

استجابة المقاولاتية السياحية في إسبانيا وسنغافورة ونيوزيلندا للتحديات وانعكاساتها على الدول النامية

The response of tourism entrepreneurship in Spain, Singapore, and New Zealand to challenges and its implications for nations

بوقشال نرمين¹، عبد الرزاق مروان²

¹ طالبة دكتوراه، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله تيبازة، bouguechal.nermine@cu-tipaza.dz

² أستاذ محاضر قسم أ، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله تيبازة، amerouane.lmd@gmail.com

القبول: 2025-04-06

الاستلام: 2025-01-07

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التركيز على تجارب ثلاث دول رائدة في القطاع السياحي: إسبانيا، سنغافورة ونيوزيلندا وتبيان كيفية تعاملها مع التحديات والتغيرات المختلفة للحفاظ على مكانتها. بينت الدراسة أن إسبانيا قامت بتعزيز قدرتها التنافسية من خلال دمج تقنيات رقمية حديثة، مما ساعدها على فهم رغبات السياح وزيادة مرئية الوجهات السياحية، فيما تميزت سنغافورة في مجال السياحة الصحية، حيث قدمت خدمات طبية عالمية المستوى بفضل استراتيجيات مبتكرة وبنيتها التحتية العالية الجودة، أما نيوزيلندا فقد إتخذت خطوات استباقية لمواجهة التغيرات المناخية، تشمل تطوير سياسات تكيفية واستخدام آليات مبتكرة للحفاظ على الأنهار الجليدية، خلصت الدراسة الى أن النماذج الناجحة في الدول المتقدمة يمكن أن توفر دروس قيمة للدول النامية في تعزيز القطاع السياحي ككل بشرط تكيفها مع الرهانات المحلية لإستغلال أمثل للموارد السياحية.

كلمات مفتاحية: تجارب دولية، القطاع السياحي، إسبانيا، سنغافورة، نيوزيلندا.

Abstract:

This study aims to focus on the experiences of three leading countries in the tourism sector: Spain, Singapore, and New Zealand, and to illustrate how

they have addressed various challenges and changes to maintain their positions.

The study found that Spain enhanced its competitiveness by integrating modern digital technologies, enabling a better understanding of tourists' preferences and increasing the visibility of tourist destinations. Singapore excelled in the field of health tourism, offering world-class medical services through innovative strategies and high-quality infrastructure. Meanwhile, New Zealand took proactive steps to address climate change, including developing adaptive policies and employing innovative mechanisms to preserve glaciers, the study concluded that successful models in developed countries can provide valuable lessons for developing nations in enhancing the tourism sector as a whole, provided they adapt these models to local challenges for optimal utilization of tourism resources.

Keywords: International Experiences, Tourism Sector, Spain, Singapore, New Zealand.

المؤلف المراسل: بوقشال نرمن، الإيميل: bouguechal.nermine@cu-tipaza.dz

1. مقدمة:

تعد الرفاهية رمزا مهما لتقدم الحضارات ومع مرور الوقت أدرك الناس تدريجيا أن الهدف النهائي للتنمية الاجتماعية والاقتصادية ليس توسيع نطاق الإنتاج أو نمو الناتج الإجمالي بل تحسين مستوى رفاهية الناس، السياحة تعد جزءا لا يتجزأ من الاقتصاد العالمي المتنامي وواحدة من أسرع الصناعات نموا، من المتوقع أن تستمر أعداد السياح في جميع أنحاء العالم في النمو بشكل أسرع من الاقتصاد العالمي في المستقبل القريب مدعومة بالنمو السكاني، كما أنها تلعب دور مهم في خلق تأثير مضاعف على الاقتصاد مع توفير فرص عمل محلية وتوليد إيرادات نقدية بالعملية الأجنبية.

جذبت إسبانيا على مر السنين العديد من الزوار من جميع أنحاء العالم بسبب تضاريسها وتنوعها البيولوجي وتاريخها الثقافي، ولا تزال تحتفظ بمكانتها رغم العوامل

السوقية المتغيرة ووجود منافسة كبيرة من الدول الأوروبية الأخرى، في حين يتم التنويع بالقطاع السياحي بسنغافورة وجعلت من السياحة الصحية كقوة دافعة للإقتصاد، تولد الملايين من الدولارات الأمريكية وأصبحت مترابطة بشكل معقد مع مختلف القطاعات الاقتصادية الوطنية، أما نيوزيلندا فتعتمد بشكل كبير على الموارد الطبيعية والبيئة المحيطة في سياحتها، إلا النشاط البشري المفرط والتغيرات المناخية أدت إلى زيادة الضغوط البيئية، لذلك، يتم البحث عن حلول لتحقيق التنمية المستدامة من خلال التوازن بين الأنشطة السياحية والحفاظ على البيئة الإيكولوجية.

في ظل زيادة اهتمام هذه الدول المتقدمة بتطوير القطاعات السياحية من تطبيق إستراتيجيات مبتكرة تهدف إلى تحسين جودة الخدمات وزيادة الجذب السياحي، من هنا يأتي الدافع من دراستنا والذي قد يساهم في توفير نماذج ناجحة يمكن الاقتداء بها بالدول النامية لتحقيق التميز، من هذا المنطلق تبرز الإشكالية الرئيسية للبحث كالآتي:

كيف تواجه دول إسبانيا وسنغافورة ونيوزيلندا التحديات المختلفة للحفاظ على مكانتها السياحية؟

للتعمق في هذه الإشكالية نطرح جملة من الأسئلة الفرعية التالية:

- فيما يكمن الإطار المفاهيمي للسياحة؟
 - ما هي الاستراتيجيات المبتكرة التي تتبناها دول إسبانيا، سنغافورة ونيوزيلندا في تعزيز القطاع السياحي؟
 - كيف تنعكس تجارب الدول الرائدة على تطوير القطاع السياحي بالدول النامية؟
- للإجابة على هذه التساؤلات نطرح الفرضيات التالية:
- السياحة ظاهرة اجتماعية، اقتصادية، وثقافية، تشمل تنقل الأفراد مؤقتًا خارج بيئتهم المعتادة لغرض الترفيه، العمل، أو غيرها من الأغراض، تلبي حاجياتهم وتشمل السياحة العلاجية والبيئية.
 - تتبنى إسبانيا استراتيجيات رقمية لتعزيز التنافسية، وتركز سنغافورة على السياحة العلاجية بخدمات مبتكرة، بينما تعتمد نيوزيلندا سياسات تكيفية للحفاظ على البيئة ومواجهة التغيرات المناخية.
 - تنعكس تجارب الدول الرائدة على الدول النامية إيجاباً من خلال تطوير قطاعاتها السياحية بتبني الابتكار والتكيف مع التحديات المحلية للاستغلال الأمثل الموارد.

أهداف البحث: تسعى هذه الدراسة للوصول إلى مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- الإحاطة بالجوانب النظرية لمفهوم السياحة والاستراتيجيات الحديثة والمبتكرة؛
- التعرف على تجارب الدول الرائدة في مجال السياحة؛
- إبراز أهم التحديات التي تواجه الدول النامية في تبني هذه التجارب.

منهج البحث:

في هذه الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لتجارب دول رائدة في القطاع السياحي، وطرق استجابتها للتحديات التي تواجهها، ومحاولة إسقاط هاته التجارب الناجحة على الدول النامية لتبنيها.

محاور البحث: للإجابة عن الإشكالية المطروحة والإلمام بالموضوع من مختلف جوانبه، تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور هي:

- الإطار النظري للسياحة والاستراتيجيات المبتكرة؛
- دراسة التجارب الدولية الرائدة لكل من إسبانيا، سنغافورة ونيوزلندا في مجال السياحة؛
- الفرص والتحديات التي تواجه الدول النامية في تطوير القطاع السياحي؛

2. الإطار النظري للسياحة والاستراتيجيات المبتكرة

تعد السياحة واحدة من أكثر القطاعات الاقتصادية ديناميكية وتأثيرا على المستوى العالمي سننطرق بالشرح للإطار النظري للسياحة والاستراتيجيات المبتكرة المرصدة للتكيف مع التغيرات المستمرة في هذا القطاع.

1.2 الإطار النظري للسياحة:

للإلمام بالجانب النظري للسياحة سيتم الإشارة إلى مختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بالسياحة وخصائصها وإمكانياتها.

1.1.2 مفاهيم أساسية حول السياحة

بشكل عام يتم اقتراح العديد من تعريفات السياحة، ومع ذلك يمكن تصنيفها تحت بندين رئيسيين: تسعى التعريفات التقنية إلى تحديد فئات مختلفة من السياح لأغراض إحصائية أو تشريعية، تم تحديد معايير مختلفة لتعريف السائح كالحدا الأدنى لمدة الإقامة (يوم واحد) والحد الأقصى (عام واحد)، والمسافة الدنيا المقطوعة من المنزل (160 كيلومتر) والغرض من السفر عطلة أو عمل (WTO, 1994)، هنالك تعريف شامل صاغته جمعية السياحة في المملكة المتحدة:

"السياحة هي الحركة المؤقتة قصيرة الأجل للأشخاص إلى وجهات خارج الأماكن التي يعيشون ويعملون فيها عادة وأنشطتهم أثناء إقامتهم في هذه الأماكن؛ وتشمل الحركة لجميع الأغراض وكذلك الزيارات اليومية أو الرحلات القصيرة."

تؤكد التعريفات المفاهيمية على طبيعة السياحة كنشاط ترفيهي يتناقض مع الحياة اليومية العادية وتوفر أساسا لتقييم سلوك السياح ومواقفهم، يقترح بعض المعلقين أن السياحة أصبحت متشابكة في الحياة الاجتماعية المعاصرة إلى درجة لم يعد من الممكن رؤيتها بمعزل عن الممارسات الاجتماعية الأخرى. بمعنى آخر، تُفسر السياحة على أنها بُعد من أبعاد الحركة الاجتماعية (Hall, 2005, p. 21).

2.1.2 خصائص السياحة

تأسيسا على التعاريف السابقة التي توضح بأن السياحة تشمل كافة الأنشطة التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، فإن هذه التعاريف تؤكد على خصائص السياحة التالية: (ماهر عبد العزيز توفيق، 1997، صفحة 23)

- أنها من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة؛
- نطاق المنافسة الذي يتحرك فيه القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لهذا فهو أيضا يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية؛
- مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة والموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى أساسية وخدمات تكميلية.

إضافة إلى خصائص أخرى نذكر منها: (سعيد محمد المصري، 2001، صفحة 11)

- السوق المستهدف لقطاع السياحة هو سوق متنوع الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدول الأخرى؛
- كل فئات المجتمع تساهم في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، لأنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة؛

- أثر هذا القطاع على القطاعات الأخرى يأخذ طابع تأثير المضاعف أي أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة؛
- عدم إمكانية احتكار المقومات السياحية في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات السياحية النادرة، إضافة إلى صعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة.

3.1.2.3.1.2 الإمكانات السياحية حسب نظرية As of Tourism 5 لديكمان

أشار ميدلتون (Middleton & Clarke, 2012) إلى أن مناطق الجذب هي عنصر أساسي في المنتجات السياحية وتلعب دورا مهما في عملية صنع القرار للسياح مما يؤثر على دوافعهم للسفر، يمكن تصنيف مناطق الجذب إلى أربعة أنواع: مناطق الجذب الطبيعية، مناطق الجذب التي هي من صنع الإنسان المعالم الثقافية ومناطق الجذب المتعلقة بالمجتمع. فيما طور ديكمان (Dickman, 1997) المفهوم إلى نظرية As of Tourism 5، والتي تم قبولها على نطاق واسع كإطار لتحليل إمكانات السياحة، تتضمن النظرية 5 مكونات أساسية لعوامل الجذب والمنتجات السياحية:

- إمكانيات الوصول: تعد عنصرا أساسيا في تسهيل حركة السياح إلى وجهاتهم، يمكن تقسيمها إلى وسائل نقل برية ومائية وجوية، مع التركيز على ربط مناطق الجذب السياحي بحركة السياح، مثل المطارات والمدن ومحطات القطار ومحطات الحافلات وشبكات الطرق السريعة (Basuki Joewono & Kubota, 2008; Dickman, 1997; Joewono & Kubota, 2007)؛
- الإقامة: تتمثل في الفنادق المتاحة بوجهة السفر أو كإقامة أثناء رحلة سفر، هناك أنواع مختلفة من أماكن الإقامة للاختيار، من بينها الفنادق والمنتجعات والنزل والإقامة مع العائلات، اعتمادا على الغرض وميزانية رحلة الفرد (Dickman, 1997; Murphy, 2000)؛
- عوامل الجذب: هي الأماكن التي تجذب السياح وتؤثر على قرارات سفرهم، يمكن تقسيم مناطق الجذب إلى موارد طبيعية وثقافية، في الوقت الحاضر ظهرت العديد من أشكال السياحة بسبب تغير السلوك السياحي واحتياجات السفر، من أوجهها السياحة الصحية أو السياحة الإبداعية أو السياحة المجتمعية أو سياحة الأحداث (التظاهرات العالمية) (Chansuk et al., 2022; Dickman, 1997)؛

- الأنشطة: تتعلق بتجارب السفر اعتمادا على الغرض من رحلة المسافر، يمكن تقسيم التجارب إلى نوعين: التجارب النشطة تتضمن الأنشطة التي تتطلب مشاركة المسافر مثل رياضات المغامرة، جولات المشي في ورش العمل، الأنشطة الثقافية، أما التجارب السلبية الغير نشطة فتشمل الأنشطة التي يكون فيها المسافر مستقبل للمعلومات أو المشاهدة مثل الجولات السياحية بالحافلة، حضور العروض، والاسترخاء على الشاطئ أو في المنتجعات (Dickman, 1997)؛

- وسائل الراحة: تتعلق بالمرافق التي تلبي احتياجات السياح بما في ذلك مراكز المعلومات السياحية وأجهزة الصراف الآلي والصرافين والمطاعم والمستشفيات ومحطات الوقود (Chansuk et al., 2022; Dickman, 1997; Murphy et al., 2000).

2.2 الإستراتيجيات المبتكرة في القطاع السياحي

هناك حاجة متزايدة إلى إعادة بناء ثقة السياح في الوجهات والخدمات السياحية، قد يساعد تطوير استراتيجيات مبتكرة في الاستجابة للإحتياجات الناشئة للسياح، ويحسن القدرة التنافسية والجاذبية السياحية للدول، هنالك ثلاثة مجالات مبتكرة يمكن تطبيقها في القطاع السياحي لتحقيق التميز والنمو مستدام نذكرها:

1.2.2 السياحة الذكية: معروفة أيضا باسم السياحة الإلكترونية أو السياحة الرقمية، تتمثل في اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع السياحة، وهو ينطوي على تطبيق الإنترنت والتقنيات الرقمية الأخرى لترويج وتسويق وبيع المنتجات والخدمات السياحية وكذلك تعزيز تجربة السياحة الشاملة (Rehman Khan et al., 2021)، تشمل السياحة الإلكترونية مجموعة واسعة من الأدوات والمنصات الرقمية، مثل مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف المحمول والواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي، يمكن استخدام هذه الأدوات لتزويد المسافرين بإمكانية الوصول إلى معلومات السفر وأنظمة الحجز والجولات الافتراضية للوجهات والتوصيات الشخصية والخدمات الأخرى المتعلقة بالسفر (Stankov & Filimonau, 2019)، تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبيانات دور كبير في إدارة السياحة حيث يعتمد المديرون على هذه الأدوات لإنجاز مختلف المهام بما في ذلك ترويج المنتجات عبر الإنترنت واتخاذ القرارات الإستراتيجية ورضا العملاء ومراقبة تخصيص المنتجات (Leung, 2022).

2.2.2 السياحة المستدامة: تشير السياحة التي تأخذ بعين الاعتبار الآثار البيئية والاجتماعية والاقتصادية على المدى القصير والطويل ما يضمن النمو المستدام في الاقتصاد والمجتمع والاستخدام المستدام للموارد الطبيعية في نفس الوقت، هذا يعني أنه ينبغي تقاسم فوائد السياحة بشكل منصف مع تقليل أي آثار سلبية على البيئة والمجتمعات المحلية (Liu, 2003) يجب أن تعطى إدارة السياحة المستدامة الأولوية لتعزيز قدرتها على الصمود في وجه الاضطرابات وليس فقط استقرارها (Lu & Nepal, 2009)، في هذا الصدد تعتبر السياحة البديلة أكثر أشكال السياحة استدامة وتشمل أشكالاً غير تقليدية من السياحة، تركز على التجارب الفريدة والأصيلة وغالباً ما تنطوي على التفاعل مع الثقافات والتقاليد والبيئات المحلية (Isaac & Eid, 2019) ومن أمثلتها: السياحة الإيكولوجية، السياحة الثقافية، سياحة المغامرات، السياحة الزراعية، السياحة التطوعية (Samdin et al., 2022).

3.2.2 المنتجات السياحية المبتكرة: في ظل التغيرات السريعة في سلوكيات السياح، أصبح من الضروري أن تتبنى السياحة خاصية الابتكار لتقديم منتجات جديدة تعمل على خلق فرص جديدة للاستكشاف بطرق غير تقليدية، على سبيل المثال تعتبر السياحة الفطرية **Mycotourism** كمنتج سياحي مبتكر ومتخصص تم تقديمه بنجاح في بعض مناطق العالم كمنطقة **Castilla y León** في إسبانيا، وأصبحت شائعة بشكل متزايد في أوروبا، تساهم في التنمية الاقتصادية للمناطق الريفية، يجمع هذا النوع من السياحة بين عناصر التعليم والترفيه وفهم أعمق للطبيعة وتنوعها البيولوجي، تجذب العديد من السياح الأوروبيين حيث يعد تقليد قطف الفطر جزءاً من التراث الثقافي للسياح المهتمين بالتعرف على الفطر ومجموعته واستخدامه في الطهي (Jalinik et al., 2024, pp. 1-2)، من جهة أخرى يشكل مفهوم "صناعة السياحة" الذي يطلق عليه غالباً "سياحة الصناعة الحية"، نموذج آخر مبتكر يعزز التنوع لدى الشركات لزيادة ربحيتها وتوسيع تأثيرها في السوق، تكون في العموم عن طريق جولات مصحوبة بمرشدين عبر مرافق الإنتاج لتعرف الوافدين على نشأة الشركة ومنتجاتها، بهدف تحقيق التوظيف وتعزيز صورة الشركة (Montenegro et al., 2023, p. 15).

3. دراسة التجارب الدولية الرائدة لكل من إسبانيا، سنغافورة ونيوزلندا في مجال السياحة

في هذا الجزء، سنتناول تجارب كل من إسبانيا، سنغافورة، ونيوزيلندا في تعزيز القطاع السياحي، مع التركيز على كيفية مواكبتها للتغيرات الداخلية والخارجية بما في ذلك التغيرات المناخية، بالتركيز على الاستراتيجيات المبتكرة التي اتبعتها وكيف نجحت في تكييف منتجاتها السياحية.

1.3 إسبانيا: نظرا للجاذبية السياحية الكبيرة لإسبانيا على المستوى الدولي، أصبحت السياحة واحدة من المصادر الرئيسية للدخل والعمالة حيث لعبت دورا في دفع النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل مع تعزيز التبادل الثقافي. إذ شكلت عائدات السياحة 12.4٪ من الناتج المحلي الإجمالي الإسباني، في عام 2019 استقبلت في نفس العام 84 مليون سائح، مما وضعها على مؤشر الأكثر زيارة في أوروبا (Commission, 2021)، كان لدى إسبانيا في عام 2019 ما يقرب من 16000 فندق مع أكثر من 3500000 غرفة، يمثل نسبة 11٪ من إجمالي المعروض الفندقي في أوروبا، توظف الفنادق الإسبانية أكثر من 200000 شخص (Arnedo et al., 2021, p. 10).

مع ظهور التقنيات الجديدة وتغير رغبات السائح أصبح القطاع السياحي بإسبانيا بحاجة إلى اعتماد أدوات رقمية للحفاظ على القدرة التنافسية في السوق العالمية، تمثلت إحدى المبادرات المنتهجة في تسهيل اتخاذ القرار في القطاع السياحي تطوير منصات تشخيصية مزودة بأدوات لمساعدة الشركات الصغيرة والمتوسطة التقليدية في قطاع السياحة مثل مشروع الوجهات الذكية في إسبانيا، وبالتالي، تم تصميم نموذج مرجعي للوجهات الذكية في إسبانيا لكي تتمكن الشركات السياحية من مواجهة التحولات والتحديات الناتجة عن البيئة الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية الجديدة في العالم، يقترح النموذج إجراء اختياري للتشخيص والتخطيط يعتمد على منهجية معقدة تشمل مجموعة من 400 معيار و24 مجال للتقييم، والتي تتركز حول أربعة محاور أساسية وهي: الابتكار، التكنولوجيا، الاستدامة وإمكانية الوصول (OECD, 2020, p. 93).

في هذا السياق، يتضمن المشروع تنفيذ تقنيات مثل نقاط اتصال Wi-Fi وتطبيقات الهاتف المحمول والخرائط التفاعلية وتجارب الواقع الافتراضي في المناطق السياحية، بالإضافة إلى ذلك، تحدد الأجندة الرقمية للسياحة التي قدمتها كتابة الدولة للسياحة في عام 2020، سلسلة من الإجراءات لتعزيز رقمنة القطاع ومن بين أهدافها تحسين تجربة الزائر من خلال الخدمات الشخصية والمعلومات في الوقت الفعلي والأدوات الرقمية التي تسهل إمكانية الوصول والتنقل (Espagne, 2024).

أصبح يمكن للسلطات المحلية توقع تدفقات الزوار بشكل أفضل وتحسين الموارد، وحتى تقليل التأثير البيئي، بحيث يسمح الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي للشركات بتحليل البيانات في الوقت الفعلي وتخصيص عروضها لكل عميل، كما أن تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز تسمح للسياح باستكشاف المدن بطرق كانت

مستحيلة في السابق، كما أن تقنية blockchain والعقود الذكية تمكن أيضا من إجراء معاملات آمنة وشفافة (Barcelona, 2024).

من بين الممارسات الرقمية التي يتم تطبيقها في القطاع السياحي بإسبانيا نجد: (Habitacion61, 2022)

تقنية RFID يتم إستخدامها لتحليل سلوك الحشود في أماكن معينة لتحديد على سبيل المثال الأماكن الأكثر زيارة ومدة الزيارات أو فترات الراحة؛

رقمنة المكاتب السياحية التقليدية إلى مكاتب افتراضية عن طريق منصة Open Web 24 الموفرة لسلسلة من الأدوات لإدارة معلومات الوجهة، بدءا من استخدام بوابة الويب أو نوافذ المتاجر التفاعلية أو اللافتات الرقمية أو الوصول إلى المعلومات من خلال رموز QR؛

- الإجراء Gipuzkoa يمكن من خلاله الحصول على البيانات عن طريق قياس ومراقبة سلوك الزوار من أجل بناء نظام استخبارات سياحي، من بين المتغيرات الأخرى يتم جمع معلومات عن أصل وحجم الإنفاق السياحي وتحليل تدفقات الزوار والطرق وعدد السياح في نقاط استراتيجية مختلفة في المدينة؛

- التطبيق المسمى Taro يهدف إلى إثراء التواصل والتفاعل مع السياح، من خلال سلسلة من المحادثات، يستطيع التطبيق العمل كمساعد افتراضي والإجابة على الأسئلة وتقديم الاقتراحات والتوصيات المصممة خصيصا لإهتمامات المسافر؛

- بناء نصب تذكاري بتقنية ثلاثية الأبعاد يحاكي النصب Alcázar of Seville لتمكين زيارة افتراضية لماضي هذا المكان بفضل الواقع المعزز والواقع الافتراضي.

يمكن القول أن التحول الرقمي للقطاع السياحي في إسبانيا يعتبر خطوة استراتيجية هامة لزيادة القدرة التنافسية في هذا المجال، الأمر الذي أتاح للشركات السياحية إعادة التموقع من جديد، وزيادة الكفاءة التشغيلية وتعزيز القدرة على التكيف مع المتغيرات السريعة، مما يجعل الوجهات السياحية الإسبانية أكثر جاذبية على المستوى العالمي.

2.3 سنغافورة: تعتبر السياحة الصحية واحدة من أكثر المجالات تطورا في قطاع السياحة اليوم والتي زادت من أنشطتها في جميع أنحاء العالم، تعد الهند وسنغافورة وتايلاند من بين الدول الرائدة في المجال ليس فقط في منطقة آسيا والمحيط الهادئ لكن أيضا في جميع أنحاء العالم (Mary, 2014).

- سنغافورة أو الدولة المدينة التي تبلغ مساحتها 719 كم² و 5.6 مليون نسمة، أصبح يساهم قطاعها السياحي في النمو الاقتصادي للبلاد، حيث بلغ عدد المسافرين الدوليين 19.12 مليون مسافر وإيرادات بلغت 27.69 مليار دولار في عام 2019، وبينما كان لـ COVID-19 تأثير كبير على السياحة، فقد أظهر قطاع السياحة مرونة كبيرة وقدرة على التكيف طوال هذه الفترة، لقد أدركت السلطات السنغافورية في وقت مبكر أنه لمواجهة المنافسة الاقتصادية يجب عليها إيجاد طرق مبتكرة وفعالة لمواصلة النمو والحفاظ على مكانتها باعتبارها "اقتصاد رائد" (Fontaine, 2024).
- تشتهر سنغافورة بأنها "مدينة في الطبيعة"، يبدأ الالتزام بالتكامل البيولوجي في مطار جويل شانغي في سنغافورة، حيث يلتقي الزوار القادمون بأطول شلال داخلي في العالم، يقع في آلاف الأشجار (Institute, n.d) ساعدتها في وضع نفسها كوجهة صحية حضرية، مستفيدة من هويتها ونظامها البيئي الصحي المتنوع لإفتكاك ميزة تنافسية رئيسية لتقديم خدمات طبية ذات مستوى عالمي، مع تقنيات طبية متقدمة وأخصائيين طبيين مدربين تدريباً عالياً (Zain et al., 2023, p. 1)، تعتمد استراتيجيات السياحة العلاجية في سنغافورة على وجود مستشفيات جديدة بالثقة ومعتمدة دولياً، تسعى لتوفير نظام ومرافق رعاية صحية من الدرجة الأولى منتشرة على نطاق واسع وبيئة نظيفة وآمنة ومكان سياسي مستقر، يمثل الأطباء الأجانب فيها الأغلبية، كل هذه العوامل ساهمت في جذب السياح إلى سنغافورة (Wong et al., 2014, p. 3).

من بين 51 دولة، صنفت بلومبرج سنغافورة على النظام الصحي الطبي الأكثر فعالية، كما صنّف مركز أبحاث The Economist فعالية العلاج الطبي والعافية على أنها ثاني أفضل فعالية، كما صنّف الكتاب السنوي للتنافسية العالمية لعام 2009 الصادر عن المعهد الدولي للتنمية الإدارية بنيتها التحتية الطبية والصحية في المرتبة الرابعة، في عامي 2007 و 2008 استعرضت Travel Weekly (Asia) سنغافورة كأفضل وجهة للرعاية الطبية وجولة العافية في العالم، في عام 2013 قام تقرير السياحة الطبية والصحية بتقييمها على أنها الوجهة الأكثر ملائمة للسياحة العلاجية، بالإضافة إلى ذلك، بلغ إجمالي الإنفاق لسنة 2016 على زوار الجولات الطبية في سنغافورة 832 مليون دولار (Wang et al., 2020, p. 10).

لتبسيط الضوء أكثر على حركية القطاع السياحي الصحي بسنغافورة، يمكننا تقسيم السائح الصحي إلى نوعين سائح أساسي تكون رحلته أو وجهته مدفوعة في المقام الأول بالرفاهية، أما السائح الصحي الثانوي فيسعى للحفاظ على صحته أثناء السفر أو ليشترك في تجارب الرفاهية أثناء القيام بأي نوع من

الرحلات للترفيه أو العمل، في حين تعتبر إيرادات السياحة الصحية الدولية هي جميع الإيرادات التي يكسبها بلد ما من السياح الصحيين القادمين من الخارج مع إقامة ليلية، أما نفقات السياحة الصحية المحلية تشمل جميع النفقات التي يقوم بها السياح الصحيون الذين يسافرون داخل بلدهم مع إقامة ليلية (Institute, 2024, p. 19)

الجدول رقم 1: رحلات ونفقات السياحة الصحية الأولية والثانوية في سنغافورة 2019-2022

	رحلات السياحة الصحية الأولية والثانوية				متوسط النفقات لكل رحلة
	2019	2020	2021	2022	2022
أولي					
الرحلات السياحية الصحية الأولية (بالملايين)	0.252	0.018	0.011	0.073	\$2,050
نفقات رحلات السياحة الصحية الأولية (مليار دولار)	\$0.440	\$0.032	\$0.014	\$0.149	
ثانوي					
الرحلات الصحية الثانوية (بالملايين)	0.672	0.093	0.024	0.180	\$1,964
نفقات الرحلات الصحية الثانوية (مليار دولار)	\$1.023	\$0.149	\$0.031	\$0.353	
السياحة الصحية الإجمالية					
إجمالي الرحلات الصحية	0.924	0.111	0.035	0.252	\$1,989
إجمالي نفقات الرحلات الصحية (مليار دولار)	\$1.463	\$0.181	\$0.045	\$0.502	

المصدر: معهد العافية العالمي، استنادًا إلى بيانات السياحة من Euromonitor، 2019.

الجدول يوضح بيانات السياحة الصحية الأساسية والثانوية من 2019 إلى 2022، مع متوسط النفقات لكل رحلة في 2022 بسنغافورة، حيث سجل القطاع تعافي تدريجي في 2021 جراء الجائحة، وإرتفاع ملحوظ في 2022، الرحلات الصحية الثانوية أكثر شيوعا من الرحلات الأساسية، متوسط النفقات لكل رحلة صحية أساسية (\$2,050) أعلى من الرحلات الثانوية (\$1,964) في 2022، إجمالي نفقات السياحة الصحية في 2022 (\$0.502 مليار) ولا يزال أقل من مستويات ما قبل الجائحة في 2019 (\$1.463 مليار).

باختصار دولة سنغافورة لديها اقتصاد صحي كبير ومتنامي، إلا أنها تواجه منافسة من دول أخرى خاصة تلك التي تقدم المزيد من تجارب الصحية التقليدية القائمة على الطبيعة، ومع ذلك، فإن عروض السياحة الصحية في سنغافورة والبنية التحتية عالية الجودة، تضعها كمنافس أساسي في سوق السياحة الصحية بالعالم.

3.3 نيوزيلندا: تعتمد نيوزيلندا بشكل كبير على السياحة القائمة على الطبيعة، قبل كوفيد-19 كانت السياحة أكبر صادرات نيوزيلندا تساهم بـ 20.01% من الناتج المحلي الإجمالي (Aotearoa, 2022). ومع ذلك يسعى قطاع السياحة في نيوزيلندا إلى أن يصبح قطاع قادر على الصمود بفعل التغيرات المناخية، وعلى الرغم من المبادرات البيئية المختلفة في قطاع السياحة إلا أنها تبقى معرضة بشكل خاص للكوارث الطبيعية، حيث شهدت زيادة بنسبة 54% في مستوى التعرض للكوارث، سيؤدي ذلك إلى خسائر محتملة في الوظائف السياحية المنازل، الأرواح، سبل العيش والأمل في مستقبل أفضل (Hussain, 2023, p. 1).

تعمل السلطات النيوزلندية للحفاظ على الأنهار الجليدية بما في ذلك ارتفاع مستوى سطح البحر وتآكل الشواطئ وفقدان المناظر الطبيعية. لمواجهة هذه التحديات، قامت نيوزيلندا بإعداد إستراتيجية تكيف للقطاع السياحي إما عن طريق إبطاء تراجع الجليد أو تركيب معدات للحفاظ عليه، وقد شمل ذلك صنع الثلج الاصطناعي (Mayer & Abegg, 2024; Steiger et al., 2022)، وحصاد الثلوج (Oerlemans et al., 2017) واستخدام البطانيات لتكسية الأرضية البيضاء الواقية خلال موسم الذوبان لزيادة بياض النهر الجليدي وبالتالي زيادة كمية الإشعاع الشمسي المنعكس بشكل كبير (Fischer et al., 2016; Lemieux et al., 2018; Mayer & Abegg, 2024; Salim et al., 2021)، وثمة إستراتيجية أخرى تتمثل في الصيانة المنتظمة أو تحسين الوصول إلى الأنهار الجليدية عن طريق استخدام مكوكات طائرات هليكوبتر بعد أن أصبح الوصول سيرا على الأقدام إلى الأنهار الجليدية صعبا للغاية (Purdie, 2013; Stewart et al., 2016).

على سبيل المثال، منذ أزيد من 100 عام تعتبر حديقة ويستلاند/ تاي بوتيني الوطنية الكائنة بالساحل الغربي للجزيرة الجنوبية Te Waipounamu في نيوزيلندا كمعلم سياحي هام، إلا أنها في الوقت الحالي معرضة للخطر لما تحتويه من أنهار جليدية، حيث وصفت الأنهار الجليدية بأنها "غرفة المحركات" للسياحة في هذه المنطقة النائية، إلا أنها شهدت تغيرات مورفولوجية جذرية بفعل درجات الحرارة وانخفاض تساقط الثلوج على ارتفاعات أعلى، يتوقع أن تؤدي إلى خسائر في توازن الكتلة الجليدية، الأمر الذي سيزيد من الضغط على المسؤولين لتقديم خدمات سياحية في هذه المعالم (Strong et al., 2023, pp. 6-10)، وتم طرح بنيوزلندا عامة ثلاث مجموعات من الإجراءات الرئيسية: (Munshi, 2018, pp. 19-20)

- توفير القيادة السياسية لإجراءات التكيف مع تغير المناخ: من ضمنها تشكيل مجموعة توجيهية تضم خبراء المناخ، ممثلين عن قطاع السياحة، قادة المجتمعات المحلية، وباحثين أكاديميين لتطوير إستراتيجية للتكيف، مع مراجعة وتحديث التشريعات المتعلقة بقطاع السياحة بانتظام وتعديل القوانين القائمة أو سن قوانين جديدة لتسهيل التكيف والابتكار والتغيير؛
- تطوير وفهم أعمق في قطاع السياحة للتحديات والفرص: عن طريق جملة من الإجراءات من بينها إنشاء شبكات بين القطاعات لتعاون الشركات معا على مبادرات الاستدامة والتي تحدد المخاطر وتدمج إجراءات تكيف تغير المناخ، والنظر إلى الأهداف طويلة الأمد بدل الأهداف الفورية والقصيرة الأمد في التخطيط؛
- يجب على الباحثين في تغير المناخ تسهيل الربط بين السياسات والمعرفة العلمية في قطاع السياحة: عن طريق إجراءات من بينها إنشاء سيناريوهات لتغير المناخ باستخدام البيانات العلمية للسماح بتطوير استراتيجيات تكيف مناسبة لقطاع السياحة، وتحويل توقعات تغير المناخ إلى بيانات قابلة للتطبيق، مع إشراك قطاع السياحة في تصميم المشاريع البحثية لضمان ملاءمتها للاحتياجات الفعلية. مما سبق يتضح أن السلطات النيوزلندية بالرغم من مكانتها الرائدة في قطاع السياحة إلا أنها تعزم على تعزيز قدرة قطاع السياحة في نيوزيلندا على مواجهة التحديات التي يفرضها تغير المناخ وضمان استدامته على المدى الطويل.

4. الفرص والتحديات التي تواجه الدول النامية في تطوير القطاع السياحي

قد تعكس النماذج الناجحة التي تم ذكرها في الدول المتقدمة إمكانية تحقيق وتطوير القطاع السياحي في البلدان الناشئة، مما سيساهم بلا شك في التنمية طويلة الأجل والتخفيف من حدة الفقر عبر توزيع الفوائد الاجتماعية والاقتصادية بشكل أكثر تساويًا بين السكان (Vanegas Sr & Croes, 2007)، من منظور اجتماعي، ستخلق السياحة بالدول النامية فرصة كبيرة للإدماج ولمواجهة التحديات المجتمعية بشكل يتم فيه إستغلال الدخل الضريبي لتعزيز الصحة والرفاهية لكل من السياح والسكان المحليين، وبفضل الروابط الأمامية والخلفية الواسعة والشراكات بين القطاعين العام والخاصة، ستساهم السياحة أيضا في تحسين البنية التحتية وتحسين نوعية الحياة للمقيمين الدائمين، ومن منظور بيئي، يفضل السياح المسؤولون وجهات السياحة البيئية لحماية البيئة ودعم خفض وتقليل النفايات ومنع التلوث، مما سيساعد في إزدهار شكل جديد من

الاستهلاك كالأستهلاك التعاوني (أو الاقتصاد التشاركي) في القطاع السياحي مع المساهمة في حماية البيئة بسبب الاستخدام الفعال للموارد (Buhalis et al., 2023, pp. 305-306).

يتأثر النظام السياحي في الدول النامية بالعديد من القوى بما في ذلك العوامل الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتكنولوجية والسياسية، وبالتالي، فإن دراسة وتفسير النظرة العامة للتنمية السياحية في البلدان النامية يتطلب دون استثناء تفاعل هذه العوامل فيما بينها، من جهة أخرى، السياحة ليست جزءاً من استراتيجيات التنمية الوطنية في هذه الدول منذ فترة طويلة ولكن في ظل الافتقار إلى بدائل قابلة للتطبيق تعتبر السياحة خيار لها "الملاذ الأخير" (Telfer & Sharpley, 2015, p. 3)، يمكن بتطبيق استراتيجيات سياحية فعالة أن تحقق التغيير بالدول النامية، تتطلب هذه الاستراتيجيات تفكير منهجي واستراتيجيات "محفظة استثمارية شاملة" فيما يتعلق بالسياحة ككل، أي تشمل الاستثمار في الفنادق والبنية التحتية للنقل والمطاعم والمياه الصالحة للشرب والنظام المالي.. إلخ، بعبارة أخرى، تحتاج البلدان النامية إلى استعراض قيمتها السياحية وسلاسل التوريد وتحديد العوائق التي تحول دون الاستخدام الكامل لأصولها ومرافقها السياحية (Saner et al., 2019, p. 229).

5. الخاتمة

من خلال دراستنا لتجارب كل من دول: إسبانيا، سنغافورة ونيوزيلندا توصلنا إلى نتيجة مفادها أنه بالرغم من ريادة هذه الدول في المجال السياحي إلا أنها تواصل في إتخاذ إجراءات وإستراتيجيات متعددة تشمل تحسين بنيتها التحتية وتنويع الخدمات ودمج التقنيات الرقمية الذكية بمنتجاتها السياحية، بالإضافة إلى التكيف مع التغيرات المناخية لتحقيق التنمية المستدامة.

تعتبر إسبانيا واحدة من أبرز الوجهات السياحية العالمية، بفضل البنية التحتية والموارد البشرية الكبيرة في هذا القطاع، عززتها بدمج مختلف التقنيات الرقمية الحديثة كتطبيقات الهاتف المحمول والواقع الافتراضي التي سهلت فهم رغبات السياح وتحركاتهم من جهة ومن جهة أخرى إضفاء مראה مرئية كبيرة على الوجهات السياحية المحلية، وأضافت قيمة من خلال تعزيز التواصل مع السياح وتقديم توصيات مخصصة لهم، هذا التوجه لم يساهم فقط في تحسين الكفاءة التشغيلية بل جعل منها نموذج يُقتدى به.

بالنسبة لدولة سنغافورة توصلنا الى أنها نموذج بارز في قطاع السياحة الصحية، حيث تمكنت من دمج الابتكار والتميز في تقديم خدمات طبية عالمية المستوى، بفضل استراتيجياتها المبتكرة والبنية التحتية العالية

الجودة، على الرغم من تأثير جائحة COVID-19 على القطاع السياحي العالمي، أظهرت سغافورة مرونة كبيرة وقدرة على التكيف، بالتالي، عزز من مكانتها كوجهة صحية على مستوى العالم.

تظهر نيوزلندا كمثال لدولة تواجه تحدي مناخي كبير في قطاعها السياحي، والتي لم تبقى مكتوفة اليدين بل إتخذت خطوات استباقية لمواجهة هذه التحديات، تشمل استراتيجياتها تقنيات مبتكرة للحفاظ على الأنهار الجليدية وتطوير سياسات ميدانية تكيفية مع تعزيز التعاون بين مختلف القطاعات، من خلال الجمع بين القيادة السياسية، البحث العلمي والابتكار في قطاع السياحة، شيدت نيوزلندا قطاعاً سياحياً أكثر مرونة واستدامة، مما يقدم دروساً للدول الأخرى خاصة النامية في كيفية التكيف مع تغير المناخ وضمان استمرارية القطاع السياحي.

في الختام، تُظهر النماذج الناجحة في الدول المتقدمة إمكانية كبيرة لتطوير القطاع السياحي في البلدان النامية، سيساهم بشكل كبير في التنمية طويلة الأجل والحد من الفقر، ومع ذلك، فإن تحقيق هذه الفوائد يستلزم استراتيجيات واستثمارات في جميع جوانب القطاع السياحي، مع التركيز على تجاوز العوائق التي تحول دون الاستغلال الكامل للموارد السياحية، بهذه الطريقة، يمكن للسياحة أن تصبح أداة للتنمية المستدامة في البلدان النامية مستفيدة من تجارب الدول المتقدمة وتكييفها لتناسب مع السياقات المحلية.

التوصيات: يمكن إقترح التوصيات التالية لتطبيقها على القطاع السياحي ببلدنا الجزائر:

- تطوير رؤية واضحة واستراتيجية طويلة الأمد للنهوض بالسياحة مع تعديل التشريعات؛
- توجيه الدعم الحكومي إلى وجهات سياحية جديدة وتحفيز المؤسسات الناشئة، مع تشجيع الابتكار في تقديم الخدمات السياحية؛
- العمل على التنوع السياحي وزيادة مرئية المنتجات السياحية عن طريق إدخال التقنيات الذكية ورقمنة القطاع لتسويقها؛
- نشر ثقافة السياحة بالمجتمع لضمان المساهمة في تطوير الأنشطة السياحية.

6. قائمة المراجع:

Aotearoa, T. I. (2022). Tourism by the numbers. Retrieved from <https://www.tia.org.nz/about-theindustry/quick-facts-and-figures/>
Arnedo, E. G., Valero-Matas, J. A., & Sánchez-Bayón, A. (2021). Spanish Tourist Sector Sustainability: Recovery Plan, Green Jobs and

- Wellbeing Opportunity. *Sustainability*, 13(20), 11447. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/20/11447>
- Barcelona, I. B. S. (2024). Comment la technologie révolutionne le tourisme et l'hôtellerie à Barcelone. Retrieved from <https://www.eseibusinessschool.com/fr/revolutionizing-tourism-hospitality/>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of eTourism research. *Tourism Management*.
- Commission, E. (2021). Eurostat Statistics Explained. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics
- Espagne, S. (2024). La Digitalisation Durable des Destinations Touristiques Espagnoles : Un Défi Complexe. Retrieved from <https://www.sensations-espagne.com/actualite/la-digitalisation-durable-des-destinations-touristiques-espagnoles-un-defi-complexe/>
- Fontaine, G. (2024). Sport Tourism, Sport Recreation, and Sustainable Development in Singapore. In D. Van Rheenens, O. Naria, R. Melo, & C. Sobry (Eds.), *Sport Tourism, Island Territories and Sustainable Development: A Comparative Perspective* (pp. 313-325). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Habitacion61. (2022). Buenas prácticas digitales en destinos inteligentes de España. Retrieved from <https://habitacion61.com/2022/03/18/buenas-practicas-digitales-en-destinos-inteligentes-de-espana/>
- Hussain, A. (2023). Climate Change Commitments and Challenges to Achieve Regenerative Tourism: A Case of Aotearoa New Zealand. *Journal of Sustainability and Resilience*, 3(2), 1 .
- Institute, G. W. (2024). *The Global Wellness Economy: SINGAPORE DATA FOR 2019-2022*. Retrieved from
- Institute, G. W. (n.d). IN PARTNERSHIP WITH SINGAPORE TOURISM BOARD Living Well in Singapore. Retrieved from <https://globalwellnessinstitute.org/geography-of-wellness/wellness-in-singapore/>
- Mary, R. (2014). Medical tourism in Asia-An overview. *IRMJCR*, 10, 122-137 .

- Mayer, M., & Abegg, B. (2024). Development of summer skiing days in Austrian glacier ski areas in the first two decades of the twenty-first century. *International Journal of Biometeorology*, 68(3), 547-564 .
- OECD. (2020). *Préparer les entreprises touristiques au monde numérique*.
- Oerlemans, J., Haag, M., & Keller, F. (2017). Slowing down the retreat of the Morteratsch glacier, Switzerland, by artificially produced summer snow: a feasibility study. *Climatic Change*, 145(1), 189-203 .
- Steiger, R., Knowles, N., Pöll, K., & Rutty, M. (2022). Impacts of climate change on mountain tourism: A review. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-34 .
- Wang, J.-H., Feng, H., & Wu, Y. (2020). Exploring key factors of medical tourism and its relation with tourism attraction and re-visit intention. *Cogent Social Sciences*, 6(1), 1746108 .
- Wong, K. M., Velasamy, P., & Arshad, T. N. T. (2014). *Medical tourism destination SWOT analysis: A case study of Malaysia, Thailand, Singapore and India*. Paper presented at the SHS web of conferences.
- Zain, N. A. M., Hanafiah, M. H., Asyraff, M. A., Ismail, H., & Zain, W. M. A. W. M. (2023). EXPLORING MEDICAL TOURISM COMPETITIVENESS IN MALAYSIA, THAILAND, AND SINGAPORE: THE INDONESIAN TOURISTS' PERSPECTIVES. *Planning Malaysia*, 21 .
- سعيد محمد المصري. (2001). *إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية المفاهيم والإستراتيجيات*. الإسكندرية - مصر: الدار الجامعية.
- ماهر عبد العزيز توفيق. (1997). *صناعة السياحة*. عمان - الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.