



ETFI - Exploring Opportunities

Together we can inspire the world of tourism



Stenden





Colofon

This report is published by the European Tourism Futures Institute.

Copyright © 2014, European Tourism Futures Institute

It is allowed to reproduce content from this publication, on condition that references are provided.

Compiling this report was done with the utmost care; however, the authors and the organizations they represent are not liable for any damage resulting from the information provided in this publication.

Images: ETFI & sxc.hu

European Tourism Futures Institute

Visiting address: Rengerslaan 8, 8917 DD, Leeuwarden
 Postal address: P.O. Box 1298, 8900 CG, Leeuwarden
 Phone number: +31 (0) 58 244 1992
 Email: info@etfi.eu
 Website: www.etfi.eu

1. What is ETFI?

The European Tourism Futures Institute (ETFI) was founded in 2009 by Stenden University in cooperation with public and private stakeholders in the tourist industry and with strong support by the European Union, European Regional Development Fund and the Northern Netherlands Provinces (SNN).

The European Tourism Futures Institute focuses on the future of tourism, leisure and hospitality. The aim of the ETFI is to provide insights in plausible developments for the future, rather than analysing data on the current situation of the industry. Due to fast and dramatic changes in tourist consumer behaviour and other driving forces in the business environment, relying only on the extrapolation of current trends appears to be insufficient to define long-term strategies for tourist businesses.

This particular focus on scenario planning for tourism, leisure and hospitality, and the way to which it is applied, offers the ETFI an advantage in the application and development of research methods in a fast developing and fast growing industry. The institute has established its name in a wide variety of projects in regions and countries in Europe concerning innovative tourism and leisure businesses and activities. Because of its specific and distinct scenario view, you can consider the ETFI to be a partner rather than a competitor for other research institutes.

It is our ambition to lead and to inspire the discussion on scenarios for tourism. We aim to provide businesses, governments and other organizations with intelligence on trends and developments with a potential impact

on their future. Specific dilemmas and decisions on strategic choice require a bottom-up approach in a constant dialogue with all parties involved. For all these stakeholders, the ETFI provides a platform for information, for the exchange of ideas and for debates on tourism in tomorrow's world.

Our Mission

The European Tourism Futures Institute makes an active and inspiring contribution to tourism futures by using scenario-planning methodology. We paint pictures of the future of tourism, leisure and hospitality.

Our Vision

The European Tourism Futures Institute leads and inspires the discussion on the future of tourism. We are an eminent partner for public bodies, NGOs and companies in the leisure, tourism and hospitality industry with the development and dialogue on their future scenarios.

Our Network

The ETFI has started to develop scenario planning and has applied it in The Netherlands and Europe. We operate at a regional and an international level. From this international perspective, a network for research and development has been established with a select group of European universities, research institutes, and partners in the field of tourism, leisure and hospitality. We do this to further develop scenario-planning methodologies and to apply these methods in different tourism, leisure and hospitality contexts.

The specialization and concentration on scenario planning for tourism grants the ETFI a central role in

establishing and coordinating this international tourism network.

Our Aim

The European Tourism Futures Institute aims to build bridges between the generation, transfer and application of knowledge within the tourism, leisure and hospitality industry and to co-operate with all stakeholders: tourism industry (suppliers), the tourist (consumers), and local/regional community (providers) to develop, high quality tourist services and to guarantee the necessary preconditions for the middle long and long term.. Specifically, we provide support with building sustainable business models for the tourism, leisure and hospitality industry that can be applied for new business, new concepts, new products and new services and required infrastructure initiatives.

Research questions

The ETFI provides support with finding an answer to questions such as:

Questions relating to the vision of tourism

- How can developments in tourism play a positive role in the welfare of (city) residents and what actions will it entail?

Questions relating to internal and external analysis of tourism in the region

- What will differentiate tourism in the region from other regions in 2020 and 2030?
- Why will tourists want to visit the tourist region in 2030?

Questions relating to strategic choices

- Which market segments in tourism have the best opportunities in the future and which segments should the region focus on?

Questions relating to the implementation of organisational strategies

- What measures should authorities take to support activities and to serve in tourism the interests of all parties?
- What spatial planning is desirable for urban areas/regions to best serve the three groups of stakeholders (tourism businesses, tourists and local/regional population)?

Questions relating to the implementation of product strategies:

- Which products and services will the tourism industry be able to deliver optimally in the future (2020 and 2030) under the influence of regional, national and international competition and within on-going and rapidly changing external environments?
- How can urban areas tailor and focus their offering assortment of tourism to future needs?
- What is the economic impact of the different scenarios?

Questions relating to the implementation of promotion strategies:

- How should businesses deliver their marketing to meet future tourism needs?
- How (new media: communications/marketing/promotion) will businesses have to deliver their services to meet future tourism needs and how does that relate to the current situation?

Our research goals and level of ambition

- The institute develops expertise and gathers high-quality information that can be used for specific projects (implementation) for the tourist & leisure industry.
- The institute develops and applies scenario planning methods to prepare well-considered decisions on investment in integral business models and product development.
- The institute develops and maintains an international network – using amongst others social media – to share knowledge, methodology, results and experiences in the broadest sense regarding scenario planning.



“ *Tourism in Tomorrow’s World:
What the future holds for
tourism in the region* ”

Table of Contents

2. What is scenario planning?	2
Scenario planning in tourism	2
Environmental scenarios and strategic courses of action	2
Environmental scenarios for the tourism industry	3
Goal or task-based scenarios to support decision-making	3
3. What are the challenges for tourism 2014-2034?	4
Developments	4
4. EU and Qatar	6
In tourism	6
In environment and climate change	7
5. Past projects ETFI	8
“Carnival Futures: Notting Hill Carnival 2020”	8
“Sportas Amsterdam – Sports Tourism”	8
“Sustainability tourism 2040 – a manifesto”	9
“Futures of zoos”	10
“Holiday Googlers and human interfaces: the travel professional in 2025”	10

2. What is scenario planning?

Scenario planning is a methodical working practice that enables entrepreneurs and policy makers to take appropriate decisions about the development and implementation of plans (within the tourist industry and affiliated sectors) based on plausible and accepted models of the future. Scenario development or compilation can take place for short term (short-break scenarios for a period of a few years) or for the longer term (15-20 years or even more) (Shell International, 2008).

Scenario planning in tourism

In 2001 VisitScotland, the national tourist organisation of Scotland firstly adapted scenario planning with its scenario planner Dr. Ian Yeoman. VisitScotland used the scenario approach to scan the business environment to identify the possible consequences and ways to be prepared. A scenario-planning group was established and Dr. Ian Yeoman was appointed as the scenario planner. The goal of the group was to answer numerous questions such as 'What actions does VisitScotland and its stakeholders need to take to ensure tourism is the first and everlasting industry of Scotland to 2025?' but also to understand how the war in Iraq could affect Scottish tourism or the impact of a flu pandemic on Scottish tourism.

Environmental scenarios and strategic courses of action

Trends, developments, events or decisions can make your business environment unpredictable. Therefore, environmental scenarios assist you to get a clear outline of your future business environment so you can adapt strategies in order to anticipate and react in time to changes. Environmental scenarios are consistent,

plausible and coherent pictures of possible futures of your organisation. Environmental scenarios help your organisation to stay successful in the future. These scenarios can assist you to:

- Create awareness of the influences environmental factors can have on the future of your organization
- Get an outline of possible uncertain factors, which may affect your future and the future of your business environment
- Anticipate in time and elaborate new business models, products and services
- Make your strategy future-proof

Environmental scenarios for the tourism industry

- What are the trends shaping the tourism and leisure industry?
- What will happen to the tourism and leisure industry and your organization if unexpected incidents occur?
- How can you anticipate these critical incidents?
- What are the important environmental factors influencing tourism and leisure in the upcoming years?
- Which of these developments are uncertain?
- How can these uncertain factors be translated into scenarios?
- What are the consequences, risks and chances of these scenarios for your organization?
- How can you anticipate on these threats and possibilities?
- How can you convert the scenarios into strategies for your organization?

By means of the answers to such questions the European Tourism Futures Institute can assist you to concentrate on your future in a pro-active way and elaborate environmental scenarios for your company or institute and assist you to translate these 'pictures' in visions and strategies to refocus your organisation.

Goal or task-based scenarios to support decision-making

It is of great importance to have insights in all the possible consequences before making strategic decisions for your organisation. Goal or task-based scenarios can assist your organisation with making rational and coherent decisions.

Goal or task-based scenarios outline the dilemmas your organization is facing. The scenarios help you to elaborate the possible directions your organization can develop in and highlights the possible consequences. Being aware of the implications before actually making a strategic decision gives you the possibilities to avoid the undesirable costs and allows you to aim for the desired ones.

Target scenarios help you to make rational and coherent strategic decisions on future development and positioning of your organization. They also assist with organizational changes and the development of future-proof visions and strategies not just for companies but also for cities and destinations.

3. What are the challenges for tourism 2014-2034?

Tourism has experienced a continued growth and an expanding diversification to develop into one of the fastest growing economic sectors in the global industry. Currently, tourism has become one of the major players in international business; it is also one of the main income sources for many developing countries. This will lead to increasing diversification and competition amongst destinations.

Developments

A look at the outbound travel from the GCC region to global destinations shows a year on year growth of up to 8% with up to 81 Million arrivals from the Middle East by 2030 (UNWTO). The market in tourism has become diverse with more and more relatively small market segments (e.g. HNWIs, luxury travel, mid income level). However, on the other hand the assortment of tourism products in the GCC is quite limited in its variety, the focus is on a single product. Product quality needs improvement; e.g. beaches in the GCC region do not have worldwide quality certification. Marketing and promotion of the tourism products is needed.

With hotels, facilities and other tourism products under development, the tourism industry is facing challenges. A significant increase of job creation is expected. Currently over 250 million people around the world work in this industry; the economic importance of tourism especially in the GCC region is also showing.

- Currently, in Qatar, the tourism business accounts for around 20,000 employees. This number is expected to grow to around 127,000 by 2030 (QTA).

Where can talent be found and how should it be trained for its future role in the rapidly changing industry?

- What is the impact of events and their legacy? Qatar hosting the FIFA 2022 World Cup brings challenges towards the influx of different groups of visitors. Another boost for employment in the region is Dubai hosting the Expo in 2020.
- Visitor attractions: The opening of a new water park in Abu Dhabi means thousands of jobs for the local and regional population. What about the indirect impact on facilities (e.g. food, lodging) of such attraction? Another focus is the effect of more or less restrictive visa requirements with rising numbers of visitors. There will be significant challenges to have these arrivals entered and accommodated. Regional differences in immigration policies will directly affect the competitiveness of destinations.
- Related to the inflow of visitors, the challenges in environmental and ecological sustainability like air and water quality and waste management practices will be important.
- The tourism industry in the GCC region is gradually developing into a knowledge-based economy with research and education. Various tourism initiatives and institutions have been launched to develop and strengthen the tourist and leisure industry. Therefore, education and innovation are crucial to the future of tourism in the region. Investment in the sector and in education is needed, yet also a focus in long-term strategy for tourism is imperative. In addition to changes in tourist consumer behaviour, socio-economic and technologic developments have an impact on the future of the tourism industry. The entire industry faces trends and changes; it has to incorporate or to adjust to new

technologies, sustainability and a different awareness. In addition, the development of, for example, innovative travel concepts including artificial islands and boutique hotels will meet different consumer tastes and budgets. This will make the tourism industry more competitive and challenging than before.



4. EU and Qatar

The relationship between EU and the Gulf Cooperation Countries has progressed in recent years. There are collaboration and agreements in place in which collaboration is further boosted. The Joint Action Program (JAP) is such an example of collaboration. The JAP covers 17 specific areas of cooperation.

What are the relevant areas of cooperation for you? And what can this mean for you?



In tourism

There is a need to discuss possibilities of cooperation in joint tourism projects that can be established. The Joint

Action Program has set objectives:

- To encourage GCC and EU participation in tourism fairs in both EU and GCC. (e.g. presence promotion in e.g. World Travel Market in London, ITB in Berlin, Arabian Travel Market in Dubai)
- To promote EU institutional presence on stands in tourism fairs in the GCC. (e.g. universities, colleges and other institutes' presence at regional Arabian travel markets)
- To promote a framework of cooperation and exchange of expertise and know-how in sustainable tourism development (national parks, protected areas, hot water springs, mountain and coastal areas, desert, eco and agritourism) in terms of policy making; planning; investment and promotion; management and operation. (e.g. design & development of scenario-planning models for types of tourism)
- To encourage EU investors to explore investment opportunities in the GCC. (e.g. travel companies/ authorities/ MNEs to invest in niche market segments)
- Exchange of good practices and know-how on protection and preservation of natural and cultural heritage (visual pollution, environmental hazards, etc.) (e.g. establishing a group of experts or knowledge platform in the field of preservation of natural and cultural heritage)
- Explore possible participation of GCC officials in the area of tourism in EU relevant training programmes (e.g. offer of education programmes on tourism)



In environment and climate change

In the field of environment and climate change the EU and the GCC have common concerns which can be addressed by:

- Cooperation in the field of waste recycling, related power generation technologies and building indigenous technologies in these fields, as well as exchange of expertise and research and cooperation between industries and research centers.
- Exchange views and studies on the causes and effects of climate change as well as policies dealing with climate change within the framework of relevant UN conventions.

Joint action can be done through

- Establishing ad-hoc groups to address specific areas as needed.
- Holding seminars, exhibits, workshops, visits, technical exchange and joint studies.
- Training and capacity building in some identified areas of cooperation.



5. Past projects ETFI

The European Tourism Futures Institute has published several studies on tourism scenario planning. Here are some projects.

“Carnival Futures: Notting Hill Carnival 2020”



The Carnival Futures: Notting Hill Carnival 2020 project is a study commissioned by King’s Cultural Institute’s Creative Futures in London, United Kingdom. The aim was to engage the Notting Hill Carnival community in collaboratively planning for its future, alongside academics and other individuals. This project brought together the festival’s organisers, attendees, funders and other supporters to collectively consider the challenges, opportunities and uncertainties that the carnival faces and plan for the future. It utilised

scenario planning, a bottom-up approach to planning for the future. Enhancing the human resource capacity, funding sources and promotion/branding of the carnival is necessary for any of the scenarios to be successful.

“Sportas Amsterdam – Sports Tourism”



The Sportas Amsterdam in the Netherlands is a project that revolves around the ambition to create a coherent ‘leisure landscape’ out of the set of sports facilities located in the southwest of Amsterdam. The project serves the purpose of city branding (Amsterdam), local socio-economic development & value (hospitality & restaurants), sustaining local sports associations and sports facilities (economic vitality of facilities), enhance safety (spatial coherence, liveliness), and livability (accessible and attractive open space). The idea of the Sportas is to create



a transition, changing the area from a fragmented sports area towards an integrated leisure landscape. Ultimately, the Sportas will become one of Amsterdam key assets to attract and connect the age group of 18 to 35 to the city. The project aims to develop the area in a sustainable way and to enhance opportunities for innovative entrepreneurship. It aims to bring socio-cultural and socio-economic value to the area as well as to the larger Amsterdam region. The study is carried through the CELTH, Centre of Excellence Leisure Tourism & Hospitality. The CELTH partners in this study are the European Tourism Futures Institute, Stenden University and the NHTV Breda University of Applied Sciences.

“Sustainability tourism 2040 – a manifesto”



The European Tourism Futures Institute does not only carry out studies from the market but we also identify

potential key questions from society like the project “Sustainable Tourism 2040”.

The ETFI took the hint of the potential needs in the tourism industry to connect commercial interest with two other key aspects of sustainability, i.e. the social and ecologic dimension. In this case, the ETFI developed a model that may inspire organisations to use sustainability in their commercial activities. With a few partners of the European Tourism Futures Network a study was carried out to establish the link on the concepts of sustainability, foresight and company’s identity.

During this study four scenarios were designed and developed for a sustainable tourism industry in 2040. The scenarios were based on key uncertainties that define the future of a sustainable tourism industry. The research consisted of two Delphi rounds with relevant partners in which data was collected on important forces that influence on a sustainable manner. The most important uncertainties within the list of factors were combined and the direction in which these uncertainties would develop. A workshop in Brussels with all 17 partners of the European Tourism Futures Network and other stakeholders were challenged to interpret the consequences for four types of organisations with their DNA-profile. The study resulted into an overview of achievable and viable strategic propositions for businesses, these propositions can serve as an inspiration to manage a more sustainable company.

“Futures of zoos”



Zoos have a very important place in leisure consumer behaviour; in the Netherlands people like to visit zoos. However, the market is changing rapidly, as well as the wishes of the consumer. To be prepared to these changes, it is important to be kept informed what the market demands and needs and to adjust strategy and vision and to determine the appropriate and desirable direction.

The study looked at five different points; the role of the zoo in society, the care of the animals, the home of the animals, the current trends in this particular sector of industry and the future.

This study resulted in four possible future scenarios for zoos. These four scenarios were based on two uncertainties with the world of zoos. These uncertainties are the philosophy of zoos (commercial or world-changing) and the design of the home of animals (natural versus man-made): the fifth generation zoo – a zoo in which experience goes beyond the established route. All animal homes are one with nature and flow into the visitors’ areas. In addition, the zoo is promoting sustainability and animal & nature preservation. The

business-like zoo – this is a zoo with natural homes but with a commercial approach. Zoos can be sponsored by famous brands and are connected to a retail chain and offer food & beverages brands. The functional zoo – this is a zoo with functional man-made homes for the animals. The business-like approach makes for extra revenue. The design zoo – a zoo with man-made homes for the animals and create awareness on the importance of sustainability and animal & nature preservation. The results give an insight in the possible development and direction of zoos, and give guidance for making decisions on policy and strategy issues. The decision on the development & direction lies in the hands of the zoo’s management.

“Holiday Googlers and human interfaces: the travel professional in 2025”

The tourism & travel industry are dealing with a growing number of demanding customers, therefore the need to develop the soft skills of its staff is becoming significantly. Not the destination determines the need of the consumer but it is the experience need that determines the tourism product. Is the face-to-face travel agent still relevant in an era of consumer changing preferences and the rise of online booking and self-service? Personal service and attention to detail can be a source for income for these face-to-face agents. The key of successful agents of the future is turning their traditional role into an information collector role in which the client’s time and money is saved.

With access to more content and information about travel possibilities and the opportunity to communicate with customers on a new and different way, the travel professional is able to provide a more superior level of customer service. How will these trends develop further in 2025? What are the new opportunities in social media for the traveller of the future?

This creates new expectations for the travel professional, but what are these? The study will be finished in 2014 and will feed the discussion on which particular services travellers in the future will take from travel agencies. But also will lead to concrete measures in preparation to these activities. Terms like employability, expertise, curriculum development, competition and sustainability are relevant themes.

For more information on these past ETFI projects or on future ETFI projects, please contact the European Tourism Futures Institute on email: info@etfi.eu



الواجهات البشرية ومتصفحو جوجل للقطات: احترافية السفر في عام ٢٠٢٥

تتعامل صناعة السفر والسياحة مع عدد متزايد من العملاء كثري المطالب، ومن ثم فإن الحاجة إلى تطوير المهارات الشخصية لموظفيها أصبحت مهمة. ولا تحدد المنطقة حاجة المستهلك ولكن الاحتياجات العملية هي التي تحدد المنتج السياحي المطلوب. هل ما زال وكيل السفر المباشر مهماً في عصر التفضيلات المتغيرة للمستهلك وظهور الحجز عبر الإنترنت والخدمة الذاتية؟ وقد تكون الخدمة الشخصية والاهتمام بالتفاصيل مصدرًا للدخل بالنسبة لهؤلاء الوكلاء المباشرين. وتعمل السمة الرئيسية للوكلاء الناجحين للمستقبل على تحويل دورهم التقليدي إلى دور جامعي للمعلومات التي يتم به حفظ وقت العميل وماله.

وبالوصول إلى مزيد من المحتوى والمعلومات حول إمكانات السفر وفرصة التواصل مع العملاء بطريقة جديدة ومختلفة، يكون موظف السفر قادرًا على توفير مستوى أكثر تميزًا في مجال خدمة العملاء. كيف تتطور هذه التوجهات في عام ٢٠٢٥؟ ما هي الفرص الجديدة في وسائل التواصل الاجتماعي للمسافر في المستقبل؟ يؤدي هذا إلى خلق توقعات جديدة لاحترازية السفر، ولكن ما هي هذه التوقعات؟ سيتم الانتهاء من هذه الدراسة في عام ٢٠١٤ وسوف تغذي المناقشة التي فيها سيأخذ المسافرون في خدمات معينة في المستقبل من وكالات السفر. ولكن أيضًا سوف تؤدي هذه الدراسة إلى اتخاذ تدابير ملموسة في الإعداد لهذه الأنشطة. ومن الأفكار ذات الصلة مصطلحات مثل القابلية للتوظيف والخبرات وتطوير المناهج والمنافسة والاستدامة.

لمزيد من المعلومات حول مشروعات معهد مستقبل السياحة الأوروبية الماضية أو مشروعات معهد مستقبل السياحة الأوروبية في المستقبل، يرجى الاتصال بمعهد مستقبل السياحة الأوروبية على البريد الإلكتروني:

info@etfi.eu

وقد بحثت الدراسة في خمس نقاط مختلفة وهي دور حديقة الحيوانات في المجتمع، وجوهر الحيوانات، وبيت الحيوانات، والاتجاهات الحالية في هذا القطاع الخاص من الصناعة، والمستقبل.

وقد نتجت هذه الدراسة عن أربعة سيناريوهات محتملة لحدائق الحيوانات في المستقبل. وقد استندت هذه السيناريوهات الأربعة إلى اثنين من الشكوك في عالم حدائق الحيوانات. وهذه الشكوك هي فلسفة حدائق الحيوانات (التجارية أو العالم المتغير) وتصميم بيت الحيوانات (الطبيعي مقابل صنع الإنسان): حديقة حيوانات الجيل الخامس - حديقة حيوانات تتجاوز فيها التجربة المسار القائم. وتكون جميع بيوت الحيوانات لها طبيعة ومسلك في مناطق الزوار. وبالإضافة إلى ذلك، تعمل حديقة الحيوانات على تعزيز الاستدامة والمحافظة على الطبيعة والحيوانات. حديقة الحيوانات شبه التجارية وهذه هي حديقة حيوانات بها بيوت طبيعية ولكن بنهج تجاري. ويمكن رعاية حدائق الحيوانات باستخدام العلامات التجارية الشهيرة وربطها بسلاسل البيع بالتجزئة وعرض العلامات التجارية للمواد الغذائية والمشروبات. حديقة الحيوانات العملية - وهذه هي حديقة حيوانات بها بيوت عملية للحيوانات من صنع الإنسان. ويعمل النهج شبه التجاري على الحصول على عائدات إضافية. حديقة حيوانات للتصميم - وهي حديقة حيوانات بها بيوت للحيوانات من صنع الإنسان، وتعمل على خلق الوعي بأهمية الاستدامة والمحافظة على الطبيعة والحيوانات.

وتعطي النتائج نظرة ثاقبة في التوجه والتطوير المحتمل لحدائق الحيوانات، وتقدم توجيهات لاتخاذ القرارات بشأن قضايا الاستراتيجية والسياسة. ويقع القرار بشأن التنمية والتوجه في أيدي إدارة حديقة الحيوانات.

مستقبل حدائق الحيوانات



حدائق الحيوانات لها مكانة مهمة جدًا في سلوك مستخدم وسائل الترفيه؛ حيث يحب الناس زيارة حدائق الحيوانات في هولندا. ولكن السوق يتغير بسرعة، فضلاً عن رغبات المستخدم. ولكي تكون على استعداد لهذه التغيرات، فمن المهم أن تبقى على علم بمتطلبات السوق واحتياجاته وضبط الاستراتيجية والرؤية وتحديد الاتجاه المناسب والمرغوب فيه.

مشروعات معهد مستقبل السياحة الأوروبية اللاحقة

قام معهد مستقبل السياحة الأوروبية بنشر عدة دراسات حول تخطيط سيناريوهات السياحة، وتوجد هنا بعض المشروعات.

مستقبل المهرجانات: كرنفال نوتينج هيل ٢٠٢٠



Carnival Futures:
Notting Hill Carnival 2020



مستقبل المهرجانات: مشروع كرنفال نوتينج هيل ٢٠٢٠ هو دراسة بتكليف من المعهد الثقافي الملكي للمستقبل الإبداعي في لندن بالمملكة المتحدة. ولقد كان الهدف هو إشراك مجتمع كرنفال نوتينج هيل المحلي في التخطيط بشكل تعاوني لمستقبله، إلى جانب الأكاديميين وغيرهم من الأفراد. وقد عمل هذا المشروع على جمع منظمي المهرجان والحاضرين فيه ومموليه والداعمين الآخرين للنظر بشكل جماعي إلى التحديات والفرص والشكوك التي يواجهها الكرنفال والتخطيط للمستقبل. وقد استخدم

المشروع تخطيط السيناريو، وهو نهج قائم على التشاور مع المستفيدين للتخطيط للمستقبل. ومن العوامل الضرورية في نجاح أي سيناريوهات تعزيز قدرات الموارد البشرية ومصادر التمويل والدعاية/العلامة التجارية للكرنفال.

سبورتاس أمستردام - السياحة الرياضية



Sportas Amsterdam - Sports Tourism



سبورتاس أمستردام في هولندا هو مشروع يدور حول الطموح إلى إنشاء 'منظر طبيعي للترفيه' متناسق من مجموعة من المرافق الرياضية التي تقع في جنوب غرب أمستردام. ويخدم المشروع الغرض من العلامة التجارية للمدينة (أمستردام) وقيمتها وتنميتها المحلية الاجتماعية والاقتصادية

(الضيافة والمطاعم) وتدعيم الاتحادات الرياضية المحلية والمنشآت الرياضية (الحيوية الاقتصادية للمرافق)، وتعزيز إجراءات السلامة (التناسق المكاني، والحيوية) و سهولة التكيف و العيش (المساحات المفتوحة الجذابة والتي يمكن الوصول إليها). وتهدف فكرة سبورتاس إلى خلق تحول وإحداث تغيير للمنطقة من منطقة رياضية مقسمة إلى منظر طبيعي متكامل للترفيه. وسيصبح سبورتاس بشكل أساسي أحد الأصول الأساسية لأمستردام في جذب الفئة العمرية من سن ١٨ إلى ٣٥ سنة إلى المدينة وربطهم بها. ويهدف المشروع إلى تطوير المنطقة بطريقة مستدامة وتعزيز فرص تنظيم المشروعات المبتكرة. كما يهدف إلى تحقيق قيمة اجتماعية ثقافية واجتماعية اقتصادية للمنطقة وكذلك لمناطق اوسع في أمستردام وقد تم إجراء الدراسة من طرف مركز تميز الخبرات ووسائل الترفيه والسياحة والضيافة شركاء مركز تميز الخبرات ووسائل الترفيه والسياحة في هذه الدراسة هم معهد مستقبل السياحة الأوروبية (CELTH) وجامعة ستندن وجامعة « إن إتش تي في » بريدا للعلوم التطبيقية .

السياحة المستدامة ٢٠٤٠ - بيان رسمي



Sustainable Tourism 2040
A manifesto



لا يقوم معهد مستقبل السياحة الأوروبية بتنفيذ الدراسات التي نقوم بها من السوق فحسب ولكن نقوم أيضًا بتحديد الأسئلة الأساسية المحتملة من المجتمع مثل مشروع "السياحة المستدامة ٢٠٤٠" أخذ معهد مستقبل السياحة الأوروبية التلميح عن الاحتياجات المحتملة في صناعة السياحة لربط الفائدة التجارية بجانبين أساسيين آخرين للاستدامة، أي البعد الاجتماعي والبيئي. وفي هذه الحالة، وضع معهد مستقبل السياحة الأوروبية نموذجًا قد يكون مصدر إلهام للمؤسسات لاستخدام الاستدامة في أنشطتها التجارية. وقد تم تنفيذ دراسة مع عدد من الشركاء في شبكة مستقبل السياحة الأوروبية لإنشاء الارتباط في مفاهيم الاستدامة والبصيرة وهوية الشركة

وخلال هذه الدراسة تم تصميم أربعة سيناريوهات ووضعها لصناعة سياحة مستدامة في عام ٢٠٤٠. وقد استندت السيناريوهات إلى الشكوك الأساسية التي تحدد مستقبل صناعة سياحة مستدامة. وقد تكوّن البحث من جولتي دلفي بالشركاء ذوي الصلة التي تم فيها تجميع البيانات حول القوى المهمة التي تؤثر على أسلوب مستدام. وتم تجميع أهم الشكوك ضمن قائمة العوامل والاتجاه الذي سيتم فيه تطوير الشكوك هذه. وقد تم تحدي ورشة عمل في بروكسل تضم الشركاء السبعة عشر في شبكة مستقبل السياحة الأوروبية جميعهم وغيرهم من أصحاب المصالح لتفسير النتائج لأربعة أنواع من المؤسسات ببصمتهم الوراثة. وقد نتجت الدراسة عن نظرة عامة على المقترحات الاستراتيجية العملية والتي يمكن إنجازها بالنسبة للشركات، ويمكن أن تعمل هذه المقترحات بمثابة مصدر إلهام لإدارة شركة أكثر استدامة

الاتحاد الأوروبي وقطر

حدث تقدم في العلاقات بين الاتحاد الأوروبي ودول مجلس التعاون الخليجي في السنوات الأخيرة، فهناك اتفاقيات قائمة على تعزيز التعاون. مثالا على ذلك، يغطي برنامج العمل (JAP) ويعتبر برنامج العمل المشترك المشترك 17 مجالاً محدداً من مجالات التعاون.

ما هي المجالات ذات الصلة بالتعاون بالنسبة لك؟ وماذا يمكن أن يعني هذا بالنسبة لك؟



في مجال السياحة

هناك حاجة لمناقشة إمكانيات التعاون في المشروعات السياحية المشتركة التي يمكن إنشاؤها. وقد وضع برنامج العمل المشترك أهدافاً هي: لا يقوم معهد مستقبل السياحة الأوروبية بتنفيذ الدراسات التي نقوم بها

في مجال البيئة وتغير المناخ

إن الاتحاد الأوروبي ودول مجلس التعاون الخليجي لهما اهتمامات مشتركة في مجال البيئة وتغير المناخ يمكن معالجتها من خلال:

- التعاون في مجال إعادة استخدام النفايات وتقنيات توليد الطاقة ذات الصلة وإنشاء تقنيات محلية في هذه المجالات، وكذلك تبادل الخبرات والبحوث والتعاون بين الصناعات ومراكز البحوث.
- تبادل الآراء والدراسات حول أسباب تغير المناخ وتأثيراته، وكذلك سياسات التعامل مع تغير المناخ في إطار اتفاقيات الأمم المتحدة ذات الصلة

ويمكن أن يتم العمل المشترك من خلال:

- إنشاء مجموعات مخصصة لمعالجة المجالات المحددة حسب الحاجة
- عقد الندوات وإقامة المعارض وورش العمل والزيارات والتبادل الفني والدراسات المشتركة
- التدريب وبناء القدرات في بعض المجالات المحددة للتعاون

- تشجيع مشاركة دول مجلس التعاون الخليجي والاتحاد الأوروبي في المعارض السياحية في كل من الاتحاد الأوروبي ودول مجلس التعاون الخليجي. تعزيز وجودها على سبيل المثال في سوق السفر العالمي في لندن ومعرض البورصة الدولية للسياحة في برلين وسوق السفر العربي في دبي
- تعزيز الوجود المؤسسي للاتحاد الأوروبي بشكل فعلي في المعارض السياحية التي تقام في دول مجلس التعاون الخليجي. (مثل وجود الجامعات والكليات والمعاهد الأخرى في أسواق السفر العربية الإقليمية)
- تعزيز إطار التعاون وتبادل الخبرات والمعارف في مجال التنمية السياحية المستدامة (الحدائق الوطنية والمناطق المحمية وبنابيع المياه الساخنة والمناطق الساحلية والجبلية والصحراء والسياحة الزراعية والبيئية) من حيث وضع السياسات والتخطيط والاستثمار والترويج والإدارة والتشغيل (على سبيل المثال تصميم وتطوير نماذج تخطيط السيناريوهات لأنواع السياحة)
- تشجيع مستثمري الاتحاد الأوروبي على استكشاف فرص الاستثمار في دول مجلس التعاون الخليجي. (على سبيل المثال شركات السفر/السلطات/المؤسسات متعددة الجنسيات للاستثمار في قطاعات السوق المتخصصة)
- تبادل الممارسات الجيدة والمعرفة والخبرة في مجال حماية التراث الطبيعي والثقافي والحفاظ عليه (التلوث البصري والمخاطر البيئية وما إلى ذلك) (على سبيل المثال إنشاء فريق من الخبراء أو قاعدة معارف في مجال المحافظة على التراث الطبيعي والثقافي)
- استكشاف إمكانية مشاركة المسؤولين في دول مجلس التعاون الخليجي في مجال السياحة في البرامج التدريبية ذات الصلة بالاتحاد الأوروبي (مثل البرامج التعليمية عن السياحة)





- تتطور صناعة السياحة في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي بشكل تدريجي في اقتصاد قائم على المعرفة مع البحث والتعليم. لقد تم إطلاق المؤسسات والمبادرات السياحية المختلفة لتطوير صناعة السياحة ووسائل الترفيه وتقويتها. ومن ثم، فإن التعليم والابتكار هو أمر حاسم لمستقبل السياحة في المنطقة. هناك حاجة إلى الاستثمار في القطاع وفي التعليم، ولكن التركيز على وضع استراتيجية طويلة الأجل للسياحة أيضًا هو أمر حتمي. وبالإضافة إلى التغييرات في سلوك المستهلك السياحي، فإن التطورات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية لها تأثير على مستقبل صناعة السياحة. تواجه صناعة السياحة برمتها توجهات وتغيرات، حيث إنه يجب استخدام التقنيات الجديدة فيها، وإدخال مبدأ الاستدامة بها ويجب أن يختلف مفهوم الوعي بها. بالإضافة إلى ذلك، فإن تطوير مفاهيم السفر المبتكرة على سبيل المثال، بما في ذلك إنشاء الجزر الاصطناعية والفنادق البوتيك سيلبي أذواق المستهلكين المختلفة وميزانياتهم. سيجعل هذا صناعة السياحة أكثر قدرة على المنافسة ويجعلها تشكل تحديًا أكثر من ذي قبل.

- يعمل نحو 20000 موظف في شركات السياحة في قطر حاليًا. من المتوقع أن يرتفع هذا العدد إلى نحو 127000 بحلول عام 2030 (الهيئة العامة للسياحة). أين يمكن العثور على المواهب وكيف ينبغي تدريبها لتؤدي دورها في المستقبل في هذه الصناعة المتغيرة بسرعة؟
- ما تأثير الأحداث وتاريخها؟ تجلب استضافة قطر لكأس العالم لكرة القدم عام 2022 تحديات إزاء تدفق مجموعات مختلفة من الزوار. تؤدي استضافة دبي لمعرض اكسبو في عام 2020 إلى زيادة جديدة في معدلات التوظيف في المنطقة.
- أماكن الجذب السياحي للزوار: يعني افتتاح حديقة مائية جديدة في أبوظبي توفر آلاف من فرص العمل للسكان المحليين وسكان المنطقة. ماذا عن التأثير غير المباشر لأماكن الجذب هذه على المرافق (مثل الغذاء والسكن)؟ هناك محور آخر من التركيز وهو تأثير متطلبات إصدار التأشيرات الأكثر أو الأقل صرامة مع الأعداد المتزايدة من الزوار. ستكون هناك تحديات كبيرة تواجه دخول هؤلاء الوافدين واستضافتهم. سوف تؤثر الفروق الإقليمية في سياسات الهجرة بشكل مباشر على القدرة التنافسية للمناطق.
- ستكون من التحديات المهمة في الاستدامة البيئية والإيكولوجية مثل ممارسات إدارة النفايات وجودة الهواء والمياه، وذلك فيما يتعلق بتدفق الزوار.

ما هي التحديات التي تواجه السياحة في الفترة ما بين 2014 و2034؟

شهدت السياحة نموًا مستمرًا وتنوعًا موسميًا لتتطور إلى واحدة من أسرع القطاعات الاقتصادية نموًا في الصناعة العالمية. ولقد أصبحت السياحة حاليًا واحدة من الصناعات الرئيسية في مجال الأعمال الدولية، بل إنها أيضًا واحدة من مصادر الدخل الرئيسية في كثير من الدول النامية. وسيؤدي هذا إلى احتدام المنافسة والتنوع بين المناطق.

التطورات

من الملاحظ ان نسبة السفر من منطقة دول مجلس التعاون الخليجي إلى مناطق اخرى في جميع أنحاء العالم تعرف نموًا سنويًا يصل إلى أكثر من 8% بما سيصل إلى 81 مليون شخص قادمين من منطقة الشرق الأوسط بحلول عام 2030 (منظمة السياحة العالمية). ولقد أصبح السوق في مجال السياحة متنوعًا مع وجود مزيد من قطاعات السوق الصغيرة نسبيًا (مثل العملاء ذوو الرصيد المالي الضخم والرحلات الفاخرة ومستوى الدخل المتوسط). ومع ذلك، فمن ناحية أخرى تعتبر المجموعة المتنوعة من المنتجات السياحية في دول مجلس التعاون الخليجي محدودة جدًا في تنوعها، ويكون التركيز على منتج واحد. وتحتاج جودة المنتجات إلى تحسين؛ فعلى سبيل المثال الشواطئ في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي ليس لها شهادة جودة على مستوى العالم. وهناك حاجة إلى تسويق المنتجات السياحية والترويج لها.

هذا وتواجه صناعة السياحة تحديات مع الفنادق والمرافق وغيرها من المنتجات السياحية قيد التطوير. ومن المتوقع حدوث زيادة كبيرة في خلق فرص العمل. ويعمل أكثر من 250 مليون شخص حول العالم حاليًا في هذه الصناعة، كما توضح الأهمية الاقتصادية للسياحة خاصة في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي.

ويمكن أن تساعدك هذه السيناريوهات على:

- خلق الوعي بالتأثيرات التي يمكن أن تحدثها العوامل البيئية على مستقبل مؤسستك
- الحصول على مخطط عام للعوامل المحتملة، والتي قد تؤثر على مستقبلك وعلى مستقبل بيئة عملك
- التوقع في الوقت المناسب وطرح خدمات ومنتجات ونماذج أعمال جديدة
- جعل الاستراتيجية الخاصة بك حامية للمستقبل

٢. ما هو تخطيط السيناريوهات؟

تخطيط السيناريوهات هو اتباع منهجية تتيح لأصحاب المشروعات وصناع السياسات إمكانية اتخاذ القرارات المناسبة بشأن وضع الخطط وتنفيذها (داخل صناعة السياحة والقطاعات التابعة) على أساس النماذج المعقولة والمقبولة للمستقبل. وقد يحدث تطوير السيناريوهات أو تجميعها لفترة قصيرة المدى (سيناريوهات على المدى القصير تمتد لبضع سنوات) أو على المدى الطويل (٢٠١٥-٢٠ سنة أو حتى أكثر) (شركة شل العالمية، ٢٠٠٨)

تخطيط السيناريوهات في مجال السياحة

في عام ٢٠٠١، قامت منظمة السياحة الوطنية في اسكتلندا «فيزيت سكوتلاند» أولاً بتعديل تخطيط السيناريوهات؛ وذلك اعتماداً على سيناريو د. إيان يومان، مخطط السيناريوهات لديها. يهدف هذا السيناريو لفحص بيئة الأعمال من أجل تحديد الطرق والنتائج الممكنة المطلوب تحضيرها. وتم إنشاء مجموعة تخطيط سيناريوهات وتم تعيين د. إيان يومان كمخطط سيناريوهات. وكان هدف المجموعة هو الإجابة على عدد من الأسئلة مثل «ما هي الإجراءات التي تحتاج منظمة فيزييت سكوتلاند وأصحاب المصالح فيها إلى اتخاذها لضمان بقاء السياحة هي الصناعة الأولى والدائمة في اسكتلندا حتى عام ٢٠٢٥؟» ولكنها كانت تهدف أيضاً إلى فهم كيف يمكن أن تؤثر الحرب في العراق على السياحة الاسكتلندية أو تأثير وباء الأنفلونزا على السياحة الاسكتلندية

السيناريوهات البيئية ودورات عمل الاستراتيجية

يمكن للتوجهات أو التطورات أو الأحداث أو القرارات أن تجعل بيئة عملك لا يمكن توقعها. ومن ثم، فإن السيناريوهات البيئية تساعدك على الحصول على مخطط واضح لبيئة عملك في المستقبل حتى يمكنك تعديل الاستراتيجيات من أجل توقع التغييرات والتفاعل معها في الوقت المناسب. وتتسم السيناريوهات البيئية بأنها صور متوافقة ومعقولة ومرتبطة منطقياً للمستقبل المحتمل لمؤسستك. وتساعد السيناريوهات البيئية مؤسستك على البقاء ناجحة في المستقبل

يقدم السيناريو البيئي إجابةً على أسئلة مثل:

- ما التوجهات التي تشكل صناعة السياحة ووسائل الترفيه؟
- ماذا سيحدث لصناعة السياحة ووسائل الترفيه ومؤسستك إذا وقعت أحداث غير متوقعة؟
- كيف يمكنك أن تتوقع تلك الأحداث الحرجة؟
- ما هي العوامل البيئية المهمة التي ستؤثر على السياحة ووسائل الترفيه في السنوات القادمة؟
- أي من هذه التطورات ليس مؤكداً؟
- كيف يمكن تحويل هذه العوامل غير المؤكدة إلى سيناريوهات؟
- ما هي نتائج هذه السيناريوهات ومخاطرها وفرص تطبيقها في مؤسستك؟
- كيف يمكنك توقع هذه التهديدات والاحتمالات؟
- كيف يمكنك تحويل السيناريوهات إلى استراتيجيات لمؤسستك؟

يمكن أن يساعدك معهد مستقبل السياحة الأوروبية من خلال الإجابات على هذه الأسئلة على التركيز على مستقبلك بطريقة استباقية ووضع السيناريوهات البيئية لشركتك أو معهدك ومساعدتك على تحويل هذه «الصور» إلى رؤى واستراتيجيات لإعادة التركيز على مؤسستك.

السيناريوهات المستندة إلى المهام أو الأهداف لدعم صنع القرار

القرار

من المهم أن يكون هناك رؤية ثابتة لجميع النتائج المحتملة قبل اتخاذ القرارات الاستراتيجية الخاصة بمؤسستك. ويمكن أن تساعد السيناريوهات المستندة إلى المهام أو الأهداف مؤسستك على اتخاذ قرارات عقلانية ومنطقية.

وتحدد السيناريوهات المستندة إلى المهام أو الأهداف الخطوط العريضة للمشكلات التي تواجهها مؤسستك. وتساعدك السيناريوهات على وضع الاتجاهات المحتملة التي يمكن لمؤسستك تطويرها وتسليط الضوء على النتائج المحتملة. وإن العلم بالتداخلات و الاحتمالات قبل اتخاذ قرار استراتيجي بشكل فعلي يتيح لك إمكانية تجنب التكاليف غير المرغوب فيها ويسمح لك باستهداف التكاليف المرجوة.

وتساعدك السيناريوهات المستهدفة على اتخاذ قرارات استراتيجية عقلانية ومنطقية بشأن تحديد مكانة مؤسستك في المستقبل وتطويرها. كما تساعد السيناريوهات أيضاً على إحداث التغييرات التنظيمية ووضع الاستراتيجيات والرؤى الواقية في المستقبل ليس على مستوى الشركات فحسب ولكن على مستوى المدن والأماكن أيضاً.

Table of Contents

2. What is scenario planning?	2
Scenario planning in tourism	2
Environmental scenarios and strategic courses of action	2
Environmental scenarios for the tourism industry	3
Goal or task-based scenarios to support decision-making	3
3. What are the challenges for tourism 2014-2034?	4
Developments	4
4. EU and Qatar	6
In tourism	6
In environment and climate change	7
5. Past projects ETFI	8
“Carnival Futures: Notting Hill Carnival 2020”	8
“Sportas Amsterdam – Sports Tourism”	8
“Sustainability tourism 2040 – a manifesto”	9
“Futures of zoos”	10
“Holiday Googlers and human interfaces: the travel professional in 2025”	11

“
السياحة في عالم الغد: ما
يحملة المستقبل للسياحة في
المنطقة
”

هدفنا

يهدف معهد مستقبل السياحة الأوروبية إلى بناء الجسور بين إنشاء المعرفة ونقلها وتطبيقها في صناعة السياحة ووسائل الترفيه والضيافة والتعاون مع جميع أصحاب المصالح: صناعة السياحة (الموؤدون) و(المستهلكون) السياحيون والمجتمع المحلي/الإقليمي (الموفرون) من أجل تقديم خدمات سياحية عالية الجودة وضمان توفر المتطلبات الأساسية اللازمة على المدى المتوسط والطويل. ونحن نقدم الدعم بشكل خاص بإنشاء نماذج أعمال مستدامة لصناعة السياحة ووسائل الترفيه والضيافة يمكن تطبيقها على أعمال جديدة ومفاهيم جديدة ومنتجات جديدة وخدمات جديدة ومبادرات البنية الأساسية المطلوبة

أسئلة البحث

يوفر معهد مستقبل السياحة الأوروبية الدعم في إيجاد إجابة على أسئلة مثل

الأسئلة المرتبطة برؤية السياحة:

- كيف يمكن أن تقوم التطورات في مجال السياحة بدور إيجابي في تحقيق الرفاهية لسكان (المدينة) وما هي الإجراءات التي سوف تقتضي القيام بها؟

الأسئلة المرتبطة بالتحليل الداخلي والخارجي للسياحة في المنطقة:

- ما الذي سيميز السياحة في المنطقة عن مناطق أخرى في عام 2020 و2030؟
- ما الذي سيجعل السياح لديهم رغبة في زيارة المنطقة السياحية في عام 2030؟

الأسئلة المرتبطة بالاختيارات الاستراتيجية:

- أيّ قطاعات السوق في مجال السياحة سيكون لديها أفضل الفرص في المستقبل وأيّ القطاعات التي ينبغي أن تركز عليها المنطقة؟

الأسئلة المرتبطة بتنفيذ الاستراتيجيات التنظيمية:

- ما التدابير التي ينبغي أن تتخذها السلطات لدعم الأنشطة ولخدمة مصالح جميع الأطراف العاملين في مجال السياحة؟
- ما التخطيط المكاني المرغوب فيه للأقاليم/المناطق الحضرية بحيث يحقق أقصى إفادة للمجموعات الثلاث من أصحاب المصالح (الشركات السياحية والسياح والسكان المحليون/سكان المنطقة)؟

الأسئلة المرتبطة بتنفيذ استراتيجيات المنتج:

- أي المنتجات والخدمات التي سوف تكون صناعة السياحة قادرة على تقديمها بشكل مثالي في المستقبل (عام ٢٠٢٠ و٢٠٣٠) في ظل تأثير المنافسة الإقليمية والمحلية والدولية وداخل البيئات الخارجية الحالية سريعة التغير؟

كيف يمكن للمناطق الحضرية تصميم المجموعة المتنوعة من

- الأنشطة السياحية التي تقدمها وتركيزها على الاحتياجات المستقبلية؟
- ما التأثير الاقتصادي للسيناريوهات المختلفة؟

الأسئلة المرتبطة بتنفيذ استراتيجيات الترويج:

- كيف ينبغي للشركات تقديم حملاتها التسويقية بحيث تلبى احتياجات السياحة في المستقبل؟
- كيف يجب أن تقدم الشركات (وسائل الإعلام الجديدة، الاتصالات/الحملات التسويقية/الترويج) خدماتها بحيث تلبى احتياجات السياحة في المستقبل، وكيف يرتبط ذلك بالوضع الحالي؟

أهداف أبحاثنا ومستوى طموحاتنا:

- يقوم المعهد بتطوير الخبرات وجمع المعلومات ذات الجودة العالية التي يمكن استخدامها في (لتنفيذ) مشروعات محددة في صناعة السياحة ووسائل الترفيه
- يقوم المعهد بتطوير أساليب تخطيط السيناريوهات وتطبيقها لإعداد قرارات مدروسة بشأن الاستثمار في نماذج الأعمال المتكاملة وتطوير المنتجات
- يقوم المعهد بتطوير شبكة دولية والمحافظة عليها - باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي و وسائل اخرى - لتبادل المعارف والمناهج والنتائج والخبرات بأوسع معانيها فيما يتعلق بتخطيط السيناريوهات



ما هو معهد مستقبل السياحة الأوروبية؟

قامت جامعة ستندن بتأسيس معهد مستقبل السياحة الأوروبية عام ٢٠٠٩ بالتعاون مع أصحاب المصالح العامة والخاصة في صناعة السياحة، وبدعم قوي من جانب الاتحاد الأوروبي، الصندوق الأوروبي للتنمية الإقليمية (SNN) ومقاطعات هولندا الشمالية.

ويركز معهد مستقبل السياحة الأوروبية على مستقبل السياحة ووسائل الترفيه والضيافة. كما يهدف إلى تقديم رؤى عن التطورات المعقولة للمستقبل، بدلاً من تحليل البيانات حول الوضع الراهن لصناعة السياحة. ونظرًا للتغيرات السريعة والهائلة التي تطرأ على سلوك المستهلك السياحي وغيره من القوى الدافعة في بيئة الأعمال، يبدو أن الاعتماد على التقديرات الاستقرائية من الاتجاهات الحالية فقط غير كافٍ لتحديد استراتيجيات طويلة المدى للشركات السياحية.

وهذا التركيز بوجه خاص على تخطيط سيناريوهات للسياحة ووسائل الترفيه والضيافة، والطريقة التي يتم تطبيقه بها، يقدم لمعهد مستقبل السياحة الأوروبية ميزةً في تطبيق أساليب البحث وتطويرها في صناعة سريعة التطور وسريعة النمو. وقد رسخ المعهد اسمه في مجموعة واسعة من المشروعات في المناطق والدول في أوروبا بشأن أنشطة وأعمال الترفيه والسياحة المبتكرة. ونظرًا لعرض السيناريو المحدد والمتميز، يمكنك اعتبار معهد مستقبل السياحة الأوروبية أنه شريك وليس منافسًا لمعاهد البحوث الأخرى.

ونحن نطمح إلى قيادة وإلهام المناقشة بشأن سيناريوهات السياحة. ونحن نهدف إلى تزويد الشركات والحكومات والمنظمات الأخرى بالمعلومات حول الاتجاهات والتطورات التي يُتوقع أن يكون لها تأثير على مستقبلها. وتتطلب القرارات والمشكلات المحددة بشأن الاختيار الاستراتيجي اتباع نهج قائم على التشاور مع المستفيدين في جلسات الحوار الدائم مع جميع الأطراف المعنية. ويوفر معهد مستقبل السياحة الأوروبية لجميع أصحاب المصالح هؤلاء قاعدةً للمعلومات ولتبادل الأفكار والمناظرات حول السياحة في عالم الغد.

رسالتنا

يساهم معهد مستقبل السياحة الأوروبية بتنشيط وإلهام مستقبل السياحة من خلال استخدام منهجية تخطيط السيناريوهات. فنحن نرسم صورًا لمستقبل السياحة ووسائل الترفيه والضيافة.

رؤيتنا

يحتل معهد مستقبل السياحة الأوروبية موقع الريادة ويمثل مصدر إلهام للمناقشات حول مستقبل السياحة. ونحن نعتبر شريكًا بارزًا للهيئات العامة والمنظمات غير الحكومية والشركات في صناعة وسائل الترفيه والسياحة والضيافة بالتطوير وعقد جلسات الحوار حول السيناريوهات الخاصة بها في المستقبل.

شبكة

لقد بدأ معهد مستقبل السياحة الأوروبية في تطوير تخطيط السيناريوهات وتطبيقها في هولندا وأوروبا. ونحن نعمل على الصعيد الإقليمي والدولي. ومن هذا المنظور الدولي، تم إنشاء شبكة للبحث والتطوير تضم مجموعة من الجامعات الأوروبية ومعاهد البحوث والشركاء في مجال السياحة ووسائل الترفيه والضيافة. ونحن نقوم بذلك من أجل زيادة تطوير منهجيات تخطيط السيناريوهات وتطبيق هذه الأساليب في السياقات المختلفة للسياحة والترفيه والضيافة. ويمنح التخصص والتركيز على تخطيط السيناريوهات للسياحة معهد مستقبل السياحة الأوروبية دورًا محوريًا في إنشاء وتنسيق شبكة السياحة الدولية.

Colofon

This report is published by the European Tourism Futures Institute.

Copyright © 2014, European Tourism Futures Institute

It is allowed to reproduce content from this publication, on condition that references are provided.

Compiling this report was done with the utmost care; however, the authors and the organizations they represent are not liable for any damage resulting from the information provided in this publication.

Images: ETFI & sxc.hu

European Tourism Futures Institute

Visiting address: Rengerslaan 8, 8917 DD, Leeuwarden

Postal address: P.O. Box 1298, 8900 CG, Leeuwarden

Phone number: +31 (0) 58 244 1992

Email: info@etfi.eu

Website: www.etfi.eu



معهد مستقبل السياحة الأوروبية - استكشاف الفرص

معًا يمكننا أن نكون مصدر إلهام لعالم السياحة



Stenden

