

صناعة السياحة بماليزيا: التجربة والتحديات

توفيق بج بج¹

جامعة مالايا. ماليزيا

المقدمة

لقد أصبحت صناعة السياحة على المستوى العالمي واحدة من أكبر وأسرع الصناعات نمواً، وتعتبر السياحة بماليزيا ثاني مصدر للدخل القومي الماليزي بعد الصناعة، فصناعة السياحة بماليزيا تحتل مركزاً مرموقاً محلياً، إقليمياً ودولياً. فبنظرة خاطفة على أرقام دراسة أعدت سنة 2012 من طرف وزارة السياحة الماليزية نجد أن عدد الزائرين لماليزيا قد قفز من 24.7 مليون زائر خلال 2011 ليصل إلى أزيد من 25 مليون سائح في عام 2012، وبمعدل زيادة يقدر بـ: 1,3%، وارتفعت قيمة الإيرادات السياحية لتصل إلى 60.6 مليار رينجت سنة 2012 مقارنة بدخل قدره 58.3 مليار رينجت خلال 2011. إن تطور مفهوم السياحة بماليزيا من المفهوم التقليدي الذي يركز على قضاء عطلة في جو من الاسترخاء والطمأنينة إلى مفاهيم أوسع للسياحة شملت قطاعات أخرى مثل السياحة التعليمية، السياحة العلاجية، سياحة التسوق، سياحة المؤتمرات، السياحة الرياضية وغيرها، هذا التطور أسهم في النمو السريع لهذا القطاع. لقد أدركت ماليزيا باكراً أن الخدمة المميزة تصنع سمعة طيبة، وهذه الأخيرة هي الركن الأساس في تطوير صناعة السياحة، فعملت جاهدة ضمن خطط مدروسة على صناعة سمعة طيبة لماليزيا، فأصبحت بذلك مقصد كثير من سياح العالم، وحقت بذلك مكانة مرموقة مقارنة بدول أعرق منها في هذه الصناعة. وما احتلالها المكانة التاسعة لأكثر الدول وجهة من طرف السياح ضمن تصنيف منظمة السياحة العالمية للأمم المتحدة (UNWTO) لسنة 2010، وترتيب العاصمة كوالالمبور كرايع أفضل مدن للتسوق في العالم سنة 2012 إلا نتاج عمل جاد ومدروس.

بطاقة تعريفية عن ماليزيا:



ماليزيا واحدة من أجمل دول المناطق الاستوائية، تقع بين 2 درجة و 7 درجات شمال خط الاستواء في منتصف جنوب شرق قارة آسيا. تبلغ مساحتها الكلية 329,758 كيلو متر مربع، تحدها تايلاند من الشمال، وسنغافورة من الجنوب، فيما تقع كل من جزيرتي صباح وسرواك في أرخبيل بورنيو مع الحدود الأندونيسيا، كما تشترك ولاية سرواك في الحدود مع بروناي دار السلام، وبذلك تكون ماليزيا عبارة عن شبه جزيرة في أطراف جنوب شرق آسيا. أما من حيث الطقس فجوها حار رطب طوال العام حيث أن درجة الحرارة تتراوح من 30 درجة مئوية في النهار الى 22 درجة مئوية في الليل. يبلغ عدد سكان ماليزيا 28 مليون نسمة، وهي دولة متعددة الأعراق، فالأعراق الرئيسية هي: عرق الملايو بنسبة 58%، يليه عرق الصيني بنسبة 24%، والهنود بنسبة 7% والبقية أعراق أخرى محلية وأجانب.

اللغة الرسمية هي اللغة الملايوية وتنتشر اللغة الإنجليزية بقوة في المجتمع الماليزي، الدين الرسمي للدولة هو دين الإسلام وتُمارس الديانات الأخرى بكل حرية، تتكون الدولة الماليزية من 13 ولاية وثلاثة مناطق فيدرالية وولايتي صباح وسرواك وتعتبر كوالالمبور العاصمة السياسية لماليزيا.

يتميز نظام الحكم بماليزيا أنه نظام شبه ملكي، يركز أساساً على البرلمان الذي ينتخب بانتخابات عامة تعطي الحق للفائز بالانتخابات أن يختار رئيس الوزراء، والذي يجب أن يكون عضواً منتخباً في البرلمان. الولايات 13 تشكل مجلس وزراء محلي يرأسه كبير وزراء الولاية. العملة الماليزية تسمى رينجت، ويرمز لها RM، وقيمة الدولار الأمريكي الواحد تعادل 3 رينجت ماليزي. تعتبر ماليزيا دولة صناعية بالدرجة الأولى، فالتحول الاقتصادي الذي عرفته ماليزيا من القطاع الزراعي إلى القطاع الصناعي بداية الثمانينات جعلها ضمن إطار الدول الصناعية الكبرى، فقد أصبحت في مرحلة التسعينات من أهم الدول المصدرة للأجهزة الكهربائية والإلكترونية، هذه الصناعة التي لازالت تشكل الأركان الرئيسة للصناعة الماليزية من حيث الإنتاج، العمالة، القيمة المضافة وعائدات التصدير، كما تعتبر ماليزيا مركز جذب للمستثمرين الأجانب.

لمحة تاريخية عن صناعة السياحة بماليزيا

بدأت صناعة السياحة بماليزيا في بدايات 1970 لتصبح مع مرور الزمن الدخل الرئيس الثاني لمداخل البلد بعد الصناعات التحويلية². لقد كانت النظرة الأولى للسياحة الماليزية تعتمد على الفكرة التقليدية للسياحة حينها، والتي تركز على توفير أماكن للراحة والاستجمام. فبناء المنتجعات السياحية في الأماكن الطبيعية الخلابة التي يقصدها السياح كان مطلباً رئيساً في تلك المرحلة، وبداية من 1990 امتدت صناعة السياحة لتشمل قطاعات جذب أخرى مثل: التسوق، المؤتمرات والفعاليات الدولية المختلفة، ومع هذا التوسع أصبحت ماليزيا منطقة جذب جديدة ولسياح جدد.

فإن كان جل السياح في مرحلتي السبعينيات والثمانينيات من الدول المجاورة وبقية دول الآسيان (Asian)، فإن مرحلة التسعينيات جذبت سياح جدد لتضم سوق السياحة الماليزية بلدانا أخرى مثل: الصين، اليابان، المملكة المتحدة وأستراليا وكندا والولايات المتحدة الأمريكية، لم تكن مسيرة الصناعة السياحية الماليزية سهلة معبدة الطريق، بل

واجهتها تحديات كثيرة وخاصة أن سوق السياحة عالميا غير مستقرة، ووجود منافسة شرسة خاصة من طرف دول مجموعة الآسيان.

وفي عام 1999م سطرت ماليزيا بعد دراسة مستفيضة برنامجا متنوعا لاستقطاب السياح من مختلف أنحاء العالم سمته "ماليزيا، آسيا الحقيقية" Malaysia Truly Asia، وكان الغرض من هذه الحملة إبراز ماليزيا كقطب سياحي مميز، وذلك من خلال استضافة فعاليات ومعارض ومؤتمرات عالمية مختلفة، سخرت لها الدولة إمكانات معتبرة، بتهيئة وتنويع المرافق المتصلة بالسياحة، وقد حققت هذه الحملة هدفها، وحصلت على كثير من الجوائز والاعترافات الدولية، وأصبح شعارها مسجلا محفوظا في ذاكرة السياحة العالمية.

أهم الأسس التي تقوم عليها صناعة السياحة بماليزيا

أ/ حملة "زوروا ماليزيا" السنوية:

لقد انطلقت حملة "زوروا ماليزيا" في عام 1990، وقد حققت نجاحا منقطع النظير، فكانت بذلك نقطة التحول في صناعة السياحة الماليزية. لقد نجحت الحملة في جلب 7.45 مليون سائح أجنبي مقابل 4.85 في السنة التي قبلها. وبسبب هذا النجاح تم تكرار الحملة سنة 1994، وسنة 2007 تحت نفس الشعار، وكانت حملة 2007 مميزة بحيث أنها تزامنت مع الذكرى الخمسون لاستقلال ماليزيا، حيث تم تنظيم 240 فعالية والمهرجان خلال العام، وشملت هذه الفعاليات والمهرجانات، مهرجان الزهور والعروض الثقافية، مهرجان كوالا لمبور الدولي للفنون، المهرجان الوطني للمياه، مهرجان ألوان ماليزيا، مهرجان المصاييح والأصواء بيبينج، والمهرجان الثقافي لبورنيو، مهرجان الألوان والأذواق اللون، فعاليات عرض والمنافسة العالمية للألعاب النارية، وغيرها، ويمكن هذا كله من زيادة عدد السياح ليصل إلى 20.97 مليون سائح في سنة 2007م بعد أن كان 10.2 مليون سائح في سنة 2000م.

ب/ تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في السياحة:

لقد ساهم القطاع الخاص مساهمة فعالة في تطور الصناعة السياحية بماليزيا، فمن أجل تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في السياحة عمدت الحكومة على توفير صناديق تمويلية لقطاع السياحة، فكان إطلاق صندوق التمويل الخاص سنة 2001، وسمي "تمويل البنى التحتية للسياحة" (TIF) Tourism Infrastructure Fund وكذلك "التمويل الخاص للسياحة والبنى التحتية Special Fund for Tourism and Infrastructure" وأهم المشاريع المخصصة لهذه التمويل تتعلق بتطوير المنتجعات السياحية وصيانتها، تمويل الصناعة الفندقية. وقد تكفل القطاع العام بمشاريع التهيئة مثل تهيئة وتجميل مواقع سياحية مختارة، ترميم المواقع الأثرية و توفير الهياكل العامة وغيرها. هذه المبادرة من الحكومة شجعت القطاع الخاص على الاستثمار في قطاع السياحة، ويمكن

ملاحظة أثر تشجيع الحكومة للقطاع الخاص من خلال الزيادة الملحوظة في عدد الفنادق، ووكالات الأسفار، ورخص النقل للمتعاملين الخواص.

ج/ احتضان المناسبات العالمية والأقليمية السياسية، الاقتصادية، الثقافية والرياضية

لقد اهتمت الحكومة بالمناسبات والفعاليات والمؤتمرات والمعارض العالمية، لما لهذه الأخيرة من مردودية عالية تعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني، كما أن هذه الفعاليات يمكنها أن تكون جاذبة للسياح سواء كانوا مشاركين، أو عارضين أو مشجعين أو فرق رياضية، وهذه الفئات كلها مستعدة للإنفاق من أجل خدمات الإيواء، الأكل، النقل، التجوال، التسوق والتسليّة. ولهذا استثمرت ماليزيا مبالغ كبيرة في بناء المرافق المختلفة لاحتضان المناسبات العالمية من قاعات للمؤتمرات والمركبات الرياضية والفنادق الراقية والأسواق التجارية ذات الجودة العالمية.

إن جل المسابقات العالمية التي احتضنتها ماليزيا ما كانت لتكون لولا البنى التحتية والمرافق المتطورة التي تزخر بها ماليزيا. لقد عملت ماليزيا على ربط اسمها بمسابقات عالمية تلقى رواجاً عالمياً، فمن حلبة سيبانغ لسباقات الفورمولا 1 إلى معرض الطيران الدولي بلكاوي مروراً بالجوائز العالمية الكبرى لرياضات الدرجات النارية والمركبات المائية ولعبة الغولف، السباق الدولي لنكاوي للدرجات الهوائية وغيرها من المسابقات العالمية، خير شاهد على النجاح الذي تحقّق في هذا الميدان. وبإحصائية بسيطة للفترة ما بين 2001 إلى 2005 نجد أن ماليزيا احتضنت 48,751 حدث محلي وعالمي لمجموع مشاركين يقدر بـ: 16,538,496 مشارك بدخل يقدر بـ: 20,61 مليار.

د/ الترويج لماليزيا على أساس مركز للتسوق العالمي:

إن معرفة رغبات السياح ساعدت على وضع تصور لجلب السياح من أصحاب السياحة التسويقية، لقد عملت ماليزيا على أن تجعل من نفسها جنة للمتسوقين. لقد رصدت الدولة إمكانات هائلة لبناء مركبات تجارية ضخمة موزعة على مناطق مختلفة، كما لعبت مهرجانات التسوق من خلال العروض المغرية والخيارات والتخفيضات والخدمات والمزايا والهدايا، وغيرها دوراً في جعل ماليزيا مركزاً عالمياً للتسوق. لقد استهدفت ماليزيا ببرامجها التسويقية فئات مختلفة، وأذواق متنوعة فلم يعد التسوق بماليزيا خاص بفئة ذوي الدخل العالية، بل أصبح بإمكان الجميع التسوق.

هـ/ برنامج " ماليزيا بيتي الثاني "

لقد تم إطلاق برنامج "ماليزيا بيتي الثاني" سنة 2002م، والغرض من هذا البرنامج هو جذب المواطنين الأجانب من جميع الجنسيات لاتخاذ ماليزيا وطناً ثانياً، فيحصل بذلك المتقدم لهذا البرنامج على جملة امتيازات، كسواء بيت، إقامة تتجدد كل 10 سنوات، إعفاءات جمركية للسيارات، العمل بوظيفة دوام جزئي، بطاقات هوية خاصة بمشتركي البرنامج وغيرها من الامتيازات. لقد أركت ماليزيا أن فئة عمرية محددة، ألا وهي فئة ما فوق الخمسين تحاول أن تخلد للراحة بعد حياة عملية، ومن ثمة جعل ماليزيا وجهة هذه الفئة لما تمتاز به ماليزيا من أمن وأمان، وبنى تحتية

جيدة وأماكن الراحة والاستجمام، كما أن هذا البرنامج توسع ليشمل فئة رجال الأعمال الذين لهم استثمارات بماليزيا، مما يجعلهم قريبين من استثماراتهم.

و/ برامج خاصة بالسياحة الداخلية

تطورت صناعة السياحة الداخلية وتنوعت، ويعتبر المواطن الماليزي هدفا لصناعة السياحة الداخلية، إن إطلاق برامج خاصة بالسائح الداخلي رسخ لدى السائح الداخلي ثقافة السياحة الجماعية، وخاصة في مواسم العطل والأعياد والمناسبات، لقد نمت السياحة الداخلية نموا معتبرا في السنوات الأخيرة، بل يمكننا القول أن معدل نموها أكبر من معدل نمو السياحة الخارجية، ويرجع ذلك إلى إدخال وسائل نقل جوية رخيصة للرحلات الداخلية، والتي حملت شعار "الكل يمكنه أن يطير" وإلى وجهات مختلفة، وهذا ما أنعش السياحة الداخلية من خلال العروض المميزة لمختلف شركات الطيران محليا، ولوكالات السياحة الداخلية. كما كان لقرار تخفيض عدد أيام العمل في الأسبوع، بحيث أصبح خمسة أيام بداية من يوليو 2005 دورا رئيسا في تشجيع السياحة الداخلية محلية.

تحديات صناعة السياحة بماليزيا

كما سبق ذكره، لم تكن صناعة السياحة الماليزية لتصل إلى ما وصلت إليه دون تحديات وكبت مسيرة صناعة السياحة بماليزيا، فالسوق السياحية العالمية غير مستقرة، والمنافسة محتمة إقليميا ودوليا، وإقناع السائح بوجهة معينة، وخلق لديه الصورة المثلى عن تلك الوجهة ليس بالأمر الهين.

وعليه يمكننا أن نلخص جملة من التحديات واجهتها صناعة السياحة بماليزيا خلال مسيرتها، تم التغلب على بعضها، ولا يزال بعضها يشكل تحديا، بالإضافة على تحديات جديد تفرضها المرحلة.

- المنافسة الإقليمية الحادة، خاصة من طرف سنغافورة وتايلاند بدرجة أولى وأندونيسيا في السنوات الأخيرة.
- بعض الأحداث العالمية والإقليمية، والتي قللت من عدد السياح، مثل الأزمة الاقتصادية 1999م، أحداث سبتمبر 2011م، انفونزا الطيور، وسونامي 2004م، الأزمة الاقتصادية العالمية 2009م.
- التغيرات المناخية، والتي تحدثت اضطرابا مناخيا يؤثر على قرار السائح، فمثلا وقت سقوط الأمطار ومعدل تساقط الأمطار يؤثر على قرار السائح من ناحية لاختيار الوقت، ويؤثر على وفرة المياه لاستعمالها المختلفة في لقطاع السياحي.
- الوضعية التفضيلية والحمايية للسكان الأصليين "بومي بوترا" Bumi Putra، يجعل سوق السياحة مغلقة بالنسبة لبقية الأعراق، وخاصة أن العرق الصيني أنجح تجاريا من البومي بوترا.
- الحفاظ على معدل السياحة الداخلية للمواطن الماليزي، في ظل التغيرات الاقتصادية والحالة المعيشية الصعبة للمواطن.
- ثقافة الاستقبال، والخدمات المميزة للسائح تظل تحديا حقيقيا مقارنة بما يجده السائح في دولة جارة مثل تايلاند.

الخاتمة:

بعد هذا العرض السريع لتجربة ماليزيا في صناعة السياحة، يجدر بنا أن نشير إلى جملة جوانب جعلت صناعة السياحة بماليزيا تتكور بشكل مدهش، والتي نلخصها فيما يلي:

- لقد تم تصنيف ماليزيا على أنها دولة "إسلامية ليبرالية" وهذا التصنيف ساعد على زيادة السياح من جانيين، الدول الإسلامية التي تنظر لماليزيا على أنها جولة غسلامية، ويجد المسلم فيها غايته دون عناء، والدول الغربية التي ترى فيها دولة ليبرالية، توفر خدمات سياحية مميزة، وبتكلفة أقل.
- بنية تحتية متطورة فنادق، مركبات تجارية، مراكز صحية، جامعات عالمية وشبكة اتصالات ووسائل نقل متنوعة تربط أطراف ماليزيا كلها.
- تنوع ثقافي وعرفي وتمازج ثقافي، ومناظر ساحرة.
- الأمن والاستقرار.
- تسهيلات للمستثمرين، وللزائرين، وجنول مجاني للبلد لأغلب الجنسيات.
- فعاليات، ومهرجانات، ومناسبات عالمية رياضية، اقتصادية، وسياسية وثقافية.
- برامج دعائية هائلة، وفق خطط مدروسة لمختلف الشرائح.

1- أستاذ محاضر بجامعة مالايا. ماليزيا

2- National Tourism Plan 2004-2010 Main Report, 2004. pg 9