

ثلاثة اتجاهات للسفر في السوق الدولي للسياحة 2012



شهد السوق الدولي للسياحة الذي اختتم فعالياته مؤخراً في المملكة المتحدة الكشف عن ثلاثة اتجاهات سائدة الآن للسفر في القطاع السياحي العالمي. ويعتبر التركيز على الاتجاهات المهمة للسفر هو أحد أفضل السبل لزيادة الاهتمام والنجاح لدى أية مؤسسة تعمل في قطاع السياحة.

استخدام الهواتف الذكية والتلفاز الذكي

الاهتمام المتزايد بالأجهزة الذكية تم توثيقه جيداً من خلال وسائل الإعلام والخبراء في جميع أنحاء العالم. ومن وجهة نظر اقتصادية، يمكن أيضاً لمبيعات الهواتف الذكية وأجهزة التلفاز الذكية أن ينظر إليها باعتبارها علامة على كيفية تكيف سكان العالم مع هذه التكنولوجيات الجديدة.

وقد أثر هذا الاتجاه أيضاً في قطاع السفر على مستوى العالم. فالتطور الطبيعي لاهتمام الناس بالهواتف الذكية وأجهزة التلفاز الذكية يعني أنهم قد بدأوا استخدامها في احتياجات السفر كذلك. وهذا الاتجاه يمكن الاستفادة منه في قطاع السفر بشكل فعال جداً.

وخير مثال على كيفية استفادة المؤسسات من شعبية الأجهزة الذكية هو استخدام تطبيقات مصممة خصيصاً للتلفاز الذكي تسمح للمستخدمين بمشاهدة برنامج السفر لحجز رحلاتهم على الفور. وبالتالي، يمكن استخدام تأثير الصور المتحركة من قبل المنظمة لتشكيل علاقة عاطفية مع الجمهور المستهدف.

زيادة إمكانية الوصول إلى المواقع المحظورة سابقاً من العالم

المناطق المغلقة سابقاً بمختلف أنحاء العالم بدأت على نحو متزايد تكون في متناول المسافرين المحتملين. على سبيل المثال، كانت دول مثل كوريا الشمالية وميانمار وكوبا خارج حدود اختيارات المسافرين. ومع ذلك، فمع تغير الاتجاهات السياسية في هذه البلدان؛ أصبح من الأسهل للمسافرين المغامرين أن ينظروا لتلك المناطق بجدية أكبر.

وبالإضافة إلى ذلك، تحسن العلاقات الدولية يسهم أيضاً في هذا الاتجاه. ومن الأمثلة الجيدة على ذلك تخفيف الحكومة الأمريكية لشروط الحصول على تأشيرة وتبسيط العملية برمتها لمواطنيها لزيارة كوبا.

وبالمثل، فإن كوريا الشمالية في عام 2010، فتحت حدودها للزوار الدوليين القادمين لأكثر من خمسة أيام فقط. وربما يعتبر المثال الأفضل لتغيير اتجاهات السفر للوجهات التي أصبح الوصول إليها متاحاً هي ميانمار. فتعزز العلاقات الدبلوماسية بين الولايات المتحدة وميانمار قد حسن السياحة لدرجة أنه بحلول عام 2016، من المتوقع أن ترى ميانمار نمواً هائلاً يبلغ 71 في المئة من صناعة السياحة الموجودة لديها.

أهمية القطاعات القائدة مثل نوليوود في نيجيريا

اتجاهات السفر أحياناً ما تقودها أيضاً القطاعات الأخرى وخير مثال على ذلك هو صناعة السينما في نيجيريا "نوليوود". فقد أدى النمو الهائل والتطور الذي مرت به نوليوود في السنوات القليلة الماضية إلى أن تصبح ثاني أكبر صناعة للسينما في العالم من حيث الحجم. فنوليوود يصدر منها حوالي 2000 فيلم كل عام مما يجعلها في المرتبة الثانية بعد صناعة السينما الهندية.

ونوليوود، وفقاً للعديد من خبراء السفر الدوليين، لديها إسهامات كبيرة في تحسين صناعة السياحة في نيجيريا. فقد قدم نمو صناعة السينما في نيجيريا الشتات الأفريقي في الأجزاء الأخرى من العالم. وعلى سبيل المثال، فإن عشاق نوليوود أصبحوا أكثر اهتماماً بالسفر إلى نيجيريا لرؤية مدن الأفلام ومواقع التصوير. وعلاوة على ذلك، حتى عالم الأعمال بدأ يتحسن بدوره بسبب الفرص الاقتصادية التي يقدمها نمو نوليوود.

Date: 2012-11-19

Article link: <https://www.tourism-review.net/trends-from-wtm-2012-news3472>