



مجتمع الممارسة الدولي للتنمية الحضرية
المستدامة
تطوير المنتج السياحي للبلديات

Partners of Connective Cities



Commissioned by



من تبادل الخبرات إلى تطوير الحلول



عرض والتعلم الممارسات الجيدة
تبادل الخبرات والنصائح العملية بين النظراء
تطوير أفكار المشاريع
تخطيط تطبيق المشاريع من قبل ممثلي البلديات و أصحاب العلاقة



Kufranja 'the city of Oxygen'

Connective Cities workshop on designing touristic trails in northern Jordan

As part of the activities of the working group "destination management organization and product design in tourism", Kufranja municipality in Jordan has hosted a workshop on ecotourism and designing touristic trails'. The workshop was attended by key actors in this field including representatives of the tourism ministry in Ajloun governorate, the Royal Society for Nature Conservation, and Bookagri.com which is an agritourism experiences and destinations development company. The tourism expert, Hanane Haber, has provided an overview of the principles of establishing sustainable tourism in Kufranja municipality that is known as "the city of oxygen".



Kufranja 'the city of Oxygen' | Photo: Muna Shalan

- 1: سياسة حماية وتعزيز الحرف اليدوية المحلية - بلدية العيزرية فلسطين
- 2: تصميم مسار بيئي و تطوير رؤية للسياحية البيئية - بلدية كفرنجة - الأردن
- 3: مساعدة وإرشاد بلدية كفرمتى (لبنان) في وضع القواعد الإجرائية لمنطقة الحمى وإنشاء مكتب التنمية المحلية.



C **ONNECTIVE**
ITIES



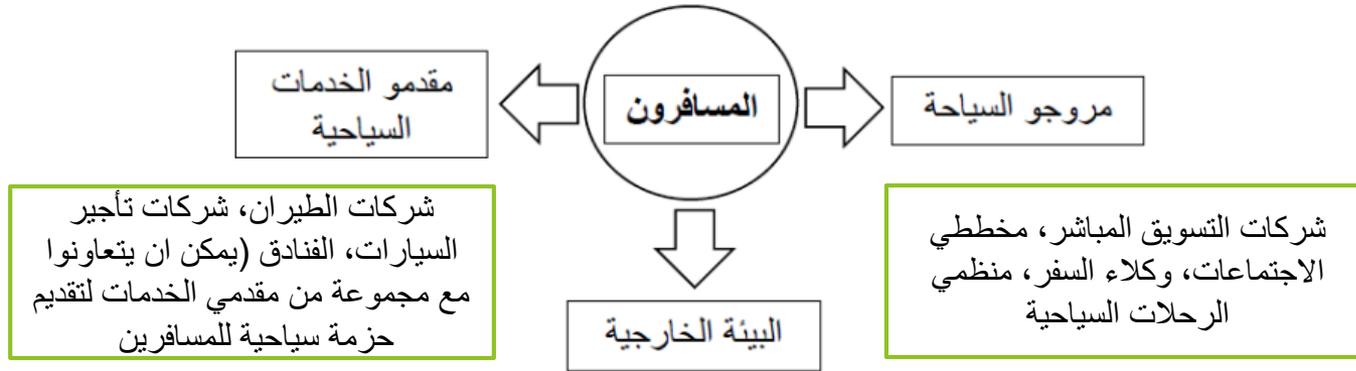
ما هي السياحة؟

يقوم مفهوم السياحة على أساسين: يختص الأول منهما بضرورة انتقال الفرد من مكان إقامته الأصلي إلى إقليم آخر لسبب ما، من أجل الانتفاع بوقت الفراغ المتوافر لديه، أما الأساس الآخر فهو أن عملية الانتقال تكون بشكل مؤقت تتراوح بين أربع وعشرين ساعة و أقل من سنة، و لا يكون الانتقال بهدف الهجرة أو الإقامة الدائمة من أجل العمل و الدراسة.

خصائص منتجات السفر

- 1 الطبيعة غير ملموسة.
- 2 عدم الانفصال بين الانتاج والاستهلاك.
- 3 التمايز
4. عدم القابلية للتخزين.
5. التكامل.
6. عدم القدرة على نقل الملكية

العناصر الرئيسية للسياحة



- يستجيب المشاركون في النشاط السياحي لمجموعة متنوعة من:
- القوى الاجتماعية/الثقافية مثل المهارات والخبرات المحلية، والثقافات المحلية للمقصد، بالإضافة الى موقف السكان المحليين تجاه السياح في المقصد السياحي (هونغ كونغ "كن مضيفاً جيداً")
 - تتحدد بيئة التنمية السياحية بالقوى السياسية كدعم الحكومة للبنية التحتية وسياسة التخطيط والعلاقات الدبلوماسية
 - وقد تؤثر المشكلات البيئية على الاجواء الممتعة للسائح (الازدحام، التلوث، فقدان الغطاء النباتي، الخ)
 - كما تلعب العوامل الاقتصادية مثل دخل السائح دوراً في تحديد الرغبة في السفر (من هنا تختلف درجات الخدمة في السياحة)

ماذا تشمل السياحة الريفية ؟

التنزه، المشي الطويل والرحلات،
و الرحلات في أحضان الطبيعة؛
رحلات الحفاظ على البيئة
والسياحة البيئية ؛



والسياحة الغذائية : التعرف
على الطعام والمطبخ الخاص
بالمناطق والدروب الغذائية
والمطبخية المحلية، وصناعة
الأطعمة؛ المغامرة والرياضة؛
ركوب الدراجات ؛

السياحة الدينية وزيارة المواقع والآثار
الدينية ؛ المتاحف؛ المكوث في أماكن
الاقامة الريفية ، والمنازل البيئية وبيوت
الضيافة.

السياحة المائية والتجديف؛ التخييم،
ركوب الخيل؛ صيد الاسماك؛ مراقبة
الطيور؛ الأشغال اليدوية؛ المهرجانات
المحلية ؛ الموسيقى والرقص؛
الاستكشافات والآثار الأدبية ؛ زيارة
المواقع التاريخية والأثرية والتراثية؛



Tourism Planning

Meaning of Planning

Planning is the process of setting goals, selecting alternative courses or action to achieve those goals, implementing the chosen alternative and evaluating the choices to find out if it is successful.

Planning is the key to the success of any activity.

التخطيط هو عملية تحديد الأهداف، واختيار مسارات لتحقيق وتنفيذ تلك الأهداف، وتقييم الخيارات لمعرفة ما إذا كان ناجحًا.

التخطيط هو مفتاح نجاح أي نشاط

أهمية وأهداف التخطيط السياحي

- يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تأهيل وصيانة الموارد السياحية وتنظيمها .
- يعمل التخطيط السياحي على تكاملية النشاط السياحي مع النشاطات الاقتصادية الأخرى (السلسلة)
- يعظم الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية كما يقلل من سلبيات السياحة (سيف ذو حدين)
- يساعد على رفع المستوى السياحي من خلال وضع الخطط التفصيلية لبعض المناطق الخاملة سياحيا.
- يساهم في استمرارية التنمية السياحية وتطويرها.



- تحديد رؤية واضحة لتنمية السياحة في البلدية وما ترغب في تحقيقه في المدى القريب، المتوسط والبعيد (لا يمكن تحقيق كل شيء بنفس الوقت)
- وضع أهداف محددة وقابلة للقياس ومواكبة للواقع تساهم في تحقيق الرؤية.

The Need for Tourism Planning

- ▶ In tourism, success is neither guaranteed nor permanent.

في مجال السياحة، لا يمكن ضمان النجاح

Many areas have experienced tourism cycles which start with few visitors, proceed through a series of expansion programs, attain saturation, then go into decline.

- ▶ عانت العديد من المناطق من دورات سياحية تبدأ بزيارة قليلة من الزوار، تمر بسلسلة من برامج التوسع، تصل إلى الشبع، ثم تدخل في حالة انحسار.

- ▶ *If an eventual decline is to be avoided, responsible planning and management are essential.*

إذا كان من المرجح تجنب الانحسار في النهاية، فإن التخطيط والإدارة المسؤولين ضروريين.

“Planning, Commitment and Management are principal elements in determining the decline or success of a tourist destination.”

التخطيط والالتزام والإدارة هي العناصر الرئيسية في تحديد الانحدار أو النجاح لوجهة سياحية

Since tourism is a complex, multisectoral activity, a tourism plan is necessary to coordinate the different sectors to better service the needs of tourism and the general public.

نظرًا لأن السياحة هي نشاط معقد ومتعدد القطاعات، فإن وجود خطة سياحية ضروري لتنسيق القطاعات المختلفة لخدمة احتياجات السياحة والجمهور العام بشكل أفضل

Through an integrated tourism plan, the various direct and indirect economic benefits of tourism can be achieved.

من خلال خطة سياحية متكاملة، يمكن تحقيق مختلف الفوائد الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة للسياحة

الآثار على التنمية الاقتصادية المحلية/الريفية

يمكن للسياحة أن تؤثر بشكل إيجابي على التنمية المحلية الاقتصادية من خلال الطرق التالية:

◀ تنوع الاقتصاد وزيادة فرص العمل والمكاسب الاقتصادية للمجتمعات الريفية: كإيجاد فرص العمل في أماكن الإقامة الريفية، وبيوت الضيافة ومواقع التخييم والمطاعم الصغيرة. وتوفير العمل للأدلاء المحليين، الحرفيين ومنتجات الأغذية المحلية والزراعية وللكتيرين من المقيمين مما يجدر الناس في ارضهم ويخفف من عملية النزوح.

◀ منح السكان الفرصة لزيادة دخلهم وتنويع مصادره (يمكن للمزارع ان يدير بيت ضيافة اضافة الى بيع المنتجات المحلية والزراعية)

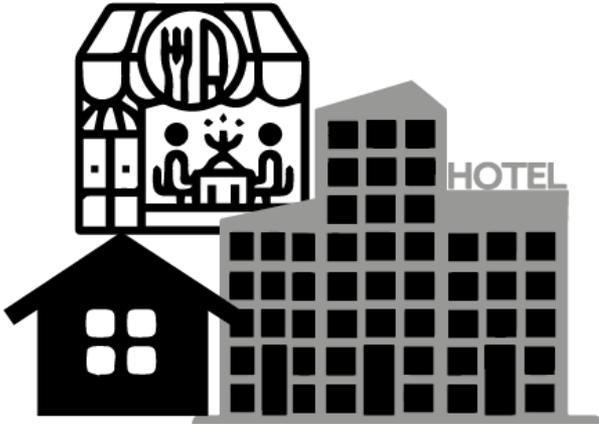


◀ جلب سوق التصدير إلى العديد من القطاعات وتحسين الاقتصاد الكلي ودعم المشاريع الصغيرة والجزئية المحلية عموماً. مما يكوّن العلاقات الوثيقة ضمن قطاعات الانتاج في المنطقة لتصل المزايا الى الكثيرين من سكان القرى والمناطق الريفية: من حرفيي الاشغال اليدوية الى المطاعم، الفندق، بيوت الضافة ، الادلاء المحليين ودكاكين البقالة، الملحمة، الخ

◀ الحفاظ على الثقافة والتراث وتوفير الحوافز والاموال للموارد الطبيعية والثقافية والتاريخية لادارتها بطريقة أكثر استدامة

◀ تحسين البنية التحتية السياحية في المنطقة

◀ التشجيع على الاستثمار



A responsible tourism plan is a means to attain environmental conservation objectives through the development of tourist attractions, facilities, and infrastructure.

خطة السياحة المسؤولة هي وسيلة لتحقيق أهداف الحفاظ على البيئة من خلال تطوير معالم الجذب السياحي، والمرافق، والبنية التحتية

حفظ التراث والبيئة المحليين واثراء المناظر الطبيعية

- ◀ بما أن جمال الطبيعة والتراث (الملموس وغير الملموس) هما جوهر منتجات السياحة الريفية، فقد أصبحا حافزا يجعل السكان المحليين فخورين بهما ويعملون على حمايتهما ويشركون الزائرين في القيام بذلك.
- ◀ السياحة يمكن أن تكون لها آثار إيجابية على البيئة والحفاظ على التنوع البيولوجي لعدد من الأسباب منها:



- السياحة يمكنها توليد الدخل في المناطق ذات التنوع البيولوجي الكبير مثل المناطق المحمية وأن تساعدنا لتكون قادرة اقتصاديا
- السياحة يمكنها رفع الدعم العام من أجل المحافظة على البيئة، إذ أنه يمكنها أن تقدم التعليم البيئي للزوار والسكان المحليين والريفيين



A careful tourism plan is a means to achieve cultural conservation objectives and produce sociocultural benefits.

خطة السياحة الدقيقة هي وسيلة لتحقيق أهداف الحفاظ على الثقافة وتحقيق فوائد اجتماعية وثقافية

A good tourism plan is a means in which the natural and cultural resources for tourism are maintained, not destroyed, in the development process.

خطة سياحية جيدة هي وسيلة يتم من خلالها الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية المستخدمة في السياحة، دون تدميرها، في عملية التطوير

Major Elements in Planning a Tourism Destination

العناصر الرئيسية للتخطيط السياحي

The major elements in planning a tourist destination are:

1. Market analysis تحليل السوق
2. Assessment of available resources تقييم الموارد المتاحة
 - a. Visitor attractions معالم الزوار
 - b. Culture الثقافة
 - c. Infrastructure and superstructure البنية التحتية والبنية العلوية
 - d. Transportation وسائل النقل
 - e. Support services خدمات الدعم
 - f. Visitor accommodations إقامة الزوار
3. Marketing التسويق
4. Environment البيئة
5. Social impact التأثير على المجتمع

Market Analysis

- ▶ Market analysis requires a thorough study of past and present trends, traveler profiles, traveler performances and habits, market position, and destination images.

يتطلب تحليل السوق دراسة دقيقة للاتجاهات السابقة والحالية، وملامح المسافرين، وأداء وعادات المسافرين، وضع السوق الحالي، وصورة الوجهة (لتحديد درجة النجاح في المشروع)

Assessment of Available Resources

- a. VISITOR ATTRACTIONS – the success of a destination depends not only on its power to attract visitors but also on its ability to maintain them. Destination planning must look at existing attractions plus the possibility of building new ones such as marinas, theme parks, and others.

جاذبية الزوار – يعتمد نجاح الوجهة ليس فقط على قدرتها على جذب الزوار ولكن أيضا على قدرتها على الحفاظ عليهم. يجب أن ينظر تخطيط الوجهة إلى الجاذبيات الحالية بالإضافة إلى إمكانية إنشاء جاذبيات جديدة مثل مسارات جديدة وحدائق الألعاب وغيره

(جبيل/تعنايل)

b. CULTURE – destination planning encourages the inclusion of cultural heritage in tourism. Native customs, dance, rituals, foods, crafts, ceremonies, traditional architecture should be included in tourism planning to enable a new destination to preserve its native culture instead of lessening its value.

الثقافة – يشجع تخطيط الوجهة على إدماج التراث الثقافي في السياحة. يجب أن تُدرج العادات الأصلية، والرقص، والطقوس، والأطعمة، والحرف، والاحتفالات، والهندسة المعمارية التقليدية في تخطيط السياحة لتمكين الوجهة الجديدة من الحفاظ على ثقافتها الأصلية بدلاً من تقليل قيمتها.

c. MANPOWER – in destination planning, an adequately trained labor force is required. Tourism as an industry, is not only people oriented but also people dependent. A pleasant experience for visitors is an important factor for the success of a tourism destination. Appropriate training and development are necessary in two specific areas of employee qualification namely: attitudinal and technical. It may be necessary to establish hotel and tourism schools and provide scholarships for some students to study abroad.

القوى العاملة – في تخطيط الوجهة، يتطلب الأمر وجود قوة عاملة مدربة بشكل كاف. السياحة كصناعة ليست فقط توجهها نحو الأفراد ولكنها أيضًا تعتمد على الأفراد. الخبرة الممتعة للزوار هي عامل مهم لنجاح وجهة السياحة. التدريب والتطوير المناسبين ضروريان في مجالين محددين من التأهيل الوظيفي للموظفين، وهما: النواحي العقلية والتقنية. قد يكون من الضروري إنشاء مدارس للفنادق والسياحة وتوفير منح دراسية لبعض الطلاب للدراسة في الخارج. (أمثلة على المجلس الاستشاري)



d. INFRASTRUCTURE and SUPERSTRUCTURE - this term infrastructure refers to all underground and surface construction of a region. It includes water supply, electric lines, sewage and drainage systems, roads and highways, communication and other related services. Superstructure are the facilities and services that are above the ground such as hotels, resorts, restaurants, shopping centers, airports buildings, museums, stores and similar structures.

البنية التحتية والبنية العلوية - يُشير مصطلح البنية التحتية إلى جميع البناءات تحت سطح الأرض وعلى سطحها في المنطقة. يشمل ذلك إمدادات المياه وخطوط الكهرباء وأنظمة الصرف الصحي والتصريف، والطرق والطرق السريعة، ووسائل الاتصال والخدمات الأخرى ذات الصلة. البنية العلوية هي المرافق والخدمات التي تكون فوق سطح الأرض مثل الفنادق والمنتجعات والمطاعم ومراكز التسوق ومباني المطارات والمتاحف والمتاجر وهياكل مماثلة

The infrastructure comes before the superstructure. The lack of an adequate infrastructure often hinders the development and growth of a tourism destination. A country may have beautiful beaches but these are worthless if they are not connected to major markets by roads or air facilities.

البنية التحتية تأتي قبل البنية العلوية. نقص البنية التحتية الملائمة غالبًا ما يعيق التنمية والنمو في وجهة السياحة. قد تكون لدى البلد شواطئ جميلة، ولكنها تفتقد القيمة إذا لم تكن متصلة بالأسواق الرئيسية عبر الطرق أو وسائل النقل الجوي.

- ▶ They are also valueless if adequate water, electricity and sewage facilities are not available. The development of infrastructure facilities are generally a government responsibility. Developing nations may seek assistance from international agencies such as the United Nations Development Bank in order to develop their infrastructure.

كما أنها لا تمتلك قيمة إذا لم تتوفر مرافق كافية للمياه والكهرباء والصرف الصحي. عادةً ما تكون تطوير مرافق البنية التحتية مسؤولية حكومية. يمكن للدول النامية طلب المساعدة من وكالات دولية مثل بنك الأمم المتحدة للتنمية من أجل تطوير بنيتها التحتية. (بلدية انفه)

► e. TRANSPORTATION - requires a study of current and future land transportation needs, such as evaluating the existing road network, identifying opportunities for improvement, and analyzing local land transportation modes such as buses, public transportation, and taxis. Additionally, studying the available internal transportation methods in the region, such as bicycles and small electric mobility vehicles. Analyzing these aspects helps identify the transportation needs of both tourists and locals, contributing to directing efforts towards developing efficient and sustainable transportation methods.

النقل – يتطلب دراسة لاحتياجات النقل البري الحالية والمستقبلية كدراسة وتقييم شبكة الطرق الحالية وتحديد فرص تحسينها وتحليل وسائل النقل البري المحلية، مثل الحافلات، ووسائل النقل الجماعي، والتكاسي. كما دراسة وسائل النقل الداخلية المتاحة في المنطقة، مثل الدراجات ووسائل التنقل الكهربائية الصغيرة. تحليل هذه الجوانب يساعد في تحديد الاحتياجات النقلية للسياح والمحليين، ويمكن أن يساهم في توجيه الجهود نحو تطوير وسائل النقل الفعالة والمستدامة.

- f. SUPPORT SERVICES – they include services such as maintenance and repair facilities, police protection, fire protection, retail shops, sports facilities, gaming, festivals, pharmacies, handicraft facilities, bookstores, department stores, art galleries, museums and others.

Problems will arise if any of these services is not available. It is important to plan these services can be provided.

خدمات الدعم – تشمل هذه الخدمات مرافق الصيانة والإصلاح، شرطة سياحية ، مكافحة الحرائق، مراكز الرعاية الصحية الأولية، ومرافق الرياضة، والألعاب، والمهرجانات، والصيدليات، ومرافق الحرف اليدوية، والمتاجر الكبيرة، وصالات الفنون، والمتاحف، وغيرها.

ستنشأ مشكلات إذا لم تكن أي من هذه الخدمات متاحة. من المهم تخطيط كيف يمكن توفير هذه الخدمات من خلال الاستفادة من المجتمع المحلي (الرسامين/ الفنانين).

g. ACCOMMODATION – accommodation facilities are the places where tourists stop being travelers and become guests. These are also places where tourists spend most of their time and money. Thus, planning for accommodation is very important to the success of a tourist destination.

الإقامة – مرافق الإقامة هي الأماكن التي يتوقف فيها السياح عن أن يكونوا مجرد مسافرين ويصبحون ضيوفًا. هذه أيضًا الأماكن التي يقضي فيها السياح معظم وقتهم وينفقون فيها معظم أموالهم. وبالتالي، يعتبر التخطيط للإقامة أمرًا مهمًا لنجاح وجهة السياحة. الإقامة ممكن ان تشمل الفنادق، المنتجعات، النزل، الشقق الفندقية، بيوت الضافة، التخيم، النزل الريفي، الخ

Marketing

- ▶ Marketing is the process of selecting a target, choosing strategies to reach the market, establishing objectives, coordinating the efforts of those involved in promoting the destination and evaluating successes and failures.

التسويق هو عملية اختيار هدف محدد، واختيار استراتيجيات للوصول إلى السوق، وتحديد الأهداف، وتنسيق جهود الأفراد المعنيين بالترويج للوجهة، وتقييم النجاحات والفشل.



يجب وضع استراتيجية تسويقية قوية للتعريف بالبلديات كوجهة سياحية مميزة. باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والحملات الإعلانية للترويج للمنتجات السياحية والأنشطة في البلديات



مشاركة أصحاب المصلحة



وضع استراتيجيات وخطط العمل لتنويع المنتجات السياحية والاستمرارية في العمل:

تنويع وتطوير المنتجات السياحية في المنطقة.
تحسين المعالم السياحية الحالية وتطوير منتجات سياحية جديدة وفريدة.
الاعتماد على الموارد الطبيعية والثقافية والتراثية لتطوير منتجات جذابة للزوار.

Tourism product portfolio



التعاون المحلي والشراكات:



- تعزيز التعاون بين القطاع العام والخاص والمجتمع المحلي لتنفيذ مشاريع تعزيز السياحة
- إقامة شراكات مع المؤسسات التربوية كالجامعات.
- إقامة شراكات مع المؤسسات والمنظمات المحلية لتنظيم فعاليات وأنشطة سياحية مشتركة.



Social Impact

- Developers of a tourist destination should consider the effect of tourist growth on the local population. Too much contact between the resident population and visitors can lead to internal trouble. This is the reason why many countries plan and develop resort areas away from population centers to avoid congestion and to be able to distribute tourism resources over a wide area.

يجب على مُطوّري وجهة السياحة أن يأخذوا في اعتبارهم تأثير نمو السياحة على السكان المحليين. يمكن أن يؤدي التواصل الزائد بين السكان المحليين والزوار إلى مشاكل داخلية. ولهذا السبب، تخطط العديد من الدول وتطوّر مناطق المنتجعات بعيدًا عن مراكز السكان لتجنب الازدحام ولتكون قادرة على توزيع موارد السياحة على مساحة واسعة.

الاستدامة والحفاظ على البيئة



