



## التعاريف المعتمدة من قبل منظمة السياحة العالمية /لجنة السياحة والتنافسية/

### للمفاهيم المستخدمة في سلسلة القيمة السياحية

تعمل لجنة السياحة و التنافسية ومنذ إنشائها في عام 2013 كجهاز فرعي للمجلس التنفيذي على تقييم حالة المعرفة حول المفهوم الأساسي "التنافسية السياحية" وتحديد عواملها الرئيسية. واعتمدت الدورة الثانية والعشرون للجمعية العامة تعاريف تحقق إطاراً شاملاً وموجزاً على الصعيد العالمي وهي :

**السياحة الثقافية : ( Cultural Tourism )** هي نوع من النشاط السياحي يكون فيه الدافع الأساسي للزائر هو تعلم واكتشاف وتجربة واستهلاك المعالم الثقافية / المنتجات الملموسة و غير الملموسة في وجهة سياحية. ترتبط هذه المنتجات / معالم الجذب بمجموعة من المواد المتميزة و السمات الفكرية و الروحية والعاطفية للمجتمع التي تشمل الفنون و الهندسة المعمارية والتراث التاريخي والثقافي ، تراث الطهي ، والأدب ، الموسيقى ، والصناعات الإبداعية والثقافات الحية مع أسلوب حياتهم . ونظام القيم والمعتقدات والتقاليد.

**السياحة البيئية : ( Ecotourism )** السياحة البيئية هي نوع من النشاط السياحي القائم على الطبيعة والذي يكون فيه الدافع الأساسي للزائر هو مراقبة وتعلم واكتشاف واكتساب الخبرة و تقدير التنوع البيولوجي والثقافي مع موقف مسؤول تجاه حماية سلامة النظام البيئي وتعزيز رفاهية المجتمع المحلي. السياحة البيئية تزيد الوعي تجاه الحفاظ على التنوع البيولوجي و البيئة الطبيعية والأصول الثقافية بين السكان المحليين والزوار على حد سواء وتتطلب عمليات إدارية خاصة لتقليل التأثير السلبي على النظام البيئي.

**السياحة الريفية : ( Rural Tourism )** السياحة الريفية هي نوع من النشاط السياحي الذي ترتبط فيه تجربة الزائر بمجموعة واسعة من المنتجات المرتبطة بشكل عام بالأنشطة الطبيعية والزراعة ونمط الحياة الريفية/الثقافة والصيد ومشاهدة المعالم السياحية . تجري أنشطة السياحة الريفية في المناطق غير الحضرية (الريفية) مع الخصائص التالية: (1) كثافة سكانية منخفضة ، (2) هيمنة الزراعة والحراثة على المناظر الطبيعية واستخدام الأرض (3) البنية الاجتماعية التقليدية ونمط الحياة.

**سياحة المغامرات : ( Adventure Tourism )** هي نوع من السياحة التي تحدث عادة في وجهات ذات ميزات جغرافية محددة ومناظر طبيعية وتميل لتتوافق مع النشاط البدني والتبادل الثقافي والتفاعل و المشاركة مع الطبيعة. هذه التجربة قد تنطوي على نوع من الواقع أو الخطر المحتمل وقد يتطلب ذلك جهداً بدنياً / أو عقلياً كبيراً. سياحة المغامرات تشمل عموماً الأنشطة في الهواء الطلق مثل تسلق الجبال ، والرحلات ، والقفز بالحبال ، وتسلق الصخور والتجديف ، وركوب الدراجات في الجبال والمشى في الأحراش وغوص السكوبا. وبطريقة ماثلة، يمكن ممارسة بعض أنشطة سياحة المغامرات الداخلية

**السياحة العلاجية ( Health Tourism )** تغطي تلك الأنواع من السياحة والتي يكون الدافع الأساسي لها المساهمة في الصحة الجسدية والعقلية وأو الروحية من خلال الأنشطة الطبية الصحية التي تزيد من قدرة الأفراد على تلبية احتياجاتهم الخاصة بحيث يعملون بشكل أفضل كأفراد في بيئتهم ومجتمعهم . السياحة العلاجية : هو مصطلح شامل للأنواع الفرعية السياحة الصحية والسياحة الطبية.

**السياحة الصحية ( Wellness Tourism )** هي نوع من النشاط السياحي الذي يهدف إلى تحسين وتحقيق التوازن بين جميع المجالات الرئيسية للحياة البشرية بما في ذلك الجسدية والعقلية والعاطفية والمهنية والفكرية والروحية . إن الدافع الأساسي للسائح في مجال السياحة الصحية هو الوقاية الاستباقية وتحسين أسلوب الحياة الصحي من خلال أنشطة اللياقة البدنية . وتناول الطعام الصحي ، والاسترخاء، والتدليك وعلاجات الشفاء.

**السياحة الطبية ( Medical Tourism )** هي نوع من النشاط السياحي الذي ينطوي على استخدام الموارد والخدمات الطبية القائمة على الأدلة والخدمات ويشمل ذلك التشخيص والعلاج والشفاء والوقاية والنقاهة.

**سياحة الأعمال ( Business Tourism )** هي نوع من الأنشطة السياحية التي يسافر فيها الزوار لهدف مهني و / أو تجاري محدد إلى مكان خارج مكان العمل والإقامة بهدف حضور اجتماع ، أو نشاط أو حدث. المكونات الرئيسية لسياحة الأعمال هي الاجتماعات ، الحوافز والاتفاقيات والمعارض. يمكن الجمع بين سياحة الأعمال وأي نوع سياحي آخر خلال الرحلة نفسها.

**سياحة فن الطهي ( Gastronomy Tourism )** هي نوع من النشاط السياحي الذي تتميز به تجربة الزائر بارتباطها بالطعام والمنتجات والأنشطة ذات الصلة بتراث الطهي وخبرات الطهي المبتكر أثناء السفر وقد تشمل سياحة فن الطهي على أنشطة أخرى مثل زيارة المنتجين المحليين والمشاركة في المهرجانات الغذائية وحضور دروس الطبخ . وتعد (سياحة النبيذ) نوع فرعي من سياحة فن الطهي وتشير إلى السياحة الهادفة إلى زيارة مزارع الكروم، ومصانع النبيذ وتشمل أيضا التذوق ، الاستهلاك و/أو شراء النبيذ غالبا عند المصدر أو بالقرب منه.

**السياحة الساحلية ( Coastal Tourism )** تشير إلى أنشطة السياحة البرية مثل السباحة . ركوب الأمواج ، وحمامات الشمس وغيرها من الأنشطة الترفيهية الرياضية الساحلية والتي تحدث على شاطئ بحر أو بحيرة أو نهر. أو بالقرب من الساحل كما أن المرافق والخدمات هي شرط أساسي لدعم السياحة الساحلية .  
السياحة البحرية ( Maritime Tourism ) تشير إلى الأنشطة البحرية الأخرى التي تجري في البحر مثل التجوال البحري ، اليخوت، القوارب والرياضة البحرية .

السياحة الداخلية المائية ( Inland Water Tourism ) تشير إلى الأنشطة السياحية مثل اليخوت والقوارب والرياضات البحرية التي تجري في البيئات التي تقع داخل حدود الأراضي الطبيعية وتشمل البحيرات والأنهار، البرك ، والجداول والمياه الجوفية، والينابيع ومياه الكهوف وغيرها من المياه المجمعة تقليديا.

**السياحة الحضرية (سياحة المدن) ( Urban / City Tourism )** هي نوع من النشاط السياحي الذي يحدث في المناطق الحضرية التي تتميز بسماتها غير الزراعية والاقتصاد القائم على الإدارة والصناعة والتجارة والخدمات وبكونها نقاط وصل بين مختلف وجهات المدن . تقدم وجهات المدن مجموع واسعة وغير متجانسة من الخبرات الثقافية والمعمارية والتكنولوجية والتجارب الاجتماعية والطبيعية ومنتجات الترفيه والأعمال.

**السياحة الجبلية :** ( Mountain Tourism ) هي نوع من النشاط السياحي الذي يحدث في مساحة جغرافية محددة مثل التلال أو الجبال ذات الخصائص والسّمات المتأصلة في مناظر طبيعية محددة . الطبوغرافيا. والمناخ والتنوع الحيوي (النباتات والحيوانات ) والمجتمع المحلي ويشمل ذلك مجموعة واسعة من الأنشطة الترفيهية والرياضية في الهواء الطلق.

**السياحة التعليمية :** (Education Tourism) تغطي تلك الأنواع من السياحة التي لها دور أساسي في حفيز مشاركة السائح واكتساب الخبرة في التعليم ، والتحسين الذاتي والنمو الفكري وتنمية المهارات . تمثل السياحة التعليمية مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات ذات الصلة بالدراسات الأكاديمية و تعزيز المهارة . والرحلات المدرسية والتدريب الرياضي ومناهج تنمية المهن ودورات اللغة

**السياحة الرياضية :** ( Sport Tourism ) هي نوع من النشاط السياحي الذي يشير إلى تجربة السائح بالسفر إما للمراقبة والمشاهدة كمتفرج أو المشاركة بنشاط في حدث رياضي عادة ما يكون تجاري وغير تجاري ذات طبيعة تنافسية.

**الوجهة السياحية (Tourism Destination)** وهي المساحة الطبيعية مع أو بدون حدود إدارية أو تحليلية بحيث يمكن للزائر قضاء ليلة واحدة فيها . وهي التجمع ( الموقع المشترك) من المنتجات والخدمات والأنشطة والخبرات ضمن سلسلة القيمة السياحية والوجهة هي وحدة أساسية لتحليل السياحة . تضم الوجهة العديد من المعنيين بالقطاع السياحي وأصحاب المصلحة و تمكنهم من التواصل لتشكيل وجهات أكبر. ويمكن أن تكون الوجهة غير ملموسة في صورتها وهويتها ما قد يؤثر على قدرتها التنافسية في السوق.

**منظمة إدارة تسويق الوجهات ( Destination Management Marketing Organization )** هي الكيان التنظيمي الرائد الذي قد يشمل مختلف السلطات والمعنيين بالقطاع السياحي والمهنيين كما تقدم تسهيلات للشراكات في قطاع السياحة بهدف تحقيق تصور مشترك. كما أن الهيكلية تختلف من سلطة عامة واحدة إلى نموذج شراكة عامة / خاصة مع الدور الرئيسي للشروع في التنسيق وإدارة أنشطة متنوعة مثل تنفيذ السياسات السياحية والتخطيط الاستراتيجي وتطوير المنتج وأنشطة التطوير والترويج والتسويق ومكتب الأنشطة. قد تختلف وظائف منظمات التسويق الدولية من المستوى الوطني إلى المستوى الإقليمي والمحلي تبعاً للاحتياجات الحالية و المحتملة وكذلك على مستوى اللامركزية في الإدارة العامة. ليس كل وجهة سياحية لديها منظمة إدارة تسويق الوجهات

**المنتج السياحي: (Tourism Product)** المنتج السياحي هو مزيج من العناصر الملموسة وغير الملموسة مثل الموارد الطبيعية والثقافية و البشرية . والمعالم السياحية . والمرافق . والخدمات والأنشطة حول مركز اهتمام محدد والذي يمثل جوهر المزيج التسويقي للمقصد ويخلق تجربة شاملة للزوار بما في ذلك الجوانب العاطفية للزائر المحتملين. يتم تسويق المنتجات السياحية وبيعها من خلال قنوات التوزيع ولها دورة حياة.

**سلسلة القيمة السياحية :** ( Tourism Value Chain ) هي سلسلة من الأنشطة الأولية وأنشطة الدعم الإستراتيجية الأساسية لأداء قطاع السياحة. و العمليات المرتبطة بها مثل صنع السياسات و التخطيط المتكامل وتطوير المنتجات والتعبئة والتغليف والترويج والتسويق والتوزيع وعمليات وخدمات المبيعات والوجهة و هي الأنشطة الرئيسية لسلسلة القيمة السياحية. أنشطة الدعم تشمل النقل والبنية التحتية وتنمية الموارد البشرية والتكنولوجيا وتطوير الأنظمة والسلع والخدمات التكميلية الأخرى التي قد لا تكون ذات صلة بنواة الأعمال السياحية ولكن لها تأثير كبير على قيمة السياحة.

**جودة وجهة السياحة : (Quality of a Tourism Destination)** هي نتيجة لعملية تنطوي على إرضاء جميع احتياجات السياحة من المنتجات والخدمات ، ومتطلبات وتوقعات المستهلك بسعر مقبول ، في المطابقة مع الشروط التعاقدية المقبولة بشكل متبادل والعوامل الأساسية الضمنية مثل السلامة والأمن، والنظافة، وسهولة الوصول، والاتصالات، والبنية التحتية والمرافق العامة والخدمات. كما ينطوي على جوانب من الأخلاق والشفافية والاحترام تجاه الإنسان والطبيعة والبيئة الثقافية . إن الجودة هي واحدة من المحركات الرئيسية للسياحة التنافسية ، وهي أيضا أداة مهنية لأغراض تنظيمية وتنفيذية وإدراكية لموردي السياحة.

**الابتكار في مجال السياحة ( Innovation in Tourism: )** هو إدخال عنصر جديد أو محسّن يهدف إلى إحضار الفوائد الملموسة وغير الملموسة للمعنيين بالقطاع السياحي وللمجتمع المحلي، وتحسين قيمة تجربة السياحة والكفاءات الأساسية لقطاع السياحة وبالتالي تعزيز السياحة المستدامة أو التنافسية. إن الابتكار في مجال السياحة قد يشمل المناطق المحتملة ، مثل الوجهات السياحية والمنتجات السياحية والتكنولوجيا والعمليات والمنظمات والنماذج التجارية والمهارات ، العمارة والخدمات والأدوات و / أو الممارسات للإدارة والتسويق والاتصالات والتشغيل ، ضمان الجودة والأسعار

**القدرة التنافسية للوجهة السياحية ( Competitiveness of a Tourism Destination )** هي قدرة الوجهة على استخدام طبيعتها ، ومواردها الثقافية والإنسانية والصناعية والرأسمالية بكفاءة لتطويع وتقديم الجودة والابتكار و المنتجات والخدمات السياحية الأخلاقية والجذابة من أجل تحقيق نمو مستدام ضمن رؤية شمولية وأهداف إستراتيجية ، وزيادة القيمة المضافة لقطاع السياحة ، وتحسين وتنوع مكونات السوق وتحسين جاذبيته وفوائده لكل من الزوار والمجتمع المحلي وذلك من منظور مستدام.

