

دورة تدريبية إقليمية في قطر لفائدة المسؤولين التنفيذيين الدورة الثانية 2014 تطوير المنتجات السياحية الثقافية

1 لمحة عن المشروع

نزولاً عند طلب الهيئة العامة للسياحة القطرية، قامت منظمة السياحة العالمية بدعم من مؤسسة تيميس التابعة لها بتصميم دورة تدريبية لفائدة المسؤولين التنفيذيين حول تطوير المنتجات السياحية الثقافية، وهي تأمل في تقديم هذه الدورة لدولها الأعضاء في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

ترمي هذه الدورة إلى دراسة بعض المفاهيم الأساسية ذات الصلة بتطوير المنتجات السياحية، والسياحة الثقافية، والقدرة التنافسية والإستدامة، وتحليل الوضع، والتخطيط والرصد، فضلاً عن مدّ المشاركين بالمعارف والمهارات والأدوات الضرورية وتوفير منتدى للنقاش والتفكير حول تطوير المنتجات في مجال السياحة الثقافية.

2 توطئة حول المضمون

نمت السياحة بوتيرة متسارعة في العقود القليلة الماضية، وتشير التوقعات إلى أن هذا النمو سيستمر في السنوات المقبلة. ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية، ستشهد كلٌّ من منطقتي الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (دون الإقليميتين) متوسط نمو سنوي في أعداد السياح الدوليين الوافدين يبلغ 4.6 في المئة في الفترة الممتدة بين عامي 2010 و2030.

أما الهوية الثقافية لبلد ما، فهي تشكّل بأشكالها كافةً - إنطلاقاً من معالمه التراثية الجاذبة ووصولاً إلى هندسته المعمارية الحديثة، وإنطلاقاً أيضاً من فنانيه الأصليين وصولاً إلى مجموعاته الوطنية بما تحويه من أعمالٍ متطورة من كافة أنحاء العالم - فرصةً لإشراك الزائرين وإغنائهم وإلهامهم أيّاً كانت أصولهم.

وإدراكاً منهم لغنى الثقافة الموجودة في هذه المنطقة وتنوّعها، وإدراكاً منهم أن الشرق الأوسط لديه القدرة التي تخوّله أن يصبح مقصداً سياحياً هاماً، إن لم نقل ريادياً، في المستقبل القريب، بات خبراء التخطيط السياحي يُعَوّن بشكلٍ متزايد أهمية تطوير منتجات سياحية ثقافية تحدّد وتفسّر وتُبرز وتعزّز فريدة ما تعرضه المنطقة.

وفي حين أن العديد من المقاصد تنخرط في أنشطة التسويق والترويج، قليلة جداً هي المقاصد التي تصب إهتمامها على تطوير وتقديم معالم الجذب والأنشطة المتعدّدة المكوّنة للمنتج السياحي. والحال أنّه ما لم يلبّ المنتج السياحي إحتياجات السيّاح وتطلّعاتهم، لن يتمكّن المقصد من تحقيق كامل إمكاناته. فالمنتجات السياحية هي الأساس لعمليات القطاع السياحي في المقصد. والأهم، أن عملية التسويق لمقصدٍ سياحي تبدأ بالبحث عن المنتجات. وما لم تكن المنتجات المعروضة محلية أصليّة أو مناسبة للهوية والقيم والبنى التحتية والأهداف الإنمائية في المنطقة أو البلد، وإن لم تلبّ في الوقت عينه إحتياجات الزبائن المتغيرة دوماً، لن يكون التسويق وحده كفيلاً بتحقيق إمكانات المقصد.

ترتبط ما بين الثقافة والسياحة علاقة تكافل. فالفنون والحرف اليدوية والرقصات والطقوس والأساطير المعرّضة لخطر أن ينساها الجيل الشاب، يُمكن أن يُعاد إحيائها عندما يبدي السيّاح إهتماماً كبيراً بها. كما يمكن الحفاظ على المعالم الأثرية والآثار الثقافية عبر إستخدام الأموال التي تدرّها السياحة. وفي السياق عينه، إن تعزيز سمعة منطقةٍ ما كمقصدٍ - للهندسة المعمارية الحديثة على سبيل المثال، أو للفن المعاصر، أو لمهرجانٍ ضخم تتفرّد به المنطقة - من شأنه أن يحفّز الإقبال من سوقيّ السياحة الترفيهية وسياحة الأعمال في آن (على إعتبار أن المشهد الثقافي يشكّل عاملاً أساسياً في عملية إتخاذ القرار عند منظمي فعاليات الأعمال)، ومن شأن ذلك بالتالي أن يولّد النمو الإقتصادي وفرص إعادة الإستثمار بالنسبة للإنتاج الثقافي.

وإذ تأخذ هذه العوامل بعين الإعتبار، تنوي هذه الدورة تحديد العناصر الأساسية في عملية التخطيط والتنفيذ المتعلقة بتطوير المنتجات السياحية الثقافية، وهي تصوّر هذه المبادئ من خلال كوكبةٍ من النُهج الناجحة ودراسات الحالة، وتعرض نماذج ومعايير لأفضل الممارسات التي يمكن للمقاصد بواسطتها أن تقيم منظومة وأساليب تطوير المنتجات الخاصة بها. وأخيراً، ستكون هذه الدورة بمثابة منتدى تفاعلي لدول هذه المنطقة من العالم لكي تتشاطر تجاربها بشأن السياسات والمبادئ التوجيهية والإستراتيجيات الناجحة في مجال تطوير السياحة الثقافية.

3 الجمهور المستهدف

تتوجّه هذه الدورة إلى صنّاع القرار رفيعي المستوى في إدارات السياحة الوطنية والإقليمية والمحلية من ذوي الكفاءات في مجال تطوير المنتجات السياحية.

4 المنهجية والهيكلية

تتطوي المنهجية النظرية – العملية المتّبعة في هذه الدورة على عروض ونقاشات وحوارات، فضلاً عن العمل ضمن مجموعات والقيام بأنشطة عملية.

سيقوم ميسّران دوليان بتقديم العروض التي، وبالرغم من طغيان الجانب النظري، ستركّز على المفاهيم وتشارك الأدوات والتفاعل قدر الإمكان. وستشمل الدورة كذلك الأمر نقاشات وحوارات وأنشطة عملية ترمي إلى تطبيق المعلومات والأدوات التي تناولتها الدورة في سياق واقعي وعملي.

وهذه الأنشطة هي عبارة عن مهام عملية ونقاشات ضمن مجموعات، بالإضافة إلى زيارة تقنية إلى منطقة ذات صلة بموضوع الدورة. وخلال هذه الزيارة التقنية، سيطلب من المشاركين القيام بأعمال ميدانية وإجراء المقابلات وجمع المعلومات، إلى جانب القيام بأنشطة تفاعلية أخرى مع المجتمع المحلي.

علاوة على ذلك، يُطلب من المشاركين تقديم عرضين أساسيين على الأقل: عرضٌ يتناول نتائج العمل الميداني (في اليوم الذي يلي الزيارة التقنية)، وعرضٌ أخير حول المشروع النهائي (في اليوم الأخير من الدورة).

وحرصاً على الاستفادة على أحسن وجه من هذه الدورة، سيحصل المشاركون (عند إختيارهم) على كتيبٍ تعريفية يتضمن منشورات صادرة عن منظمة السياحة العالمية ومقالات ومواد أخرى للقراءة تعرّف بالمسائل والمفاهيم الأساسية الضرورية لهذه الدورة.

والغرض من هذا النهج – المتمثّل بتشارك الأدوات واستخدامها، والاستفادة من خبرة الميسّرين والمشاركين، وعقد حلقات النقاش والقيام بالعمل التطبيقي ضمن مجموعات – إنّما يكمن في تمكين المشاركين من فهم مواضيع الدورة فهماً تاماً.

5 الأهداف والنتائج

تهدف هذه الدورة إلى تزويد المشاركين بالمعارف والمهارات والأدوات الضرورية وإلى توفير مساحةٍ للنقاش حول تطوير المنتجات السياحية.

ومتى أتموا هذه الدورة بنجاح، يكون المشاركون قادرين على:

- فهم العناصر والمفاهيم الأساسية للمنتج السياحي؛
- فهم القدرة التنافسية والإستدامة في المقاصد؛
- تطبيق إطار عمل من أجل تطوير منتج سياحي ثقافي؛
- تطوير منتجات سياحية تعزز الإستراتيجية السياحية للمقصد؛
- إدماج ممارسات مستدامة في عملية تطوير المنتجات السياحية؛
- تحليل المنتج السياحي وإخضاعه لتقييم الأداء ومراقبته وحتى إعادة النظر فيه إن إقتضى الأمر.

6 المضمون

تتبع هذه الدورة روحية المدونة العالمية لأداب السياحة.

المقدمة

1. المفاهيم الأساسية للمنتج السياحي
2. العناصر الرئيسية للسياحة الثقافية
3. القدرة التنافسية والإستدامة

الوحدة الأولى. تحليل الوضع

- 1-1 تحليل الطلب
- 2-1 تحليل السوق
- 3-1 تحليل الأثر
- 4-1 المقارنة المعيارية
- 5-1 تحليل الفجوات

الوحدة الثانية. التخطيط لتطوير المنتج السياحي

- 1-2 إطار العمل من أجل تطوير منتج سياحي
- 2-2 تطوير المنتجات السياحية بما يعزز إستراتيجيات المقصد السياحي
- 3-2 الممارسات المستدامة في مجال تطوير المنتجات السياحية
- 4-2 الأولويات في مجال تطوير المنتجات السياحية
- 5-2 الشراكات

الوحدة الثالثة. مراقبة ورصد عملية تطوير المنتج السياحي

- 1-3 مراقبة ورصد عملية تطوير المنتج السياحي
- 2-3 تقييم الأداء بواسطة مؤشرات الأداء الرئيسية
- 3-3 تحديث عملية تطوير المنتج السياحي



7 معلومات مفيدة

لغتنا العمل هما الإنكليزية والعربية، وسيتم توفير الترجمة الفورية بهاتين اللغتين. وستنعد الدورة من 21 إلى 25 أيلول/سبتمبر في الدوحة، وهي مفتوحة أمام 30 مشاركاً قطرياً و10 مشاركين إقليميين من منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.