

توصيات السياسة

الصادرة عن الاجتماع الحادي والعشرين لمجموعة عمل الكومسيك المعنية بالسياحة

عقدت جلسة اعتدال في إطار جدول أعمال مجموعة العمل بعنوان "صياغة توصيات السياسة لدورة الكومسيك الوزارية التاسعة والثلاثين حول "تعزيز ريادة الأعمال من أجل القدرة التنافسية لصناعة السياحة في دول منظمة التعاون الإسلامي" خلال الاجتماع الحادي والعشرين لمجموعة عمل الكومسيك للتعاون السياحي. تم إعداد هذه الوثيقة لإثراء المناقشات خلال الدورة المذكورة من أجل الخروج بتوصيات سياسية ملموسة لتقريب السياسات بين الدول الأعضاء. وقد تمت صياغتها وفقاً للنتائج الرئيسية لتقرير البحث الذي تم إعداده لهذا الاجتماع.

نوصية السياسة 1: تشجيع التحول من الاقتصاد غير الرسمي في صناعة السياحة إلى المنتجات والخدمات السياحية المعتمدة من خلال تصميم الأنظمة التي تهدف إلى تحسين وضع ريادة الأعمال وحماية رواد الأعمال.

يعتمد إنشاء بيئة تنظيمية ملائمة للأعمال التجارية لجعل الاستثمارات السياحية أكثر جاذبية إلى حدٍ كبيرٍ على الإطار التشريعي في البلدان، والذي يمكن أن يوفر مجموعة واسعة من الفرص. تقترن القطاعات غير الرسمية عموماً بانخفاض الإنتاجية، وانخفاض الإيرادات الضريبية، وسوء الإدارة، والأنظمة المفرطة، والفقر، وعدم المساواة في الدخل. وبشكل الاقتصاد غير الرسمي تهديداً خطيراً ليس لحركة سوق العمل والقدرة التنافسية لقطاع السياحة فحسب، ولكن أيضاً لإنتاجية أصحاب المشاريع السياحية. ويؤدي الاقتصاد غير الرسمي في قطاع السياحة إلى تدهور علاقات السوق وتنمية رأس المال البشري. وفي الوقت نفسه، تشكل الإجراءات البيروقراطية المرهقة واللوائح الضريبية، التحديات الرئيسية التي تعيق أنشطة ريادة الأعمال خاصة في المرحلة الأولى من بدء الأعمال التجارية. ومن ثم، ينبغي تصميم الأنظمة مع الأخذ في الاعتبار التوازن بين الشكليات والبيروقراطية المرهقة بحيث تسهل العملية التشريعية زيادة المنتجات والخدمات السياحية المعتمدة للبلدان الأعضاء. يعد التعامل مع الأسباب التي تؤدي إلى الأنشطة غير الرسمية من حيث حواجز الدخول الحالية أمراً ضرورياً لجعلها تلتزم باللوائح. وبالتالي، تصميم اللوائح أمرٌ حيويٌّ لتحسين التحول من الاقتصاد غير الرسمي إلى إصدار الشهادات. إن تقديم الدعم لرواد الأعمال في مراحلهم المبكرة يمكن أن يساعدهم على الابتعاد عن الاقتصاد غير الرسمي. وفي هذا الصدد، يركز الترخيص السياحي على رضا العملاء، والقدرة التنافسية للدولة المعنية كوجهة سياحية، في حين يضمن الترخيص اتباع المعايير وتلبية رضا العملاء.

وبالنسبة للحكومات، فهو يساعد رواد الأعمال على الوصول إلى الدورات التدريبية وبرامج بناء القدرات. وهذا من شأنه أيضاً أن يساعد الشركات على البدء والازدهار.

نوصية السياسة 2: تطوير/تحسين النيات الحوافز العامة والخاصة السليمة لتسهيل ريادة الأعمال السياحية والابتكار وخلق فرص العمل في صناعة السياحة والضيافة.

إن خلق ثقافة ريادة الأعمال المستدامة، وتقليل الأعباء التنظيمية للوصول إلى الأسواق الوطنية والدولية، وتوفير فرصة ثانية لرواد الأعمال السياحيين الفاشلين، وتمكين رواد الأعمال في مجال السياحة من استخدام الرقمنة في خدماتهم، والتركيز على المرونة خلال الأوقات الصعبة هي القضايا الرئيسية التي تؤثر على ريادة الأعمال السياحية. ويشتمل النظام البيئي الناجح لريادة الأعمال أيضاً على مجموعة متنوعة من أصحاب المصلحة، بما في ذلك المؤسسات العامة والوكالات المالية ووكالات التنمية الإقليمية ومؤسسات التدريب والحوار المستمر والتعاون فيما بينهم. تعتبر آليات الحوافز، مثل تخفيض الضرائب، وتخصيص أماكن الاستثمار، والإعفاء من ضريبة القيمة المضافة¹ والإعفاءات الضريبية والجمركية، والمساعدة عن طريق استئجار الأراضي لفترة قصيرة لرواد الأعمال، من التدابير ذات الصلة

والرئيسية لتحفيز وتشجيع رواد الأعمال في قطاع السياحة. بالإضافة إلى ذلك، فإن استراتيجيات دعم ريادة الأعمال في مراحلها الأولى من خلال توفير الدعم العيني، وإنشاء الحاضنات، وتسهيل الوصول إلى التمويل (مثل رأس المال الملائكي angel capital) تعتبر أمراً بالغ الأهمية في تعزيز أنشطة ريادة الأعمال. علاوة على ذلك، فإن خلق فرص العمل في قطاع السياحة من خلال برامج حوافز الموظفين يسمح للشركات بتحسين الإنتاجية، وتقليل الاحتفاظ بالموظفين، وخفض تكاليف الإنتاج. وهذا يشجع العمل الجماعي ويعزز الدافع. يستفيد كل من الموظفين وأصحاب العمل من برامج الحوافز.

نوصية السياسة 3: تشجيع الاستثمارات في مجالات السياحة المتخصصة (مثل السياحة الثقافية والتراثية، والسياحة الدينية، وسياحة المغامرات، وفن الطهي، والسياحة البيئية) والحفاظ على استدامتها من خلال تشجيع ريادة الأعمال المحلية.

إلى جانب السياحة الجماعية، تعد السياحة المتخصصة أيضاً أداة مهمة للجهات السياحية التي تسعى إلى إنشاء أو تنويع أو توسيع جاذبية السوق لأماكن معينة. قد توفر المناطق السياحية المتخصصة أيضاً فوائد مختلفة للمجتمعات المضيفة، مثل التنمية الاقتصادية والتماسك الاجتماعي والحفاظ على الثقافة والحفاظ على البيئة.

تعمل السياحة الثقافية والتراثية على تعزيز القدرة التنافسية للجهات السياحية، حيث أن الموارد التراثية عادة ما تكون فريدة من نوعها بالنسبة للوجهة السياحية، ولا يمكن العثور عليها في أي مكان آخر، كما أنها تجتذب صورة مرغوبة أكثر للسياح. ولضمان القدرة التنافسية المستدامة طويلة الأجل في هذا المجال، ينبغي التمييز الإيجابي تجاه ريادة الأعمال المحلية لدعم الاستثمارات السياحية. ويمكن أن يكون ذلك ممكناً من خلال تقديم حوافز خاصة مخصصة لتشجيع السياحة المتخصصة.

في الواقع، تتمتع الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي بفرص سياحية ثقافية وتراثية غنية. تحسين استخدام السياحة الثقافية والتراثية ونوعيتها واستدامتها في الجهات السياحية في منظمة التعاون الإسلامي من خلال ربط الناس بالتاريخ والاستثمار في أنواع السياحة المتخصصة مثل سياحة المغامرات، والسياحة الريفية، والسياحة البيئية، وسياحة فن الطهي، وسياحة الصحة والعافية. ويمكن أن يوفر ذلك أيضاً سياحةً مستدامةً على المدى الطويل من حيث مؤسسات الإقامة، وتطوير الجولات والأنشطة المتخصصة، فضلاً عن تعزيز ممارسات السياحة المستدامة والمسؤولية وفرص العمل المحلية.

نوصية السياسة 4: رفع وعي رواد الأعمال بالأصول والمرافق والمعالم السياحية وإمكاناتها.

ومن أهم احتياجات رواد الأعمال الراغبين في الانخراط في قطاع السياحة هو غياب الوعي الكافي بأصول وإمكانات القطاع. وترتبط هذه العملية أيضاً بالوعي العام على أصولهم السياحية، بما في ذلك مناطق الجذب والموارد والمرافق. يتفاعل هذان المتغيران ببعضهما ويغذيان بعضهما بعضاً. وبالتالي، رفع مستوى الوعي العام حول الأصول السياحية، بما في ذلك مناطق الجذب والموارد والمرافق، وتوفير معلومات مفصلة عن القيم السياحية لجذب الزوار المحتملين، هي خطوات ضرورية يجب اتخاذها لتعزيز القيمة المضافة لهذا القطاع.

وفي هذا الصدد، يمكن تطوير العديد من الاستراتيجيات لرفع مستوى الوعي العام ودعم أنشطة ريادة الأعمال وخاصة لشريحة الشباب من السكان. وفي الوقت نفسه، يمكن تصميم الندوات وبرامج التعليم الخاص قصيرة المدى لزيادة وعي رواد الأعمال في مجال السياحة وتطوير معارفهم ومهاراتهم وخبراتهم.

نوصية السياسة 5: الاستثمار في ترويج الوجهة وتسويقها (أي المحتوى الرقمي والعلامات التجارية) من خلال استخدام المحتويات الرقمية (أي وسائل التواصل الاجتماعي والمدونين) في مناطق الجذب السياحي لتمكين رواد الأعمال من تسويق خدماتهم تجاه السياح المحتملين.

يستمر ترويج المنتجات والخدمات من خلال قنوات التسويق الرقمي في تحسين وعي المستهلكين. تعد وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي لوجهات السفر بمحتوى مفهوم يسهل الوصول إليه عن الأماكن السياحية؛ مفيداً لتفضيل المنتجات والخدمات من قبل السياح. إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية ومدوني السفر والمدونين والمحتوى الذي ينشئه المستخدمون والتسويق المؤثر قد يؤدي إلى نتائج مثمرة لرواد الأعمال في مجال السياحة. ولذلك، قد يكون رواد الأعمال في مجال السياحة مجهزين بالمهارات اللازمة للاستخدام الأفضل للمنصات الرقمية لتسويق خدماتهم للسياح المحتملين. ومن شأن هذه المبادرات أن تساهم بشكل فعال في تعزيز تدفق السياح إلى الدول الأعضاء².

نوصية السياسة 6: تطوير التدريب على ريادة الأعمال (خاصة رواد الأعمال الجدد) وبرامج الشهادات التي تهدف إلى تعزيز رأس المال البشري.

تطوير برامج بناء القدرات والتدريب لتعزيز رأس المال البشري المطلوب من قبل رواد الأعمال المحتملين في الوجهة السياحية. وينبغي للحكومات أن تنفذ العديد من البرامج التي تدعم وتشجع رواد الأعمال الشباب. يمكن على سبيل المثال، أن يؤدي تطوير برنامج تعليم وتدريب فعال في مجال ريادة الأعمال، إلى تعزيز معرفة أصحاب الأعمال الشباب المحتملين بالممارسات المستدامة، والتكنولوجيا الرقمية، والتسويق، فضلاً عن فهمهم لإدارة السياحة.

ولذلك، يجب على الحكومة صياغة سياسات لتشجيع ريادة الأعمال الشبابية في قطاع السياحة. ويمكن وضع سياسات لتعزيز التوجه الريادي لهذه المجموعة، وترتيب ندوات توعية، وتنظيم الدورات التدريبية، وبدء برامج تعليمية لتطوير معارفهم ومهاراتهم وخبراتهم.

لدوات تحقيق توصيات السياسات:

مجموعة عمل السياحة التابعة للكموسيك:

وفي اجتماعاتها اللاحقة، قد تتوسع مجموعة العمل في مجال السياسات المذكورة أعلاه بطريقة أكثر تفصيلاً.

تمويل مشروع الكوموسيك:

في إطار تمويل مشروع الكوموسيك، يدعو مكتب تنسيق الكوموسيك للمشاريع كل عام. من خلال تمويل مشروعات الكوموسيك، يمكن للدول الأعضاء المشاركة في مجموعات العمل ومؤسسات منظمة التعاون الإسلامي العاملة في مجال التعاون الاقتصادي والتجاري، تقديم مشروعات تعاون متعددة الأطراف، ليتم تمويلها من خلال المنح التي يقدمها مكتب تنسيق الكوموسيك. وفي مجال السياسات المذكورة أعلاه، يمكن للبلدان الأعضاء ومؤسسات منظمة التعاون الإسلامي؛ الاستفادة من برنامج الكوموسيك لتمويل المشاريع، ويمكن لمكتب تنسيق الكوموسيك تمويل المشاريع الناجحة في هذا الصدد. قد تشمل هذه المشاريع تنظيم الندوات، والبرامج التدريبية، والزيارات الدراسية، وتبادل الخبراء، وورشات العمل، وإعداد الدراسات التحليلية، وتقييم الاحتياجات.

منتدى سياحة القطاع الخاص لمنظمة التعاون الإسلامي / الكومسيك:

في اجتماعاته المستقبلية، يمكن لمنتدى السياحة للقطاع الخاص لمنظمة التعاون الإسلامي / الكومسيك أن يتوسع في مجالات السياسات المذكورة أعلاه والمجالات الفرعية من منظور القطاع الخاص.

1 ضريبة القيمة المضافة

2 يشاهد السائحون في الوقت الحاضر المحتوى الرقمي قبل أن يقرروا زيارة وجهةٍ سياحية معينة. يلعب المحتوى الموجود على منصات التواصل الاجتماعي مثل يوتيوب وتيك توك وإنستغرام بالإضافة إلى مواقع الويب دورًا مهمًا في جذب السياح.