السياحة الافتراضية كمدخل لتفعيل القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا

- بالإشارة لتجربة إمارة دبي-

Virtual Tourism as an Entry Point to Revitalize The Tourism Sector in Light of the Corona Pandemic Referring to the Experience of Dubai

صليحة فلاق*
جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر
s.fellag@univ-chlef.dz

سامية شارفي
جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، الجزائر
s.charfi@univ-dbkm.dz

فاطمة فوقة
جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر
s.charfi@univ-chlef.dz

تاريخ الاستلام: 2020/10/03 **تاريخ القبول: 2020/12/18** **تاريخ النشر: 2020/12/30**

ملخص:

تهدف هذه الدراسة لإبراز أهمية السياحة الافتراضية ودورها في تفعيل القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا، إضافة إلى تشخيص تطبيقات السياحة الافتراضية في إمارة دبي. ولقد توصلنا من خلال هذه الدراسة أن قطاع السياحة يعتبر من بين أكثر القطاعات تضرراً بسبب استمرار تفشي جائحة كورونا (COVID-19)، فالقيود المفروضة على السفر، إضافة إلى إلغاء الرحلات أو الحد من تواترها، أدى إلى تقلص كبير في عرض خدمات السفر (المحلية والدولية)، مما نتج عنه لجوء مختلف دول العالم للسياحة الافتراضية التي تتيح للأفراد التنقل والتمتع برؤية مختلف الأماكن السياحية باستخدام أحدث التقنيات التكنولوجية، ولقد قامت إمارة دبي بالاستفادة من تقنيات الواقع الافتراضي في الترويج للمعالم السياحية والترفيهية، حيث أطلقت العديد من المعالم والمتاحف ومراكز التسوق في دبي خدمات الجولات الافتراضية والتي كان الهدف منها الترويج لهذه المعالم مستفيدة من تطور بنيتها التحتية والتكنولوجية.

الكلمات المفتاحية: السياحة الافتراضية، الواقع الافتراضي، التقنيات التكنولوجية، جائحة كورونا.

Abstract:

This study aims to highlight the importance of virtual tourism and its role in activating the tourism sector in light of the Corona pandemic, in addition to diagnosing virtual tourism applications in the Emirate of Dubai. We have concluded through this study that the tourism sector is

---

* المؤلف المراسل

among the sectors most affected by the continuing outbreak of the Coronavirus (COVID-19) pandemic, as the restrictions imposed on travel, in addition to canceling trips or reducing their frequency, have led to a significant reduction in the supply of travel services (local). And international), which resulted in the various countries of the world resorting to virtual tourism that allows individuals to move around and enjoy seeing various tourist places using the latest technological technologies, and the Emirate of Dubai has made use of virtual reality techniques in promoting tourist attractions and entertainment, as it launched many landmarks, museums and shopping centers in Dubai is a virtual tour service that aims to promote these attractions, taking advantage of the development of its infrastructure and technology.
Keywords: Virtual tourism, virtual reality, technological technologies, the Corona pandemic.

مقدمة:

يعد قطاع السياحة ركيزة هامة لدعم التنمية الاقتصادية، غير أن استمرار تفشي جائحة كورونا وتطبيق اجراءات العزل وحظر التجوال نتج عنه انعكاسات كبيرة على هذا القطاع، حيث أثر على عدد كبير من الوظائف في العالم، مما نتج عنه اللجوء للسياحة الافتراضية في العديد من دول العالم، خاصة في ظل التطور التكنولوجي والمعلوماتي، مما يسمح للأفراد بالخروج من الملل الذي أصبح يعاني منه أغلب سكان العالم، إذ يصعب السفر من بلد لأخر بسبب الوباء، غير أن السياحة الافتراضية تمكن الفرد من التجول والتنقل بين العديد من المناطق في العالم والتمتع برؤية الأماكن السياحية باستخدام أحدث التقنيات التكنولوجية .وعلى ضوء ماسبق نطرح الإشكالية التالية:

كيف تساهم السياحة الافتراضية في تفعيل القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا؟

أهمية الدراسة:

يعد البحث في الموضوع محاولة منا للفت الانتباه حول أهمية السياحة الافتراضية ودورها في تحقيق تنقل وتجول الأفراد وتفاعلهم مع بيئة أخرى مصممة بطريقة احترافية تدمج الخيال بالواقع. خاصة في ظل اجراءات العزل الناتجة عن انتشار وباء كورونا.

أهداف الدراسة: نسعى من خلال هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على أهمية السياحة الافتراضية ودورها في تحقيق المتعة والتنقل للأفراد؛
- تشخيص واقع قطاع السياحة في ظل جائحة كورونا؛
- عرض المجهودات التي تبذلها إمارة دبي لدعم وتفعيل السياحة الافتراضية، وأهم النجاحات التي حققتها.

منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا للموضوع على المنهج الوصفي التحليلي بغرض توضيح مفهوم السياحة الافتراضية ودور في تفعيل القطاع السياحي، إضافة إلى عرض واقع السياحة في ظل جائحة كورونا.

أقسام الدراسة:

للإلمام بمختلف جوانب الموضوع تم تقسيم هذه الدراسة إلى الأقسام التالية:

- التأصيل النظري للسياحة الافتراضية وتشخيص واقعها في العالم؛
- واقع قطاع السياحة في ظل جائحة كورونا؛
- تجربة السياحة الافتراضية في إمارة دبي.

أولا. التأصيل النظري للسياحة الافتراضية وتشخيص واقعها في العالم:

في ظل التطور التكنولوجي واتساع استخدام التقنيات التفاعلية للواقع الافتراضي، ظهرت السياحة الافتراضية، حيث يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات المستخدمة للواقع الافتراضي، فنسبة كبيرة من السياح يقومون بجولات افتراضية قبل اتخاذ قرار السفر.

1. تعريف الواقع الافتراضي:

الواقع الافتراضي من وجهة نظر المعلوماتية هو فرع من المنتجات الإلكترونية التي تشكل تجسيداً حاسوبياً ثلاثي الأبعاد مرتبط مع امكانية تضمين مواضيع متنوعة يكون من الممكن التعامل معها بشكل تفاعلي في بيئة ثلاثية الأبعاد (مطاع، 2006، الصفحات 409-410)، **حيث يعرف الواقع الافتراضي بأنه:** استخدام بيئة ثلاثية الأبعاد تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر تسمى بيئة افتراضية، تمكن الفرد من استكشاف هذه البيئة والتفاعل معها (Guttentag, 2010, p. 638)؛

كما يعرف الواقع الافتراضي بأنه: "مجموع الأجهزة وأنظمة البرامج التي تسعى إلى نقل الفرد إلى عالم وهمي والتواجد في بيئة أخرى والتفاعل معها" (Radianti, Majchrzak, Fromm, & Wohlgenannt, 2020, p. 3)؛

ويعرف أيضاً الواقع الافتراضي بأنه: "تقنية تسمح للمستخدم بالدخول والتفاعل مع الصور التي تم إنشاؤها على جهاز كمبيوتر أو جهاز الحاسوب من رسومات خاصة وصور فيديو مما يجعل الأماكن والأفعال تبدو حقيقية" (Marzouk, Maher, & Mahrous, 2019, p. 2).

من خلال هذه التعاريف يتضح لنا بأن الواقع الافتراضي هو: مجموعة من التقنيات التكنولوجية تسمح للفرد بالتنقل والتفاعل مع بيئة أخرى مصممة بطريقة احترافية تدمج الخيال بالواقع.

2. تعريف السياحة الافتراضية:

تعتبر السياحة الافتراضية من بين التقنيات التي بدأت في الظهور بفضل استخدام تقنية الانترنت، مما يسمح للأفراد بالانتقال إلى أماكن أخرى في العالم دون السفر إليها، ولقد تعددت تعاريفها، ونذكر منها مايلي:

تعرف السياحة الافتراضية بأنها: تجربة سياحية في بيئة إلكترونية كبديل للتجربة الفعلية أو الرحلة المادية. يسمح هذا النوع من السياحة بالسفر إلى الأماكن عبر تقنيات جديدة، خالية من القيود المعتادة على الوقت والمسافة والتكلفة والضعف البشري (بركنو، 2019، صفحة 59)؛

كما تعرف السياحة الافتراضية بأنها: "نشاط لزيارة مواقع ذات اهتمام عبر الانترنيت دون السفر شخصياً لهذه الأماكن" (صادق مصطفى، 2017، صفحة 357)؛

من خلال هذين التعريفين يتبن لنا بأن السياحة الافتراضية تختلف عن السياحة التقليدية، ونوضح من خلال الجدول التالي أهم هذه الفروقات:

الجدول رقم (01): الفرق بين السياحة التقليدية والسياحة الافتراضية

السياحة التقليدية	السياحة الافتراضية
الانتقال الحقيقي من محل الإقامة الحقيقي إلى أماكن القصد السياحي	الانتقال الافتراضي إلى أماكن القصد فكراً وليس جسدياً
تحتاج إلى المال	تكاليفها محدودة جداً
تشترط وجود وقت فراغ لممارستها	يمكن ممارستها في أي وقت
تعتمد على العنصر الطبيعي والبشري في توفير خدماتها	تعتمد على التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في تقديم خدماتها
تعتمد على الموسمية في أغلب أنواعها	لا تعتمد على الموسمية
تأثيرها مباشر في الدخل القومي	تأثير محدود في الدخل القومي
توفر فرص عمل للكثير من التخصصات الفنية والحرفية	توفر فرص عمل لتخصصات معينة لها علاقة بالتكنولوجيا والتقنيات الحديثة.

المصدر: (زوير مخلف و جبار هداب، 2017، صفحة 253)

3. مقومات السياحة الافتراضية:

تقوم السياحة الافتراضية على ثلاثة مقومات أساسية هي (ماضوي و بن جروة، 2020، الصفحات 54-55):

1.3. الإبداع: لا يمكن انكار أن السياحة كانت دائماً عرضة للتغيرات بل هي أكثر القطاعات تقلباً والتي تعكس تحولات في الأذواق والتفضيلات والتقنيات والسياسة والظروف الاقتصادية، وتاريخ السياحة أنها تتأثر بالابتكارات كظهور مراكز جديدة للحج ولاسيما مع تعدد الأديان في العالم وترويج بطاقات الإئتمان خاصة مع اتجاهات العولمة الجديدة، حيث ظهرت الكثير من الابتكارات التي كانت

نتيجة لازدياد المنافسة بين الموجودين فعلاً في السوق السياحي فضلاً عن الجدد. إن المنافسة تدفع إلى الإبداع والابتكار في تقديم الخدمات السياحية وهناك أنواع من الابداع يمكن أن ترتبط بشكل مباشر مع قطاع السياحة وهي:

- **المنتج السياحي:** ترتبط عملية الإبداع بالسلعة التي غالباً مايتم إضفاء ماهو جديد عليها؛

- **التقنية:** تكمن عملية الإبداع في استخدام التقنيات الحديثة ومدى التطور الحاصل فيها؛

- **الإدارة:** يكمن الإبداع في نوع الإدارة التي تشكل العمل وذلك عن طريق تطوير عملية الأداء المنظمي بشكل جديد. إن أولى بدايات عملية الابداع والابتكار هي التحري ثم يليها فعل الاستغراق ويكمن في إحساس المبدع بالصورة الجمالية في سياق التكوينات وكتلة من الإطارات غير الواضحة فيأتي دور المتلقي للإبداع وهو السائح الذي يتولد في داخله نوع من الاتحاد بين البيئة الافتراضية التي تترجم لتتحول إلى حقيقة واقعية يعيشها.

2.3. الحقيقة الخيالية: وهي تمثل المشي عن طريق عالم افتراضي والذي يكون مكونه الأساسي هو نظام الكهف و هو عبارة عن غرفة تكون على شكلين هما:

- غرفة تحتوي على كاميرات حيث يمكن للسائح أن يشاهد كل شئ من حوله داخل هذا الفضاء الافتراضي، أو أن يجد شخصاً بعيداً عنه في بلد آخر موجود معه داخل هذا الكهف وكأنه يجلس أمامه؛

- الاستعانة بنظارات ثلاثية الأبعاد داخل الكهف كي يتمكن من الدخول في عالم خيالي أكثر دقة وهنا تم تطبيق بيئة مماثلة للبيئة الحقيقية التي ينتقل إليها الشخص افتراضياً عن طريق الحاسوب.

3.3.التذوق الجمالي: يقصد بالتذوق الجمالي هو ذلك الشعور الذي ينبعث بداخل المستخدم للسياحة الافتراضية في لحظة الانغماس في الفضاء الافتراضي عندما يعرض أمامه المشاهد الصورية والبيئية والفنية بشكل خاص والحالة الجمالية بشكل عام، حيث يشعر مستخدم السياحة الافتراضية بالمتعة والسرور المقترن بالشعور بالاكتشاف والتأمل والتغير المعرفي والدهشة والاهتمام والتوقع والتخيل والشعور بالغموض وحب الاستطلاع.

إن وصول المشترك بالسياحة الافتراضية إلى التذوق الجمالي لابد أن يكون وجه للإدراك إذ تبدأ عملية التذوق بالإدراك، وخلال هذه الحالة من الادراك يكون هناك إحاطة بالمدركات (البصرية والسمعية واللمسية) ثم تكون حالة من التمييز

بين هذه المدركات وتحليلها إلى مكوناتها الأساسية ويعاد تركيبها ثانية في مكون جديد يتداخل فيه الخيال والجمال.

4.أهمية السياحة الافتراضية:

تتمثل فوائد وأهمية السياحة الافتراضية فيما يلي (صادق مصطفى، 2017، الصفحات 358-359):

- القدرة على خلق تجارب افتراضية قد يقبلها السياح كبديل عن الزيارة الحقيقية إلى المواقع المحفوفة بالمخاطر. وتعد الطريقة الأكثر ذكاءً وفعالية من حيث تكلفة الترويج بصرياً للمواقع السياحية. كما تعد وسيلة للحصول على الإرشادات وتجربة مكان معين قبل اتخاذ قرار زيارته؛

- تطبيق تقنيات الواقع الافتراضي يحقق مجموعة من الفوائد الاقتصادية كالإعلانات التجارية، تسويق عروض المؤسسات السياحية، إضافة إلى تشجيع الزيارات للسياح الداخليين والأجانب وبالتالي زيادة الحركة السياحية؛

- التوعية بأهمية الآثار والمتاحف والتعريف بها من خلال مختلف وسائل النشر، لجذب القطاع العام والخاص للاهتمام بالآثار والمتاحف؛

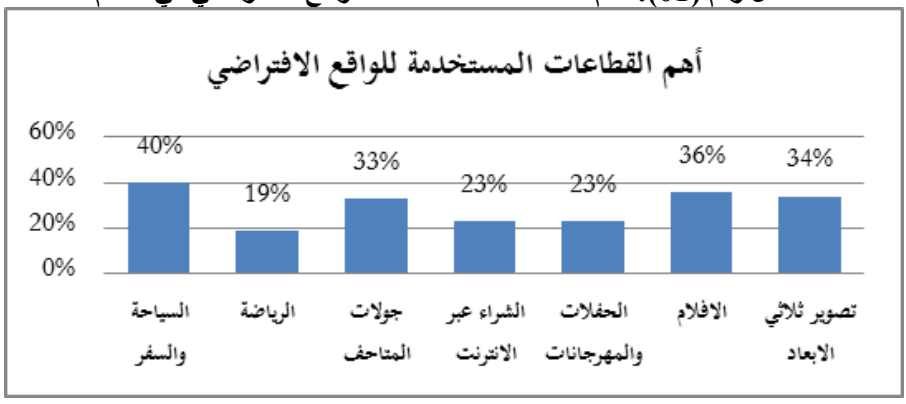
- الحصول على دعم المسؤولين ومتخذي القرار ومختلف أفراد المجتمع.

5. واقع السياحة الافتراضية في العالم:

شهدت السياحة الافتراضية تطوراً وانتشاراً كبيراً في مختلف دول العالم، حيث تعتبر من أهم القطاعات المستخدمة للواقع الافتراضي، وفيما يلي توضيح أكثر:

1.5. استخدام قطاع السياحة للواقع الافتراضي: نوضحه من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (01): أهم القطاعات المستخدمة للواقع الافتراضي في العالم

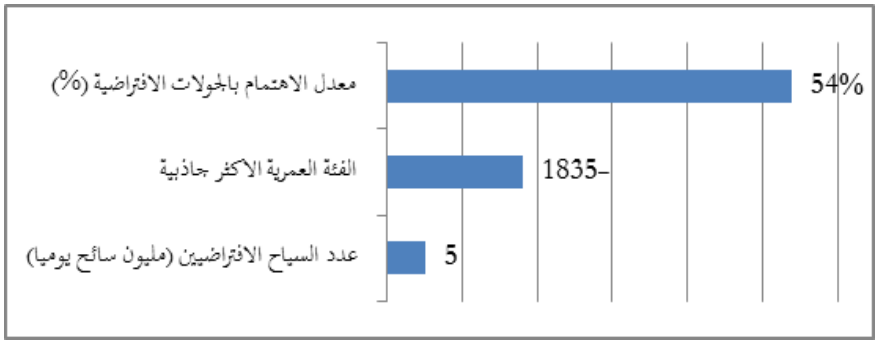


Source: (Ghavri, 2018)

من خلال الشكل أعلاه يتضح لنا بأن قطاع السياحة والسفر يعد من أهم القطاعات المستخدمة للواقع الافتراضي، فنسبة كبيرة من الزوار يقومون بجولات افتراضية قبل اتخاذ قرار السفر والسياحة. يليه الأفلام والتصوير الثلاثي الأبعاد بالنظر لحاجة هذا القطاع للواقع الافتراضي، ثم جولات المتاحف بنسبة 33%، أما الحفلات والشراء عبر الأنترنت فلقد قدرت نسبة استخدامه للواقع الافتراضي بـــ23 %، في حين حضي قطاع الرياضة بأقل نسبة 19%. وعلى العموم نلاحظ اهتمام كبير بالواقع الافتراضي من قبل مختلف القطاعات ومايؤكد ذلك كون المواقع الإلكترونية التي تحتوي على جولات افتراضية يزداد وقت زيارتها بـــ5 إلى 10 مرات مقارنة بالمواقع التي لا تعتمد على هذه الجولات فحواي 67% من الزوار يعرفوت ويتوقعون ماسوف يجدونه بناءًا على الجولات الافتراضية **(**Camila Pascual , 2019**)**.

2.5. عدد السياح الافتراضيين: شهد تطور عدد السياح الافتراضيين ارتفاعاً، بالنظر لارتفاع معدل الاهتمام بالجولات الافتراضية والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (02): عدد السياح الافتراضيين في العالم خلال سنة 2018



Source: (Miniwatts Marketing Group, 2020) (Berners-Lee, 2020)

من خلال الشكل أعلاه يتبين لنا بأن عدد السياح الافتراضين عرف ارتفاعاً يقدر بـــ5 مليون سائح يومياً خلال سنة 2018 عبر موقعي google search وgoogle maps . ويرجع ذلك إلى زيادة معدل الاهتمام بالجولات الافتراضية والتي تقدر بـــ 54%، فالأعمال والمنشآت التي تعتمد على جولات افتراضية تزداد معدلات الحجز بها بين 16 -67% مقارنة بالمواقع التي لا تعتمد على هذه الجولات. أما فيما يتعلق بالفئة العمر فالجولات الافتراضية تجذب الفئات العمرية بين 18-35 سنة والذين تزداد امكانية اتخاذ قراراتهم السياحية بناء على الجولات

الافتراضية (Camila Pascual , 2019). والتي كان لها دور كبير في توفير الوقت والجهد وحتى التكلفة بالنسبة للسائح مما سمح بانتشارها.

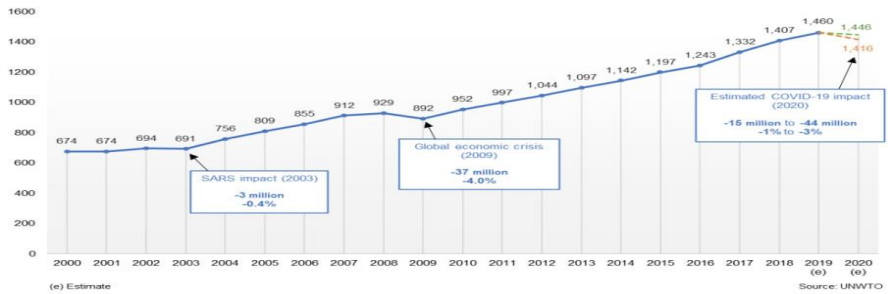
ثانياً. واقع قطاع السياحة في ظل جائحة كورونا:

يعتبر قطاع السياحة من أكثر القطاعات تضرراً بسبب جائحة كورونا، فالقيود المفروضة على السفر، نتج عنها تقلص في عرض خدمات السفر (المحلية والدولية)، ومن أجل توضيح ذلك نتناول أثرها على السياحة الدولة، وقطاع الطيران لارتباطه الكبير بها، إضافة إلى قطاع الفندقة والضيافة.

1. تطور السياحة الوافدة الدولية في العالم:

شهدت السياحة الدولية نموا مستمرا على الرغم من بعض الصدمات العابرة ولم تعرف السياحة الدولية التراجع إلا في عام 2003 بفعل المتلازمة النفسية الحادة الوخيمة (سارز)، وأثناء حرب العراق، وسنة 2009 في خضم الأزمة الاقتصادية والمالية، علما أنها سرعان ما عادت إلى الانتعاش القوي في السنوات التالية(UNWTO, 2020) ، إلا أن جائحة كورونا كان لها تأثير كبير على قطاع السياحة ويظهر ذلك من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (03): السياحة الدولية الوافدة عبر العالم (بالمليون)



Source:(UNWTO، 2020)

من خلال الشكل أعلاه يتضح لنا بأن قطاع السياحة تأثر كثيراً بسبب الانتشار السريع لجائحة كورونا، نظراً لإجراءات العزل، وتأثر قطاع السفر، فحسب تقديرات منظمة السياحة العالمية فإن عدد السياح الدوليين قد ينخفض خلال سنة 2020 على المستوى العالمي بنسبة تتراوح بين 1% و3 %، بدلا من نمو يتراوح بين 3%و4%.

2. قطاع الطيران: تأثرت شركات الطيران بشكل خاص بسبب انتشار جائحة كورونا، وتطبيق قيود على السفر في معظم دول العالم، حيث تتوقع المنظمة

الدولية للنقل الجوي(IATA)، خسارة قدرها 113 مليار دولار من ايرادات المسافرين في جميع أنحاء العالم خلال سنة 2020، ومن 15% إلى 23%من إجمالي عدد الوظائف التي تدعمها صناعة النقل الجوي معرضة للخطر (البحرين، مارس 2020، صفحة 24)، والجدول التالي يوضح أكثر:

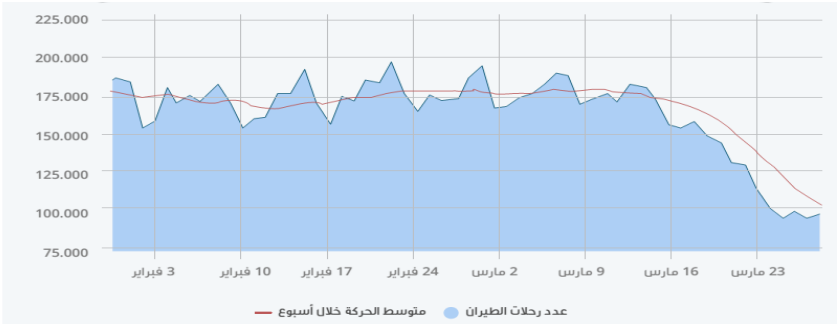
الجدول رقم (02): تأثير جائحة كورونا (COVID-19) على حركة الطيران الجوي

السوق	عدد المسافرين	إيرادات المسافرين (مليار دولار أمريكي)
أستراليا، الصين، اليابان، ماليزيا، كوريا الجنوبية، تايلاند، فيتنام.	-23%	-49.7
بقية دول آسيا والمحيط الهادئ	-9%	-7.6
النمسا، فرنسا، إيطاليا، ألمانيا، هولندا، النرويج، إسبانيا، سويسرا، السويد، المملكة المتحدة.	-24%	-37.3
بقية دول اوروبا	-9%	-6.6
البحرين، العراق، إيران، الكويت، لبنان، الإمارات العربية المتحدة	-23%	-4.9
بقية دول الشرق الأوسط	-9%	-2.3
كندا والولايات المتحدة الأمريكية	-10%	-21.1

المصدر: (البحرين، مارس 2020، صفحة 24)

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا بأن جائحة كورونا كان لها أثر كبير على حركة الطيران الجوي، حيث تعرضت بعض شركات الطيران الصغيرة للإفلاس كشركة الطيران البريطانية "فلايبي" وهي إحدى أكبر شركات الطيران الخاص في أوروبا (صلاح، 2020، صفحة 12). ومن أجل تفصيل أكثر نتناول من خلال الشكل البياني التالي تطور عدد رحلات الطيران اليومية العالمية (فيفري-مارس2020)، حيث عرفت عدد رحلات الطيران انخفاضاً بسبب اجراءات العزل.

الشكل رقم (04): تطور عدد رحلات الطيران اليومية العالمية (فيفري-مارس 2020)



المصدر: (صلاح، 2020، صفحة 11)

3. الفندقة والضيافة:

أثر فيروس كورونا بشكل سلبي على قطاع الفندقة والمطاعم في معظم دول العالم، مما نتج عنه انخفاض في أسعار حجز الفنادق نتيجة انخفاض حجوزات الطيران ولإغلاق الحدود الجوية في العديد من دول العالم.

ثـــالثاً. تجربة السياحة الافتراضية في إمارة دبي:

1. واقع قطاع السياحة في الإمارات العربية المتحدة:

تعتبر السياحة قطاعاً مهماً في اقتصاد دبي، وتعرف في الحسابات القومية لدبي بأنها أنشطة الإقامة والطعام (المطاعم والفنادق)، ولقد حققت قيمة مضافة مقدارها 20.1مليار درهم وساهمت بنسبة 5.1% بالمئة في الناتج المحلي الإجمالي (الأسعار الثابتة)مقارنة بـــــ3.5% سنة 2009، كما تساهم السياحة في زيادة القيمة المضافة لقطاعات أخرى كالطيران، والمطارات وقطاع النقل البري، البحري والتشييد. لذلك ركزت حكومة دبي على السياحة وحولت الإمارة إلى مركز للأعمال في المنطقة ووجهة ترفيهية مهمة (الاقتصادي، 2019، صفحة 143)، والجدول التالي يوضح أكثر:

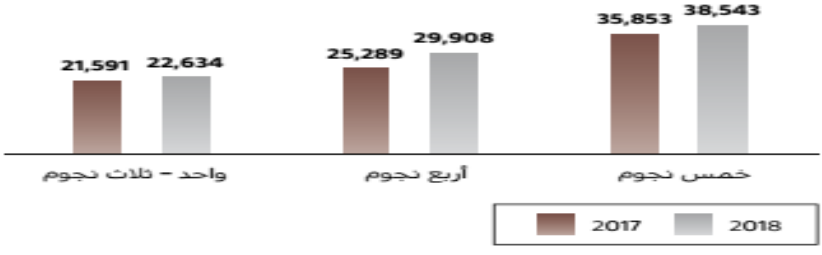
الجدول رقم (03): ترتيب دبي ومدن عالمية من حيث عدد السواح (2016-2018)

المدينة	الترتيب	عدد الزوار			انفاق السائحين سنة 2018 (مليار دولار)
		2016	2017	2018	
بانكوك	1	19.4	20.1	22.8	20
باريس	3	15.5	17.4	19.1	14.1
لندن	2	19.1	19.8	19.1	16.5
دبي	4	14.9	15.8	15.9	30.8
سنغافورة	5	13.1	13.9	14.7	16.6
كوالالمبور	7	11.3	12.6	13.8	11.1
نيويورك	6	12.7	13.1	13.6	16.4

المصدر: إدارة التخطيط الاقتصادي (2019)، التقرير الاقتصادي لإمارة دبي 2019، دائرة التنمية الاقتصادية، الإمارات العربية المتحدة، ص: 147.

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا بأن إمارة دبي حققت تطوراً هاماً في قطاع السياحة، حيث نجحت في تنشيط السياحة وتحقق ذلك من خلال توفير البنية التحتية اللازمة وتشجيع استثمارات القطاع الخاص في الفنادق وغيرها من أماكن إقامة الزوار. حيث شهدت سنة 2018 افتتاح 34 فندقاً جديداً، مما أدى إلى ارتفاع عدد الفنادق في دبي إلى 519 فندقاً في جميع الفئات (الاقتصادي، 2019، صفحة 149). والشكل البياني التالي يوضح أكثر:

الشكل رقم (05): عدد الغرف المتاحة حسب تصنيف الفنادق



المصدر: إدارة التخطيط الاقتصادي (2019)، التقرير الاقتصادي لإمارة دبي 2019، دائرة التنمية الاقتصادية، الإمارات العربية المتحدة، ص: 150.

2. دور السياحة الافتراضية في الترويج لقطاع السياحة في إمارة دبي:

تسعى الوجهات السياحية العالمية إلى الخروج من الواقع الذي فرضه فيروس كورونا المستجد "كوفيد-19" على الواقع السياحي بعد توقف حركة السياحة والسفر تقريباً في جميع أنحاء العام وأجبر الملايين على المكوث في منازلهم، وذلك من خلال الاستعانة بتقنيات الواقع الافتراضي لتقديم تجارب سياحية وترفيهية افتراضية. وفي هذا الصدد قامت إمارة دبي بالاستفادة من تقنيات الواقع الافتراضي في الترويج للمعالم السياحية والترفيهية في الإمارة مستفيداً من تطور بنيته التحتية والتكنولوجية ، ونذكر منها مايلي (السياحة، 2020):

1.2. موقع دبي 360:

بادرت هيئة الثقافة والفنون في دبي، لاستعراض محفظة بعض المواقع التراثية والثقافية الغنية التابعة لها، من خلال موقع "دبي 360" الإلكتروني، حيث تتيح هذه المبادرة الفرصة أمام الجمهور لمشاهدة المتاحف وحي الفهيدي التاريخي، في ظل قرارها بإغلاق جميع هذه المواقع مؤقتاً، تماشياً مع الإجراءات الاحترازية والوقائية التي تتخذها الإمارة حرصاً على السلامة العامة، ويوفر موقع "دبي 360" لمستخدمي الإنترنت، إمكانية رؤية مشاهد بانورامية من الأعلى للكنوز التراثية والتاريخية الساحرة في الإمارة، من خلال مجموعة كبيرة من الصور البانورامية ومقاطع الفيديو التفاعلية الملتقطة بتقنية التصوير البطيء، ويقدم الموقع جولات فريدة داخل تلك المواقع، مستفيداً من التقنيات التفاعلية والصور البانورامية مكتملة الزوايا، وكذلك الصور المتتابعة والفيديو.

2.2. منصة مجمع السركال الفني:

أطلق مجمع السركال الفني، الذي يعتبر أحد أهم مراكز الفنون في دبي منصة تتيح للجمهور القيام بجولة افتراضية ضمن معارضه الفنية الكثيرة والجميلة، كما يقدم فرصة للقاء الفنانين والقائمين عليه عبر الإنترنت، وعبر هذه المنصة، يعرض المجمع لزائريه فرصة الاطلاع على أكثر من 300 عمل فني ولوحة فنية من جميع القارات والدول بتقنية 360 درجة، للتعرف على الواقع بأدق تفاصيله والتنقل بين الأعمال الفنية بكل سهولة.

3.2. خدمات الجولات الافتراضية:

أطلقت العديد من المعالم والمتاحف ومراكز التسوق في دبي خدمات الجولات الافتراضية والتي كان الهدف منها الترويج لهذه المعالم وهي موجودة قبل وجود كورونا، لكن دورها تعزز في الفترة الأخيرة بحيث باتت وسيلة الجمهور الأساسية للاطلاع على المعالم السياحية في دبي والعالم.

4.2. توسيع شبكة الشركاء الإعلاميين:

عززت دبي للسياحة من شراكاتها مع مؤسسات إعلامية كبرى مثل BBC وCNN وBloomberg وCNBC وThe Times Group وEuronews NBC والتي بثت مجتمعة أكثر من 1500 دقيقة من المحتوى المميز عن دبي. حيث جذبت الحملات الإعلامية والرقمية أكثر من 251 مليون مشاهدة لمقاطع الفيديو. و1.76 مليون مشاركة على المواقع الإلكترونية ليشاهدها أكثر من 1.3مليار شخص. وخلال فترة انتشار وباء كوفيد -19 ستساهم هذه البرامج في الترويج لزيارة دبي مما يساهم في تعزيز مكانتها كرابع أكثر الوجهات زيارة على مستوى العالم (دبي للسياحة، 2020، الصفحات 16-17).

خاتمة:

في ظل استمرار انتشار جائحة كورونا، أصبحت السياحة الافتراضية الخيار الأفضل لتحقيق المتعة للأفراد من خلال التفاعل مع بيئة مصممة بطريقة احترافية تدمج الخيال بالواقع. ونظراً لدورها في تحقيق الراحة للأفراد، اتجهت مختلف دول العالم لتفعيل السياحة الافتراضية، منها دولة الإمارات، التي تمتلك بنية تحتية وتكنولوجية ساهمت في نجاح تجربتها في السياحة الافتراضية. ومن خلال دراسة هذا الموضوع استخلصنا مجموعة من النتائج والتوصيات نوردها فيما يلي:

- **نتائج الدراسة:** نوردها فيما يلي:
- تعتمد السياحة الافتراضية على مجموعة من التقنيات الحديثة التي تسمح للسائح بالتنقل عبر أدوات التكنولوجيا المتطورة ومعايشة الأجواء في الأماكن والمعالم السياحية المختلفة؛
- يعتبر قطاع السياحة من أكثر القطاعات تضرراً بسبب جائحة كورونا (COVID-19)، فالقيود المفروضة على السفر، نتج عنها تقلص في عرض خدمات السفر (المحلية والدولية)؛
- أثرت جائحة كورونا على حركة الطيران الجوي، حيث تعرضت بعض شركات الطيران الصغيرة للإفلاس كشركة الطيران البريطانية "فلايبي" أكبر شركات الطيران الخاص في أوروبا؛
- أثر فيروس كورونا بشكل سلبي على قطاع الفندقة والمطاعم في معظم دول العالم، مما نتج عنه انخفاض في أسعار حجز الفنادق نتيجة انخفاض حجوزات الطيران؛
- حققت إمارة دبي تطوراً هاماً في قطاع السياحة، حيث نجحت في تنشيط السياحة وتحقق ذلك من خلال توفير البنية التحتية اللازمة وتشجيع استثمارات القطاع الخاص في الفنادق؛
- بادرت هيئة الثقافة والفنون في دبي، لاستعراض بعض المواقع التراثية والثقافية التابعة لها، من خلال موقع "دبي 360" الإلكتروني، الذي يتيح الفرصة أمام الجمهور لمشاهدة المتاحف وحي الفهيدي التاريخي، في ظل قرارها بإغلاق جميع هذه المواقع مؤقتاً؛
- قامت إمارة دبي بالاستفادة من تقنيات الواقع الافتراضي في الترويج للمعالم السياحية مستفيدة من تطور بنيتها التحتية والتكنولوجية.
- **توصيات الدراسة**: على ضوء النتائج المتوصل إليها نقدم التوصيات التالية:
- ضرورة الاهتمام بتطوير التطبيقات التقنية والتكنولوجية من أجل تفعيل الساحة الافتراضية؛
- الاهتمام بتبني السياحة الافتراضية في العالم العربي؛
- الترويج للسياحة الافتراضية عبر الانترنت.

قائمة المراجع:

- المراجع باللغة العربية:

أخبار السياحة. (12 أفريل, 2020). *السياحة الافتراضية توجه دبي الجديد في زمن فيروس كورونا*. تاريخ الاسترداد 16 سبتمبر, 2020، من

https://news.travelerpedia.net/tourism/variety-news/

اقتصادية دبي، إدارة التخطيط الاقتصادي. (2019). *التقرير الاقتصادي لإمارة دبي 2019*. الإمارات العربية المتحدة: دائرة التنمية الاقتصادية.

بركات مطاع. (2006). الواقع الافتراضي: فرصه ومخاطره وتطوره (دراسة نظرية). *مجلة جامعة دمشق، 22*(2)، الصفحات 407-432.

زينب صادق مصطفى. (2017). السياحة الافتراضية وتأثيرها على دافعية الزوار لزيارة مرقد الصحابي سلمان المحمدي. *مجلة الادارة والاقتصاد*(113)، الصفحات 355-368.

دبي للسياحة. (2020). *التقرير السنوي لزوار دبي 2019*. دبي. تاريخ الاسترداد 21 نوفمبر, 2020، من
https://dubaitourism.getbynder.com/m/29b09ab65d5f92dc/original/DTCM-ANNUAL-REPORT-2019-AR.pdf

عبد العزيز ماضوي، و حكيم بن جروة. (10 جوان, 2020). نحو تفعيل السياحة الافتراضية لتنشيط الوجهات السياحية في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد كوفيد-19: مع الإشارة إلى حالة الجزائر. *مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، 2*(2)، الصفحات 50-63.

علي صلاح. (13 أفريل, 2020). ملامح جديدة للاقتصاد العالمي في مرحلة "مابعد كورونا". *دراسات خاصة*(04)، الصفحات 3-19.

مركز الدراسات والمبادرات، غرفة تجارة وصناعة البحرين. (مارس 2020). *الآثار الاقتصادية لفايروس "كورونا"* . غرفة تجارة وصناعة البحرين.

نصيرة بركنو. (01 سبتمبر, 2019). دور الواقع الافتراضي في تنمية الصناعة السياحة. *مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، 02*(03)، الصفحات 54-69.

هدى زوير مخلف، و سرمد جبار هداب. (2017). السياحة الافتراضية وتكنولوجيا المعلومات ودورهما في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. *المجلة العراقية للعلوم الإدارية، 13*(54)، الصفحات 249-273.

UNWTO. (05 مارس, 2020). *تقييم أثر تفشي فيروس كوفيد - 19 على السياحة الدولية*. تاريخ الاسترداد 29 أوت, 2020، من

https://www.unwto.org/ar/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism

المراجع باللغة الأجنبية:

Guttentag, D. (2010, October). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *journal Tourism Management, 31*(5), pp. 637-651.

Marzouk, A., Maher, A., & Mahrous, T. (2019, December). The Influence of Augmented Reality and Virtual Reality Combinations on Tourist Experience.

Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City, *3*(2), pp. 1-19.

Radianti, J., Majchrzak, T., Fromm, J., & Wohlgenannt, I. (2020, April). A systematic review of immersive virtual reality applications forhigher education: Design elements, lessons learned, and research agenda. *journalComputers & Education*(147), pp. 1-29.

Camila Pascual , B. (2019, MAR 7). *VIRTUAL360 NY*. Retrieved NOV 20, 2020, from Virtual Tour Statistics You Should Know: https://www.virtual360ny.com/blog-post/virtual-tour-statistics-you-should-know

Miniwatts Marketing Group .(2020) .*Internet World Stats* .Web Site Directory: Miniwatts Marketing Group.

Sakshi Ghavri) .jun, 2018 19 تاريخ الاسترداد). (NOV, 2020 من، Virtual Reality in Travel and Tourism: https://www.code-brew.com/blog/tag/virtual-reality-in-travel/

Tim Berners-Lee .(2020 ,11 20) .*internet live stats* من، 2020 ,11 20 تاريخ الاسترداد . internetlivestats: https://www.internetlivestats.com/