

التجارب في الوجهات مستقبل السياحة والسفر



دبي: «الخليج»

يسلط سوق السفر العربي الضوء على الدور الحيوي للتجارب في الوجهة، وذلك خلال الجلسة الافتتاحية لمنتدى أرايفال دبي، الذي يجتمع فيه أبرز المتخصصين في قطاع السفر والسياحة والضيافة من جميع أنحاء العالم لاستكشاف الجيل القادم من الاتجاهات والابتكارات للأنشطة السياحية ضمن الوجهة الواحدة.

في عام 2019، حققت تجارب السفر 254 مليار دولار من إجمالي مبيعات الصناعة العالمية، مما جعلها ثالث أكبر قطاع في السفر والسياحة بعد النقل والإقامة، مع ما يقرب من مليون مشغل حول العالم، حيث يشمل المشغلون في هذا القطاع منظمي الجولات والأنشطة والمعالم السياحية والتجارب مع أكثر من 140 فئة أعمال متنوعة تعمل في هذا المجال.

وقد أطلق ما يصل إلى 50 % من أعمالهم التجارية منذ عام 2015 وما يزيد على 70 شركة ناشئة جديدة ضمن الجولات والأنشطة والمعالم السياحية التي حققت 2.6 مليار دولار منذ عام 2017.

وقال دوجلاس كوينبي، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة أرايفال: «قمنا باستطلاع آراء المسافرين حول الأمور الأكثر أهمية بالنسبة لهم عند سفرهم وأعطوا الأولوية لمناطق الجذب والأنشطة والجولات السياحية فوق العوامل

الأخرى، فالتجارب ليست مجرد أشياء يجب القيام بها فحسب، بل إنها أحد أهم الأسباب التي تدفعك للسفر، مما يمثل فرصة مهمة لصناعة السفر والسياحة».

وأضاف كويني: «يعتبر اعتماد التكنولوجيا والاتصال هو التركيز الرئيسي لصناعة الوجهة حيث تنتقل إلى مرحلة جديدة، حيث يقوم المستخدمون بحجز تجارب سفرهم عبر الإنترنت بشكل متزايد، وهو اتجاه يتسارع بشكل كبير منذ بداية الجائحة، لذلك يحتاج القطاع إلى تبني التكنولوجيا والعمل مع مزودي أنظمة الحجز لجعل منتجاتهم أكثر سهولة عبر الإنترنت».

يعمل منتدى أرايفال دبي في معرض سوق السفر العربي على تعزيز إنشاء التجارب السياحية في الوجهة من خلال توفير رؤى ومجتمع لمبدعي وبائعي الجولات والأنشطة والمعالم السياحية.

يقام الحدث لأول مرة في دبي منذ إطلاق النسخة الافتراضية للمعرض في عام 2021، ويبحث في الاتجاهات الحالية والمستقبلية ويركز على تنمية الأعمال من خلال التسويق والتكنولوجيا والتوزيع وقيادة الفكر والاتصالات على المستوى التنفيذي، وقد شملت الموضوعات الأخرى التي تمت مناقشتها في المنتدى الذي استمر ليوم واحد، دور الاستدامة في دفع الأعمال في الوجهة إلى الأمام