العامة في السياحة من خلال التركيز على بناء وعي أصحاب المصلحة وتأسيس كيان/لجنة مختصة بالسياحة الملائمة للمسلمين ووضع استراتيجية وطنية لتنمية منتجات السياحة الملائمة للمسلمين وخدماتها.

الأساس المنطقي:

إن الدور الحكومي لمن الأهمية بمكان في تطوير قطاع السياحة الملائمة للمسلمين. وتقدم الحكومات في الدول الأعضاء بمنظمة التعاون الإسلامي الدعم والتوجيه للقطاع الخاص بدرجات متفاوتة. وتتراوح هذه الجهود من رفع مستوى الوعي بإمكانيات سوق السياحة الملائمة للمسلمين واحتياجات المستهلك المسلم فيما بين مقدمي منتجات السياحة وخدماتها، إلى دعم مقدمي الخدمات في تطوير وإصدار شهادات منتجات السياحة الملائمة للمسلمين وخدماتها أو تسويق المقاصد. لكن من أجل إعداد منتجات وخدمات فعالة خاصة بالسياحة الملائمة للمسلمين ووضع سياسات تكوير وتسويق فعالة، ينبغي إعداد استراتيجية للسياحة الملائمة للمسلمين باعتبارها جزءاً من أهداف الدولة واستراتيجيتها السياحية العامة. وفي هذا الصدد تقترح الدراسة التحليلية الخطوات التالية من أجل التطبيق الناجح لاستراتيجية مستدامة وقوية التأثير لمنتجات السياحة الملائمة للمسلمين وتسويقها:

- 1- بناء الوعي الداخلي لأصحاب المصلحة في مجال السياحة داخل الحكومة
- 2- المصلحة وتأسيس كيان مختص بالسياحة الملائمة للمسلمين يخضع لوزارة السياحة
- 3- على هذا الكيان المختص أن يضع ويقود استراتيجية ومبادرة وطنية لتنمية منتجات السياحة الملائمة للمسلمين وخدماتها

إجراء عملية تسويق تقودها الحكومات تركز على السياحة الملائمة للمسلمين للمقاصد السياحية من خلال الترويج للسياحة الملائمة للمسلمين وتحديد أماكنها لصالح مقدمي الخدمات المحليين وقياس قدرة المقاصد السياحية على استقبال السياحة الملائمة للمسلمين من خلال تمويل/تنظيم الحملات قصيرة الأمد.

الأساس المنطقي:

في قطاع السياحة، يعد التعاون وتكوين شبكة بين أصحاب المصلحة المختلفين ضروري لتسويق المقاصد. وتؤدي الحكومات دورًا حيويًا في تسويق المقاصد باعتبارها جامعًا ومقدمًا لمنبر تواصل بين أصحاب المصلحة المختلفين. وفي قطاع السياحة الملائمة للمسلمين، وهو أحد أسرع القطاعات الثانوية نموًا في مجال السياحة، فقد اعتبرت الدراسة التحليلية سياسات تسويق المقاصد الذي تقوده الحكومة منطقة هامة من مناطق الفجوات في السياسة العامة والمجالات ذات الفرص. وعليه تحظى الجهود الوطنية لتسويق المقاصد في مجال السياحة الملائمة للمسلمين بأهمية خاصة لبدء وتحفيز عملية تطوير منتجات/خدمات السياحة الملائمة للمسلمين وتسويقها.

ومن أجل التسويق الفعال للمقاصد، يتيح الترويج المشترك الذي تقوده الحكومات لصناعة السياحة تحسين وضعهم التسويقي وإطلاق مبادرات تسويق وترويج مشتركة. وفي هذا الصدد ينبغي على الكيانات السياحية الوطنية في الدول الأعضاء الترويج للسياحة الملائمة للمسلمين وتحديد أماكن مقدمي الخدمة والموردين. كذلك فمن أجل الترويج لمقصد تحمل شعار السياحة الملائمة للمسلمين فثمة حاجة لاختبار إمكانياتها السياحية الملائمة للمسلمين. وفي الإطار يمكن لإطلاق/تنظيم حملات قصيرة الأمد تقودها الحكومة أن يسهل اختبار تلك الإمكانيات.

دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة عن طريق وضع برامج التدريب والإرشاد.

الأساس المنطقي:

توفر الحكومات قدرًا كبيرًا من الدعم للمشروعات السياحية الصغيرة والمتوسطة في قطاع السياحة الرئيسي. إلا أنه في قطاع السياحة الملائمة للمسلمين، وهو عنصر حديث نسبيًا في مجال السياحة، لا تزال الحاجة قائمة لتوفير الدعم للمشروعات الصغيرة والمتوسطة وخاصة من خلال إعداد برامج للتدريب والتوجيه. وتساعد برامج التدريب على رفع القدرات البشرية في صناعة السياحة الملائمة للمسلمين على تكييف منتجاتهم وخدماتهم على سوق السياحة الملائمة للمسلمين وكذلك تسويق منتجاتهم وخدماتهم

تسويقاً فعالاً. كما أن برامج التوجيه أداة مهمة لتطوير المهارات والخبرات في صناعة السياحة بربط كل مشروع من المشروعات الصغيرة والمتوسطة بمؤجّه.

خلق تعاون ثنائي في مجال السياحة داخل منظمة التعاون الإسلامي من خلال تبادل المعرفة الفنية وجهود الترويج المشتركة لمقاصد السياحة الملائمة للمسلمين.

الأساس المنطقي:

طبقاً للدراسة التحليلية، تمتلك بعض الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي أنظمة بيئية مكتملة للحلال، وكذا يرتفع فيها مستوى الوعي بتلك الأنظمة. إلا أنه وبينما ينخفض مستوى الوعي بتلك الأنظمة البيئية للحلال في العديد من الدول الأعضاء رغم توافرها (مثل الأغذية الحلال والتراث الإسلامي)، لا تمتلك دول أخرى أنظمة بيئية متطورة في مجال السياحة الملائمة للمسلمين، كما تعاني من انخفاض الوعي بالسياحة الملائمة للمسلمين. وفي هذا الإطار، اعتبرت الدراسة التحليلية التعاون الثنائي آلية هامة لتبادل المعرفة الفنية في مجال السياحة الملائمة للمسلمين. وسوف يرفع تبادل المعرفة الفنية بين الدول المتقدمة وسائر الأعضاء بمنظمة التعاون الإسلامي من مستويات الوعي في مجال السياحة الملائمة للمسلمين، ويعزز القدرة على توفير متطلبات سوق السياحة الملائمة للمسلمين.