



مجلة كلية السياحة والفنادق جامعة مدينة السادات

رابط المجلة

<https://mfth.journals.ekb.eg/>



الاقتصاد البرتقالي ودوره في التنمية السياحية المستدامة: استراتيجية المحيط الأزرق كمتغير وسيط

محمود عبدالمنعم عبداللاه

أستاذ مساعد بقسم الدراسات السياحية كلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات

أمامة سمير حلمي

أستاذ مساعد بقسم الدراسات السياحية المعهد العالي للسياحة والفنادق بالإسكندرية (ايجوث)

الملخص

يهدف البحث إلى استكشاف دور الاقتصاد البرتقالي -الاقتصاد القائم على الصناعات الإبداعية والثقافية في تعزيز التنمية السياحية المستدامة، مع التركيز على استراتيجية المحيط الأزرق كمتغير وسيط. ولتحقيق ذلك تم قياس متغير الاقتصاد البرتقالي من خلال أربعة أبعاد رئيسية هي القيمة الثقافية، ورأس المال، و الابتكارات، والملكية الفكرية، كما تم قياس متغير استراتيجية المحيط الأزرق من خلال الأبعاد التالية (خلق مساحات سوقية جديدة، وتقليل المنافسة غير المجدية، والابتكار في القيمة المقدمة، وتعظيم القيمة المضافة للعمل)، وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات التي تم جمعها من عينة حجمها 441 مفردة تشمل وكالات السياحة والسفر، الفنادق، منظمات إدارة الوجهات السياحية، الحكوميين، العاملين بالصناعات الإبداعية والثقافية، وأطراف أخرى ذات علاقة بقطاع السياحة. كما تم استخدام المنهج الاستكشافي لفهم العلاقات المعقدة بين المتغيرات وتحديد العوامل المؤثرة في ديناميكيات الاقتصاد البرتقالي والتنمية السياحية المستدامة، وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج AMOS و Smart PLS لإجراء تحليل المسار ونمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) لاختبار الفرضيات، وقد كشفت النتائج أن الاقتصاد البرتقالي يلعب دوراً محورياً في تعزيز التنمية السياحية المستدامة، حيث ساهمت أبعاده في خلق قيمة مضافة للوجهات السياحية. كما أظهرت النتائج أن استراتيجية المحيط الأزرق تعمل كمتغير وسيط فعال، حيث ساهمت أبعادها (خلق مساحات سوقية جديدة، تقليل المنافسة، الابتكار، وتعظيم القيمة المضافة) في تحسين الاستدامة الاقتصادية والبيئية والاجتماعية للسياحة، ومن ثم التأكيد على ضرورة تبني استراتيجيات تعزز التكامل بين الاقتصاد البرتقالي والسياحة المستدامة، مع التركيز على تطبيق استراتيجية المحيط الأزرق لخلق فرص جديدة في السوق. كما أبرزت نتائج البحث على أهمية تعزيز التعاون في دعم الصناعات الإبداعية وتمكينها من لعب دور أكبر في التنمية السياحية. وتوصي الدراسة صناع القرار بالوجهات السياحية بضرورة تبني الاقتصاد البرتقالي والاستفادة من الامكانيات الثقافية، والأنشطة الإبداعية الكامنة في الوجهات السياحية المصرية، من خلال استراتيجيات المحيطات الزرقاء كنموذج عمل، وهو ما يحقق تميز وتفرّد المقصد السياحي، ومن ثم يجب تثقيف وتدريب العاملين بالوجهات السياحية حول تلك المفاهيم وتلك الاستراتيجيات.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد البرتقالي، التنمية السياحية المستدامة، استراتيجية المحيط الأزرق، الصناعات الإبداعية.

الترقيم الدولي الموحد
للطباعة:

2537-0952

الترقيم الدولي الموحد
الإلكتروني:

3062-5262

DOI:

10.21608/MFTH.2
025.433752

The Orange Economy and its role in sustainable tourism development: The Blue Ocean Strategy as a mediating variable

Mahmoud AbdElmonem AbdEllah

Associate Professor, Tourism Studies Department, Faculty of Tourism and Hotels University of Sadat City

Omama Samir Helmy

Associate Professor, Tourism Studies Department, The Higher Institute of Tourism and Hotels in Alexandria (EGOTH)

ABSTRACT

The research aims to explore the role of the orange economy - an economy based on creative and cultural industries in enhancing sustainable tourism development, focusing on the Blue Ocean Strategy as a mediating variable. To achieve this, the Orange Economy variable was measured through four main dimensions: cultural value, capital, creativity and innovation, and intellectual property, and the Blue Ocean Strategy variable was measured through creating new market spaces, reducing useless competition, innovating the value offered, and maximizing the added value of the customer. The paper used a descriptive analytical approach to analyze the data collected from a sample size of 441 respondents, including travel and tourism agencies, hotels, destination management organizations, government officials, creative and cultural industries, and other stakeholders related to the tourism sector. An exploratory approach was used to understand the relationships between variables and identify the factors influencing the dynamics of the orange economy and sustainable tourism development. The data was analyzed using AMOS and Smart PLS to conduct path analysis and Structural Equation Modeling (SEM) to test the hypotheses. The results revealed that the Orange Economy plays a pivotal role in promoting sustainable tourism development, as its dimensions contributed to creating added value for tourist destinations. The results also showed that the Blue Ocean Strategy is an effective mediating variable, as its dimensions (creating new market spaces, reducing competition, innovation, and maximizing added value) contributed to improving the economic, environmental and social sustainability of tourism, thus emphasizing the need to adopt strategies that strengthen the integration between the orange economy and sustainable tourism, with a focus on applying the Blue Ocean Strategy to create new market opportunities. It also emphasizes the importance of enhancing cooperation in supporting creative industries and enabling them to play a wider role in tourism development. The article recommends that tourism actors should adopt the orange economy and capitalize on the cultural potential and creative activities inherent in Egyptian tourist destinations, through Blue Ocean strategies as a business model, which achieves the uniqueness of the tourist destination, and then it is necessary to educate and train tourism workers on these concepts and strategies.

KEYWORDS

Orange Economy, Sustainable Tourism Development, Blue Ocean Strategy, Creative Industries, Cultural.

Printed ISSN:
2537-0952

Online ISSN:
3062-5262

DOI:
10.21608/MFT
H.2025.433752

مقدمة

أغفل الفكر الاقتصادي التقليدي دور الثقافة في تحقيق التنمية الاقتصادية، وفي القرن الحادي والعشرين تزايد الاعتراف بالموهب البشرية والابداع كمحرك للتنمية، ومن ثم أصبحت الصناعات الثقافية والابداعية محرك اقتصادي قوي، وهو ما يمكن التعبير عنه اصطلاحاً بالاقتصاد البرتقالي (فهمي، 2024). وقد شهد الاقتصاد البرتقالي اهتماماً عالمياً متزايداً باعتباره محركاً حيويًا للنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، لا سيما في المناطق النامية (Rodriguez-Insuasti et. al, 2022; Zaldívar, 2022)، حيث يمثل 6.2% من إجمالي الوظائف، ويساهم بأكثر من 3% في الناتج المحلي الإجمالي العالمي سنوياً (UNESCO, 2021)، وعلى الرغم أن صناعة السياحة أحد الأعمدة الرئيسية في الاقتصاد العالمي، حيث تساهم في الناتج المحلي الإجمالي، وتوفر فرص عمل، وتدفع نحو تطوير البنى التحتية، وتدعم الحفاظ على التراث الثقافي والطبيعي (Li et. al, 2018). ومع ذلك، يواجه هذا القطاع تحديات جمة في تحقيق الاستدامة، تشمل الآثار البيئية كاستنزاف الموارد والتلوث والسياحة المفرطة (Taiminen, 2018)، والتحديات الاجتماعية والثقافية مثل تآكل الهوية المحلية والتوزيع غير العادل للمنافع، بالإضافة إلى التحديات الاقتصادية كالنسب المالي والاعتماد المفرط على السياحة (Damjanović, 2021)، ومن هنا برزت الحاجة إلى نماذج تنموية مبتكرة تتجاوز الأطر التقليدية (بن خليفة & لخداري، 2017)، ومن ثم برز أهمية الاقتصاد البرتقالي الذي يلعب دوراً محورياً في تشكيل هوية الوجهات السياحية، مما يدفع النمو الاقتصادي من خلال تبني وتعزيز التراث الثقافي الفريد للوجهات السياحية، فمن خلال الفنون، والحرف اليدوية، والموسيقى، والمهرجانات، الأمر الذي يمكن الوجهات السياحية أن تثنى صلة قوية بين ماضيها وحاضرها ومستقبلها (Agarwal, 2024).

ونظراً لأن السياحة تمثل 10% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي وواحدة من كل عشر وظائف على مستوى العالم، غالباً ما ترتبط الصناعات الإبداعية بالسياحة، فمواقع التراث الثقافي تعمل كمحاور لتوسع السياحة وخلق فرص العمل (Flew, 2010)، وعلى الرغم من أهمية صناعة السياحة بالنسبة للاقتصاد المصري، كأحد المصادر الهامة للدخل القومي، وتوليد فرص العمل، إلا أن قطاع السياحة المصري لا يزال يعاني من تحديات مرتبطة بنماذج السياحة التقليدية، والتي تفرض العديد من التحديات البيئية والاجتماعية على الوجهات السياحية المصرية، والتي تجعلها أكثر عرضة للأزمات والصدمات الخارجية (Helmy, 2004)، إضافة إلى افتقار تلك الوجهات السياحية إلى التميز التنافسي المستدام (Mady et. Al, 2022)، ومن ثم برزت الحاجة الملحة إلى تبني هياكل تدعم الابتكار (Kamel & Rizk, 2019)، وخلق القيمة، من خلال التراث الثقافي المتنوع في مصر لتحقيق التنمية السياحية المستدامة (Khalil, et. Al, 2017; Richards & Bartos, 2014).

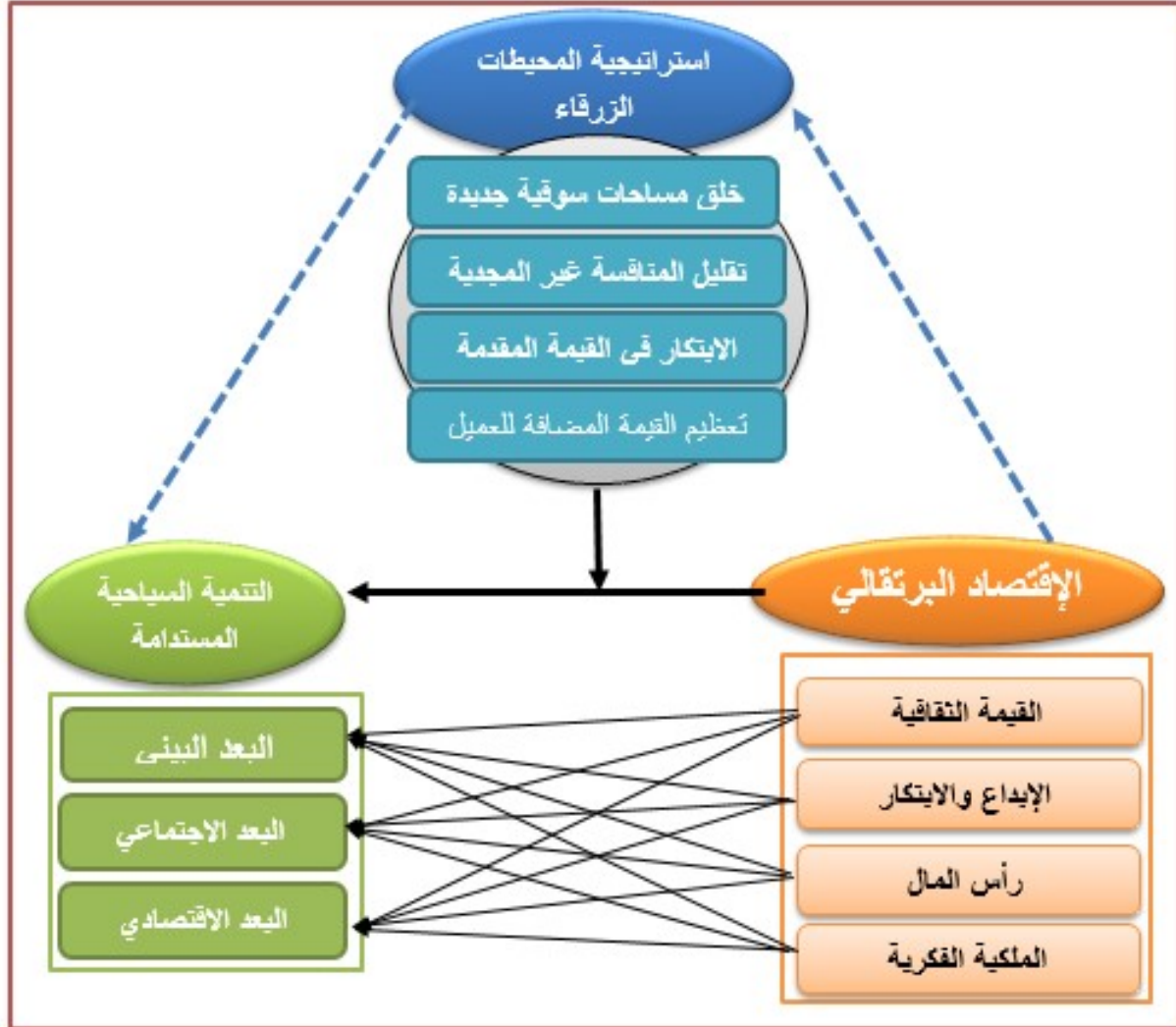
على الرغم من أهمية صناعة السياحة في الاقتصاد العالمي، واقتصاديات الكثير من دول العالم، إلا أن هذه الأهمية لم تمنع من أن يكون عرضه للأزمات الاقتصادية، إضافة إلى أن التوسع في صناعة السياحة عالمياً قد يأتي على هوية المجتمعات السياحية، الأمر الذي دفع الباحثين إلى التساؤل عن مدى تهميش البعد الثقافي في المقصد السياحي المصري، ومن ثم تكمن مشكلة البحث في القصور الواضح في فهم وتقدير الكيفية التي يمكن بها للاقتصاد البرتقالي أن يساهم بفاعلية في دفع عجلة التنمية السياحية المستدامة في مصر، مع التركيز على الدور المحوري الذي يمكن أن تلعبه استراتيجية المحيط الأزرق كمتغير وسيط في هذه العلاقة، إضافة إلى كيف يمكن للصناعات الإبداعية والثقافية والتراثية الغنية في مصر، والممثلة في الاقتصاد البرتقالي، أن تخلق قيمة سياحية فريدة ومستدامة بيئياً واجتماعياً؟.

فالدراسات السابقة غالباً ما تُعالج هذه المفاهيم بمعزل عن بعضها البعض، أو لا توضح بدقة المسار الذي تنتقل عبره مساهمات الاقتصاد البرتقالي إلى تحقيق استدامة سياحية حقيقية، ومن ثم تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة المعرفية من خلال استكشاف كيفية قيام استراتيجية المحيط الأزرق، بآلياتها المتمثلة في ابتكار قيمة سياحية جديدة وغير متنافس عليها، بتمكين الاقتصاد البرتقالي من تجاوز حدود المنافسة التقليدية، وبلورة تجارب سياحية أصيلة ومبتكرة لا تُثقل على الموارد البيئية أو الثقافية، وتوزع منافعها بشكل أكثر عدالة على المجتمعات المحلية،

الأمر الذي قد يزود صانعي السياسات السياحية في مصر برؤى استراتيجية لتعزيز التنوع السياحي، وبناء قطاع سياحي أكثر مرونة وتنافسية واستدامة، ومن ثم يهدف هذا البحث الى التعرف علي مفهوم الاقتصاد البرتقالي، وركائزه في صناعة السياحة، والدور الذي يلعبه في التنمية السياحية المستدامة، اضافة الي دوره في الحفاظ علي التراث الثقافي المادي وغير المادي، وقياس اثر تبني استراتيجيات المحيطات الزرقاء في العلاقة ما بين الاقتصاد البرتقالي والتنمية السياحية المستدامة.

نموذج البحث

يفترض النموذج وجود تفاعل بين الاقتصاد البرتقالي، واستراتيجيات المحيطات الزرقاء، والتي من خلال أبعادها الفرعية تؤثر في التنمية السياحية المستدامة، ويوضح الشكل (1) نموذج البحث المقترح



وقد تم تصميم نموذج البحث اعتمادا علي: (Angelini & Castellani, 2019; Alam & Islam, 2017; Einarsson, 2016; Jaya, 2001; Kim, 2005; Niedziółka, 2014; Parameswara et. al, 2021; Streimikiene et. al, 2021)

تشخيص النموذج

يتكون النموذج النظري من مجموعة من العلاقات السببية المفسرة لطبيعة الاقتصاد البرتقالي، ضمن هذا النموذج الذي يسمى أيضا بنموذج التحليل، وتكون كل علاقة مدعمة بفرضية مرتكزة على إطار نظري. يتكون

النموذج العام للبحث من أربعة متغيرات كامنة (Latentes) مستقلة، وتمثل في القيمة الثقافية، والابداع والابتكار، ورأس المال، والملكية الفكرية، بالإضافة الي استراتيجيات المحيطات الزرقاء، والتنمية السياحية المستدامة، أما المتغيرات الظاهرة (Manifestes) فهي تتعلق بالعبارات المكونة للمتغيرات الكامنة. بناءً على نموذج البحث تم صياغة الفروض التالية:

- H₁ : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين تبني الجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي والتنمية السياحية المستدامة.
- H₂ : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لاستراتيجيات المحيطات الزرقاء في تعزيز التنمية السياحية المستدامة.
- H₃: يوجد تأثير وسيط لاستراتيجيات المحيطات الزرقاء بين تبني الجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي والتنمية السياحية المستدامة.

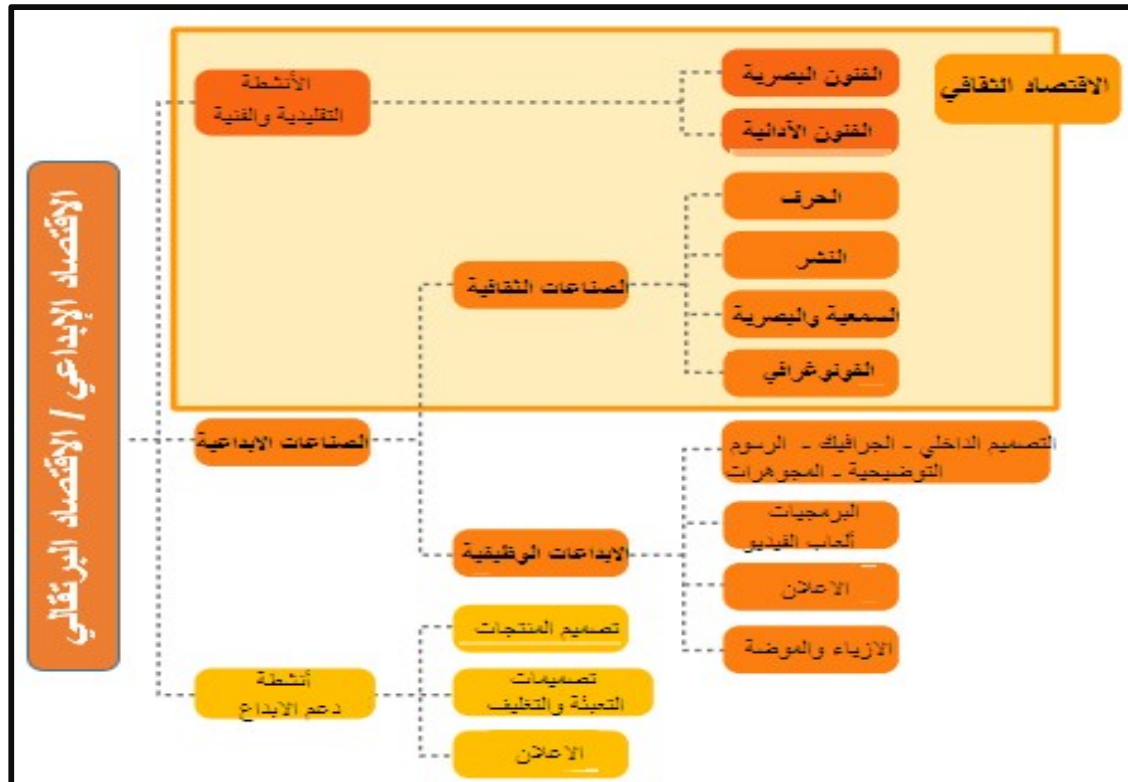
الإطار النظري الاقتصاد البرتقالي

يشير مفهوم الاقتصاد البرتقالي إلى مجموعة من الأنشطة الاقتصادية ذات الأصول الثقافية والإبداعية والتي يتمثل الهدف الرئيسي منها في إنتاج، أو إعادة إنتاج، أو ترويج، أو توزيع، أو تسويق السلع والخدمات والأنشطة ذات المحتوى الثقافي أو الفني أو التراثي، ومن الخصائص الرئيسية لهذه القطاعات أن خدماتها ومنتجاتها تعتمد على الموهبة والابداع و الأصول الفكرية كمدخلات رئيسية (فهيم، 2024)، ويرجع السبب وراء اللون البرتقالي للتعبير عن الأنشطة الاقتصادية ذات الأصول الثقافية والإبداعية أن اللون البرتقالي يرتبط عادة بالثقافة والهوية، والابداع، وذلك في مختلف الحضارات والثقافات؛ ففي العصور القديمة، استخدم الفنانون المصريون القدماء بكثرة صبغة برتقالية مصنعة من كبريت الزرنيخ في الكتابات الهيروغليفية والزخارف والرسوم والنقوش على مقابر الفراعنة، كذلك في التقاليد العربية، يرمز اللون البرتقالي إلى الترفيه حيث كانت ملابس ديونيسيوس (باخوس) إله المسرح، والابتهاج، والمرح في الحضارة اليونانية والرومانية برتقالية اللون. (أبو غازي، 2021).

كما يشير مفهوم الاقتصاد البرتقالي أيضا الي مساهمة الأصول الثقافية والإبداعية وإمكاناتها في النمو والتنمية الاقتصادية (UN, 2008)، ومن ثم فإن الاقتصاد البرتقالي يستخدم للإشارة والتعبير عن الثروة الهائلة من الأفكار الإبداعية، والتراث الثقافي، والملكية الفكرية (Banks, 2018; Restrepo & Márquez, 2013) وعلي الرغم من أن كلا من مصطلحات الاقتصاد البرتقالي والاقتصاد الإبداعي يستخدمان بشكل مترادف، إلا أن مفهوم الاقتصاد الإبداعي يستخدم كمفهوم يركز علي الأشخاص والمؤسسات والمجتمعات التي تحول المهارات والمعرفة والأفكار الثقافية إلى سلع وخدمات وأماكن منتجة اقتصاديًا. بينما يركز الاقتصاد البرتقالي بشكل خاص على الإبداع والملكية الفكرية (Castillo & Montiel Ariza, 2019)، كما يشير Howkins (2002) الي اعتماد الاقتصاد الإبداعي بشكل رئيسي علي الخيال الإبداعي لزيادة قيمة الفكرة، وأن القيمة تستند إلى الصفات الخيالية الجديدة بدلاً من الموارد التقليدية، وهذه الأفكار تقوم عليها الصناعات الإبداعية من خلال دورات الابداع والانتاج للسلع والخدمات التي تقوم عليها (UNCTAD, 2024; Pratt, 2021)، وهو ما يشكل الاقتصاد البرتقالي، والذي يمكن التعبير عنه بأنه مجموعة الأنشطة المترابطة التي يتم من خلالها تحويل الأفكار إلى سلع وخدمات ثقافية تكون قيمتها محمية أو قابلة للحماية بموجب حقوق الملكية الفكرية (Buitrago & Márquez, 2013).

نطاق وقطاعات الاقتصاد البرتقالي

يشتمل الاقتصاد البرتقالي على نطاق واسع من الأنشطة مثل الفنون والموسيقى والأفلام والتصميم والتكنولوجيا والإعلان والحرف اليدوية والتراث الثقافي والسياحة (Benavente & Grazi, 2017; Osuna, 2024) غالبًا ما يتم تصنيفه ليشمل الصناعات الإبداعية والصناعات الثقافية والفنون والتراث، وتتضمن الأمثلة الموسيقى والفنون البصرية وفنون الأداء والسياحة البيئية والحرف اليدوية والمنتجات التقليدية (Seddeek & Amin, 2025)، ويمكن الهدف الأساسي لهذه الأنشطة في إنتاج أو إعادة إنتاج أو ترويج أو توزيع أو تسويق السلع والخدمات والأنشطة التي تستمد محتواها من أصول ثقافية أو فنية أو تراثية (UNDP & UNESCO, 2013)



شكل (2) نطاق وقطاعات الاقتصاد البرتقالي

Source: Benavente & Grazzi (2017).

كما يتضح من الشكل (2) أن الاقتصاد البرتقالي يتكون من ثلاثة أعمدة رئيسية هي (الأنشطة التقليدية والفنية، والصناعات الإبداعية، وأنشطة دعم الإبداع)، كما يتضح أيضا أن الاقتصاد الثقافي يشكل جزءا من الاقتصاد البرتقالي، حيث يتكون الاقتصاد الثقافي من الأنشطة التقليدية والفنية، والصناعات الثقافية.

الاقتصاد البرتقالي والتنمية السياحية المستدامة

تقدر اليونسكو أن الاقتصاد البرتقالي يساهم بنحو 3.1% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، مؤلداً 4.3 تريليون دولار من الإيرادات ومحدثاً ما يقرب من 50 مليون وظيفة (UNESCO, 2021)، ووفقاً لتقديرات مجموعة العشرين "G20" فإن مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي العالمي قد تمثل نحو 10% بحلول عام 2030، كما تتوقع شركة "Deloitte" العالمية أن معدل نمو الصناعات الإبداعية قد يبلغ نحو 40% بحلول عام 2030. ووفقاً لتقديرات الأمم المتحدة تمثل الصناعات الإبداعية 1.3% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي حتى عام 2023، وتولد عائدات سنوية تزيد على 2 تريليون دولار، وتمثل ما يقرب من 50 مليون وظيفة في أنحاء العالم جميعاً، كما توظف هذه الصناعات عدداً أكبر من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و29 عاماً مقارنة بأي قطاع آخر (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2024)، كما أن الصناعات الثقافية والإبداعية تمثل 2.6% من العمالة العالمية (UNESCO, 2022)، ووفقاً لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد، 2008)، فإن إحدى طرق تعزيز التنمية الشاملة والمستدامة في البلدان النامية هي البحث عن التكنولوجيا والثقافة وتكييفهما كمحركين للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال استهلاك السلع الثقافية الممثلة في الرموز، والتمثيلات التصويرية، والكتابات، والموسيقى والأصوات النموذجية لكل منطقة، ومن خلال توحيد الثقافة والإبداع والتكنولوجيا والابتكار والاقتصاد، يمكن تهيئة الظروف اللازمة لزيادة مساهمة القطاع الإبداعي في الناتج المحلي الإجمالي، وتوليد فرص عمل للسكان المستبعدين بخلاف ذلك، مع تعزيز التنوع العرقي والثقافي (Osuna, 2024).

التنمية السياحية المستدامة تُعرف بأنها التنمية التي تراعي بشكل كامل أثارها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الحالية والمستقبلية، وتلبي احتياجات الزوار والصناعة والبيئة والمجتمعات المضيفة (Murphy & Price, 2012)، ومن ثم فإن التنمية السياحية المستدامة تسعى إلى تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي للسياحة، والحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية، واحترام الثقافة والتقاليد المحلية، وتحقيق المنفعة الاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات المضيفة على المدى الطويل (Shekhar, 2024) وتؤكد El-emam & Eyada (2023) على أن الاقتصاد البرتقالي يمثل أداة فعالة لتعزيز الاستدامة في قطاع السياحة، ومن ثم الإسهام في تحقيق الرفاهية للمجتمعات المحلية مع الحفاظ على تراثها الثقافي الفريد، ليس هذا فحسب بل ان الوجهات السياحية إلى تمييز نفسها من خلال إضافة منتجات إبداعية غير ملموسة إلى الأشكال التقليدية للسياحة القائمة على عوامل الجذب المادية بهدف خلق قيمة اقتصادية، كما أن توجه السائحين نحو الاستهلاك القائم على التجربة يخلق تازراً طبيعياً مع الاقتصاد البرتقالي، الذي يؤكد على أهمية المنتجات السياحية الثقافية والإبداعية الفريدة (Seddeek, & Amin, 2025). ومن ثم دعم وتعزيز الانغماس الثقافي وتعزيز المعرفة والمشاركة النشطة للزوار في الثقافة المحلية (Finlev et. al, 2017). ومن ثم فإن الأصول الثقافية والإبداعية تعزز جاذبية وتنافسية واستدامة الوجهات السياحية، وتساهم في الطابع والهوية الفريدة للمكان، فالصناعات الإبداعية تقدم للوجهات السياحية مزايا مباشرة مثل خلق فرص العمل وتحسين البنية التحتية (Juan & Terzić, 2017; Parameswara, 2023)، وقد تم صياغة أهداف التنمية المستدامة (SDGs) مع الأخذ في الاعتبار الاقتصاد البرتقالي، مما أدى إلى إدراجها بشكل أساسي في الهدف 8، وضمنياً في الأهداف 9 و 11 و 12 و 17 (UNCTAD, 2021) وما لا شك فيه أن تبني الوجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي يتوافق مع أهداف التنمية المستدامة، حيث أنها تعزز الهويات الثقافية وتحفز خلق فرص العمل في القطاعات غير القابلة للنقل (Woyo & Woyo, 2018)، وتساهم في تحقيق قدر أكبر من العدالة الاجتماعية واحترام البيئة وتحسين الرفاهية الاقتصادية للسكان في عصر يتزايد فيه الوعي البيئي والاجتماعي (UNESCO. 2024)، ويمكن أن يؤدي دمج العناصر الثقافية والإبداعية إلى نموذج سياحي أكثر مسؤولية (Osuna, 2024; Richards & Raymond, 2000)، ف بجانب الحفاظ على الموارد البيئية، فإن إحدى عوامل الجذب الرئيسية لأنشطة الاقتصاد البرتقالي هي أنها يمكن أن تساعد البيئة أيضاً من خلال تعزيز الممارسات الخالية من الكربون (Seddeek & Amin, 2025). اقتصادياً تساعد استدامة النشاط الاقتصادي وتطوير فرص العمل للسكان المحليين في الحفاظ على الاقتصاد الوجهة السياحية، وخفض معدلات البطالة، أما اجتماعياً، فأنشطة الاقتصاد البرتقالي تضمن حماية التراث، والقيم. مع محاولة الاستفادة منها من خلال الأنشطة المتعلقة بالسياحة، والتي تحافظ على استدامتها، وذلك في إطار مجموعة من الهياكل المؤسسية التي تسعى إلى تعزيز وتكثيف هذه الأنشطة مع التمسك بقيم ومثل المجتمع (Seddeek & Amin, 2025) يلعب التراث الثقافي بكل من أشكاله المادية وغير المادية دوراً أساسياً في الاقتصاد البرتقالي، حيث يوفر المواد الخام والإلهام والقيم الفريدة للصناعات الإبداعية والتي تشمل الحرف اليدوية والمتاحف والمعارض والمواقع الأثرية، إضافة إلى التراث غير المادي مثل فن الطهي والمهرجانات. تؤكد دراسة أخرى على أن الحرف اليدوية، مثل المنسوجات اليدوية البالية، هي وسيلة للحفاظ على التراث الثقافي غير المادي وتعزيزه، علاوة على ذلك، يشير أحد المصادر إلى أن الاقتصاد البرتقالي يدمج الفنون والتراث الثقافي (المادي وغير المادي) والصناعات الثقافية والإبداعات الوظيفية نحو المؤسسة الاجتماعية. وتوضح أن الأصول الثقافية تشمل الحرف التقليدية وفنون الأداء والتراث الثقافي غير المادي المعترف به من قبل اليونسكو واللغات المتنوعة والمهرجانات والطقوس (Malavera, et. al, 2021; Parameswara, 2021)، تجمع السياحة البرتقالية بين الانغماس الثقافي وتعزيز المعرفة وتفاعل ومشاركة السائحين في الأنشطة المختلفة، ومن ثم تجاوز الاستهلاك السلبي، والانغماس بنشاط في الثقافة المحلية، مثل (الإقامة في المجتمعات المحلية - المشاركة في ورش عمل الحرف اليدوية - حضور دروس الموسيقى التقليدية - تعلم تقنيات الطهي المحلية) ومن ثم فإن تبني الوجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي يعتمد على المشاركة النشطة والأصالة كعوامل رئيسية للسياحة البرتقالية أو الإبداعية (Ortiz et. al, 2025)

الاقتصاد البرتقالي واستراتيجيات المحيطات الزرقاء

تعتبر استراتيجية المحيط الأزرق (Blue Ocean Strategy) عن التوجه نحو خلق مساحات سوقية جديدة غير مأهولة بالمنافسين من خلال تقديم قيمة مبتكرة للعملاء (Chan & Mauborgne, 2005)، بما في ذلك صناعة السياحة والسفر التي تتميز بديناميكيته وتطورها المستمر (Utami et. al, 2020)، ومن ثم فإن الركيزة الأساسية لهذه الاستراتيجية تتمثل في ابتكار القيمة (Value Innovation)، والذي يعني السعي المتزامن لتحقيق التمايز وخفض التكلفة. فبدلاً من الاختيار بين تقديم قيمة أكبر بتكلفة أعلى أو قيمة معقولة بتكلفة أقل، تعمل الشركات التي تتبنى استراتيجية المحيط الأزرق على كسر هذه المفاضلة التقليدية من خلال إعادة تعريف عناصر المنتج أو الخدمة، وإلغاء أو تقليل العوامل التي لا يقدرها العملاء بشكل كبير، وزيادة أو خلق عوامل جديدة تقدم قيمة فريدة، وعلى العكس من ذلك، تجانس المنتج السياحي في الوجهات السياحية يخلق منافسة شرسة بين الوجهات السياحية، وتبني استراتيجية المحيطات الزرقاء تمثل أحد الحلول القوية لتقديم منتج سياحي فريد (Guo & Liu, 2022)، الأمر الذي يتقاطع مع ركائز الاقتصاد البرتقالي الذي يعتمد على الابتكار، والثقافة والتراث. كما أن ابتكار القيمة هو مفتاح خلق أسواق جديدة في صناعة السياحة من خلال تقديم تجارب فريدة تلبي الاحتياجات النفسية والاجتماعية للعملاء، مع تحقيق قيمة متميزة لهم وللجهات المقدمة للخدمة على حد سواء الأمر الذي إعادة التفكير في العروض السياحية التقليدية والتركيز على تقديم شيء جديد ومختلف يخلق طلباً جديداً بدلاً من التنافس على الطلب الحالي (Guo & Liu, 2022). ومن الجدير بالذكر أن الأصول الثقافية تعزز جاذبية وتنافسية واستدامة الوجهات السياحية (Seddeek & Amin, 2025) وتساهم في الطابع والهوية الفريدة للمكان (Parameswara, 2023)، كما أن قدرة الأصول الثقافية والإبداعية على تمييز الوجهات من الأمور الهامة في سوق السياحة العالمي، لا سيما أن الاستفادة من هذه الأصول تخلق قطاع سياحي أكثر مرونة واستدامة (Salazar, 2010)، ويؤكد Poullos (2015) على أهمية تبني استراتيجية المحيط الأزرق في مجالات التراث الثقافي، بهدف التغلب على النماذج الفكرية السائدة، واقتراح مناهج بديلة، مثل "تهج التراث الحي"، كشكل من أشكال الابتكار الاستراتيجي، وفي ضوء استراتيجية المحيطات الزرقاء يتم إعادة تعريف التجربة التراثية من خلال تقديم منتج سياحي ثقافي مبتكر، وتصميم منتجات تجذب فئات جديدة من السائحين بدلاً من التنافس على السائحين الحاليين، التكامل مع قطاعات أخرى لاستكشاف أبعاد ثقافية جديدة، ولتحقيق ذلك تعتمد استراتيجية المحيطات الزرقاء الأبعاد الأربعة (الاستبعاد - Eliminate - التقليل - Reduce - الزيادة - Raise - الخلق - Create) (Chan & Mauborgne, 2005).

تبني الوجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي واستراتيجيات المحيطات الزرقاء

إن العلاقة بين الاقتصاد البرتقالي والتنمية المستدامة أمر بالغ الأهمية في عصر يتزايد فيه الوعي البيئي والاجتماعي، ومن خلال تبني الوجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي تصبح الأنشطة السياحية أداة للتنمية المستدامة، بما يتوافق مع معظم أهداف التنمية المستدامة، ويمكن أن يؤدي دمج العناصر الثقافية والإبداعية إلى نموذج سياحي أكثر مسؤولية، وينتج عن ذلك (Osuna, 2024):

- تعزيز الهويات الثقافية: حيث يعمل الاقتصاد البرتقالي كآلية حيوية لحماية التراث الثقافي من خلال أنشطة للحفاظ على الهوية الثقافية وحماية التراث الثقافي غير المادي وتعزيزه، مثل الحرف اليدوية التقليدية، وتساعد في الحفاظ على التقاليد الثقافية حية وضمان انتقالها إلى الأجيال القادمة، من خلال توفير قيمة اقتصادية للممارسات والمنتجات الثقافية، وبالتالي خلق الطلب اللازم لتحفيز استمرارها (Seddeek, & Amin, 2025; Parameswara et. al, 2021).
- تحفيز خلق فرص العمل في القطاعات غير القابلة للنقل: حيث يدفع تبني الوجهات السياحية لنماذج الاقتصاد البرتقالي الي توجيه الاستثمارات نحو تطوير وترميم المواقع التراثية، وإنشاء متاحف التفاعلية، المسارح المفتوحة، المراكز الفنية والحرفية، والمنشآت السياحية الصديقة للبيئة، ومن ثم خلق الطلب على عمالة متخصصة في الترميم، إدارة الفعاليات الفنية والثقافية، وإنتاج المحتوى الإبداعي، وخلق سلاسل قيمة محلية قائمة على الإبداع (World Bank, 2021)

- تحقيق قدر أكبر من العدالة الاجتماعية واحترام البيئة وتحسين الرفاهية الاقتصادية للسكان: حيث أن تبني الجهات السياحية لهياكل الاقتصاد البرتقالي يعزز من التكافؤ في فرص العمل بين الجنسين، حيث يميل إلى تفضيل مشاركة المرأة مقارنة بالصناعات التقليدية، وتعمل العديد من النساء في الفنون والحرف اليدوية وتنظيم الأنشطة الثقافية (Times, 2015)
- منتج سياحي متفرد: تساهم أنشطة الاقتصاد البرتقالي في أصالة وتفرد التجارب السياحية، ويسعى السياح بشكل متزايد إلى تجارب أصيلة وانغماس ثقافي، تقدم السياحة البرتقالية "أصالة وجودية" من خلال السماح للسياح بالتواصل مع المجتمع المحلي والحياة اليومية (Martins, 2016; Matteucci et. al, 2022) إن الطلب على التجارب السياحية الأصيلة يضع الاقتصاد البرتقالي كمزود رئيسي لهذه التجارب من خلال تركيزه على الثقافة والإبداع المحليين (Rickly, 2019). وعلى الرغم من هذه الفوائد إلا أن هناك سمة تحديات قد تواجه الاقتصاد البرتقالي، مثل التحديات المحتملة خطر تسليع الثقافة وفقدان الأصالة إذا لم تتم إدارتها بمسؤولية، في حين أن الاقتصاد البرتقالي يعزز السياحة الثقافية، فإن التخطيط الدقيق وإشراك المجتمع ضروريان لتجنب الآثار السلبية على التراث الثقافي وضمان استفادة السكان المحليين من السياحة، واحترام القيم الثقافية (Kukreja, 2022).

مبادرات الاقتصاد البرتقالي في السياحة

- 1- مركز القرنة بمحافظة الأقصر، مصر
تم إنشاء مركز القرنة في الأقصر كمشروع يهدف إلى دمج المجتمع المحلي في الصناعات الإبداعية من خلال الحرف اليدوية والفنون التراثية، اعتماداً على تدريب الحرفيين على صناعات تقليدية مثل النحت والنسيج، جذب السياح لتجربة صناعة المنتجات يدوياً، وربط التراث الفرعوني بالاقتصاد الإبداعي، وقد نتج عن ذلك زيادة دخل الحرفيين بنسبة 40%، إضافة تحويل الأقصر إلى وجهة للسياحة الثقافية الإبداعية (اليونسكو، 2019 : وزارة السياحة والآثار، 2020).
- 2- مدينة الفخار في ركويرا ب كولومبيا (Ráquira - Colombia)
تشتهر ركويرا بـ "مدينة الفخار"، حيث تعتمد على الحرف اليدوية في جذب السياح، من خلال أعداد ورش عمل تفاعلية للسياح لتعلم صناعة الفخار، إضافة إلى إقامة مهرجانات فنية سنوية مثل "Fiesta de la Loza"، وينتج عن هذه الأنشطة دمج السكان المحليين في سلسلة القيمة السياحية، الأمر الذي حقق عائدات سياحية، إضافة إلى خفض معدلات الهجرة من الريف بسبب توفير فرص عمل (BID, 2021; Colombia Ministry of Culture, 2020).
- 3- الأنشطة الإبداعية في منطقة البحر الكاريبي (ترينيداد وتوباغو، جامايكا)
- 4- أقامت الجهات السياحية بمنطقة الكاريبي العديد من الأنشطة السياحية الإبداعية والثقافية مثل مهرجانات الموسيقى، وورش الفنون الكاريبية، والمتاحف الحية، والتي تهدف إلى تعزيز التراث اللامادي لمنطقة الكاريبي مثل (كرنفال ترينيداد - ورش النحت والرسم - متاحف تاريخ العبيد والتراث الأفريقي)، وكانت من نتائج تلك الفاعليات تنويع الاقتصاد، وزيادة عدد السائحين بنسبة 25% في جامايكا (Caribbean Tourism Organization, 2021; UNWTO, 2022).
- 5- معارض الحرف اليدوية فلورنسا، إيطاليا
حيث تم إقامة معارض للحرق اليدوية في القصور التاريخية في "Artigianato e Palazzo"، الأمر الذي نتج عنه جذب سائحين ينفقون ثلاثة أضعاف انفاق السائح التقليدي (Fondazione, 2019)
- 6- وكالة بالي للاقتصاد الإبداعي بالي، إندونيسيا
حيث تم إقامة وكالة بالي للاقتصاد الإبداعي لدعم الحرف والفنون التقليدية، وكان نتيجة ذلك الحفاظ على التراث غير المادي لبالي، والمساهمة في اقتصاد الجزيرة بحوالي 30% (Bali Creative Economy Agency, 2022; World Bank, 2021).

7- جولات في استديوهات سانتا، الولايات المتحدة الأمريكية
حيث تم تقديم جولات فنية للسائحين في استديوهات "Santa Fe Art Walk" للتعرف أكثر علي المدينة والأنشطتها الثقافية والفنية، وقد نتج عند ذلك زيادة في الإيرادات الفنية بنسبة 50% (NEA, 2023).

منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف متغيرات البحث، كما تم الاعتماد علي المنهج الاستكشافي لفهم العلاقات المعقدة بين المتغيرات وتحديد العوامل المؤثرة في ديناميكيات الاقتصاد البرتقالي والتنمية السياحية المستدامة، وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج ، AMOS و Smart PLS لإجراء تحليل المسار ونمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) لاختبار الفرضيات.

مجتمع وعينة البحث

يتمثل مجتمع البحث في العاملين بوكالات السياحة والسفر، الفنادق، منظمات إدارة الوجهات السياحية، الحكوميين، العاملين بالصناعات الابداعية والثقافية، وأطراف أخرى ذات علاقة بقطاع السياحة في الوجهات السياحية التي يتوفر بها أبعاد الاقتصاد البرتقالي (غرب سهيل بأسوان - القرنة بالأقصر - تونس بالفيوم - مصر القديمة بالقاهرة)، وقد تم اعتماد أسلوب العينة العشوائية البسيطة، وقد تم الاعتماد على قائمة إستقصاء تم اعدادها لتجميع بيانات الدراسة الميدانية في ضوء المقاييس الواردة بالبحوث والدراسات العلمية السابقة، وتضمنت هذه القائمة مجموعة من العبارات المغلفة لقياس متغيرات الدراسة بمعرفة المستقصى منه وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي (درجات الموافقة)، وتم قياس متغيرات الدراسة اعتماداً على تطوير مجموعة من المقاييس التي أعدها الباحثون السابقون باعتبارها أكثر المقاييس المستخدمة في الدراسات السابقة وثبت صدقها وثباتها بدرجة عالية، كما هو موضح بالجدول (1)

جدول (1) المقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة

المتغير	الأبعاد	المقياس
الاقتصاد البرتقالي	- القيمة الثقافية - رأس المال - الإبداع والابتكار - الملكية الفكرية	(Angelini, & Castellani, 2019; Einarsson, 2016; Jaya, 2001; Parameswara et. al, 2021)
التنمية السياحية المستدامة	- البعد الإقتصادي - البعد الاجتماعي - البعد البيئي	(Niedziółka, 2014;) (Streimikienė et. al, 2021;
استراتيجية المحيطات الزرقاء	- خلق مساحات سوقية - تقليل المنافسة - الابتكار في القيمة - تعظيم القيمة المضافة	(Alam, & Islam, 2017; Kim, 2005)

وقد تمكن الباحثان من تحليل البيانات التي تم جمعها من عينة حجمها 441 مفردة تشمل وكالات السياحة والسفر، الفنادق، منظمات إدارة الوجهات السياحية، الحكوميين، العاملين بالصناعات الابداعية والثقافية، وأطراف أخرى ذات علاقة بقطاع السياحة. كما تم استخدام المنهج الاستكشافي لفهم العلاقات المعقدة بين المتغيرات وتحديد العوامل المؤثرة في ديناميكيات الاقتصاد البرتقالي والتنمية السياحية المستدامة.

إختباري الصدق والثبات

تم الاعتماد علي باجراء التحليل العاملي التوكيدي لكل مقياس من مقاييس متغيرات الدراسة باستخدام برنامج AMOS V.26 كما يلي:-

التحليل العاملي التوكيدي للاقتصاد البرتقالي

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن جميع المعاملات المعيارية للعبارات معنوية، ووفقاً لدراسة (Hair et al., 2010) تكون قيم المعاملات المعيارية مقبولة عندما تكون القيم مساوية أو أكبر من 0.5 ، كما أظهرت نتائج التحليل أن مؤشر جودة المطابقة (Good of Fit Index) تتراوح قيمته بين الصفر و 1%، والواحد وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً، وقد بلغت قيمته (86.3%)، كما اتضح أن مؤشر المطابقة المقارن (Comparative Fit Index) قد بلغت قيمته (88.4%)، كما بلغت قيمة الجذر التربيعي لمتوسط مربع الخطأ التقاربي (RMSEA) (0.037)، الأمر الذي يدل على معنوية المقياس وأن العبارات تقيس ما تم اعدادها من أجله.

التحليل العاملي التوكيدي للتنمية السياحية المستدامة

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن جميع المعاملات المعيارية للعبارات معنوية، ووفقاً لدراسة (Hair et al., 2010) تكون قيم المعاملات المعيارية مقبولة عندما تكون القيم مساوية أو أكبر من 0.5 ، كما أظهرت نتائج التحليل أن مؤشر جودة المطابقة (Good of Fit Index) تتراوح قيمته بين الصفر و 1%، والواحد وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً، وقد بلغت قيمته (81.6%)، كما اتضح أن مؤشر المطابقة المقارن (Comparative Fit Index) قد بلغت قيمته (86.7%)، كما بلغت قيمة الجذر التربيعي لمتوسط مربع الخطأ التقاربي (RMSEA) (0.036)، الأمر الذي يدل على معنوية المقياس وأن العبارات تقيس ما تم اعدادها من أجله.

التحليل العاملي التوكيدي لاستراتيجية المحيطات الزرقاء

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن جميع المعاملات المعيارية للعبارات معنوية، ووفقاً لدراسة (Hair et al., 2010) تكون قيم المعاملات المعيارية مقبولة عندما تكون القيم مساوية أو أكبر من 0.5 ، كما أظهرت نتائج التحليل أن مؤشر جودة المطابقة (Good of Fit Index) تتراوح قيمته بين الصفر و 1%، والواحد وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً، وقد بلغت قيمته (83.4 %)، كما اتضح أن مؤشر المطابقة المقارن (Comparative Fit Index) قد بلغت قيمته (88.9%)، كما بلغت قيمة الجذر التربيعي لمتوسط مربع الخطأ التقاربي (RMSEA) (0.035)، الأمر الذي يدل على معنوية المقياس وأن العبارات تقيس ما تم اعدادها من أجله.

صدق البناء (التناسق الداخلي):

يشير الى مدى جودة العبارات المستخدمة في المقياس للمفاهيم الخاصة بالدراسة، وقد تم اختبار صدق البناء للاستقصاء من خلال اختبارين صدق التقارب Convergent Validity، وصدق التمايز Discriminant Validity.

- صدق التقارب Convergent Validity

يعتمد صدق التقارب على اختبار قوة العلاقة بين عبارات الاستقصاء، ويتطلب ذلك توافر معاملات ارتباط مرتفعة بين عناصر الاستقصاء، وقد اعتمد الباحثون في هذا الاختبار على حساب معامل ارتباط بيرسون، بين العبارات المعبرة عن

كل بعد من أبعاد قائمة الاستقصاء وبين ذلك البعد، وكذلك مع المتغير ككل، مع اعتبار ذلك المقياس مقبولا إذا كانت تلك القيم أكبر من (0.04)، إضافة الى حساب قيمة متوسط التباين AVE لكل بعد، حيث يعتبر الاستقصاء صالحاً إذا كانت قيم AVE أكبر من (0.05)، ويمكن عرض الصدق البنائي للاستقصاء فيما يلي:

المتغير المستقل (الاقتصاد البرتقالي)

تبين من نتائج اختبار صدق التقارب لعبارات قائمة الاستقصاء الخاصة بقياس المتغير المستقل (الاقتصاد البرتقالي)، أن قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة والبعد الخاص بها وأيضاً بين المتغير الممثل لها ككل، قيماً ذات مستوى مقبول، كما أن قيمة متوسط التباين المستخرج لبعد القيمة الثقافية (0.906)، ولبعد رأس المال (0.875)، ولبعد

الإبداع والإبتكار (0.888)، ولُبُعد الملكية الفكرية (0.789)، وهي قيم تتجاوز الحد الأدنى مما يؤكد على صدق القائمة المستخدمة في قياس المتغير المستقل للدراسة الميدانية، وذلك كما يتضح من الجدول (2).

جدول (2) نتائج اختبار صدق التقارب للمتغير المستقل (الاقتصاد البرتقالي)

الابعاد الفرعية	العبارة	القيمة الثقافية	رأس المال	الابداع والابتكار	الملكية الفكرية	الاقتصاد البرتقالي
القيمة الثقافية	أرى أن التراث الثقافي المحلي (مثل العادات، الفنون، الحرف) يجذب السياح بشكل كبير	0.947				0.866
	أعتقد أن أصالة المنتجات والخبرات الثقافية التي نقدمها للسياح مهمة جدًا لرضاهم	0.940				0.870
	أشعر أن الجوانب الروحانية أو الرمزية المرتبطة بالمواقع الثقافية تؤثر إيجابًا على تجربة الزوار.	0.927				0.866
	أعتقد أن الحفاظ على القيمة التاريخية والجمالية لمواقعنا الثقافية أساسي لنجاح السياحة.	0.921				0.803
رأس المال	كمهاراتي ومعرفتي بالثقافة والتاريخ المحلي تساهم بشكل مباشر في جودة الخدمة السياحية.		0.913			0.858
	العلاقات القوية والتعاون بين العاملين في السياحة والمجتمع المحلي يعززان التجربة السياحية.		0.909			0.877
	الموارد الطبيعية المحيطة (مثل المناظر الطبيعية، البيئة النظيفة) عامل جذب حيوي للسياح في منطقتنا		0.902			0.842
	المواقع الأثرية والتراثية في منطقتنا أهم مورد لجذب السياح		0.908			0.873
الابداع والابتكار	يتم تشجيعي على تقديم أفكار جديدة لتطوير الخدمات أو التجارب السياحية التي أقدمها		0.943			0.876
	أرى أن استخدام التكنولوجيا الحديثة يمكن أن يحسن بشكل كبير تجربة السائح الثقافية.		0.959			0.859
	أعتقد أن تطوير منتجات سياحية ثقافية جديدة ومبتكرة أمر ضروري للمنافسة		0.929			0.874
	يتم توفير فرص لي لتعلم مهارات جديدة أو تقنيات إبداعية مرتبطة بعملتي في السياحة		0.916			0.856
الملكية الفكرية	أعتقد أنه من المهم حماية حقوق المبدعين والحرفيين الذين ينتجون سلعًا ثقافية أصيلة.		0.907			0.822
	لدي معرفة بكيفية حماية أي عمل إبداعي أو فكرة فريدة أقوم بها في مجال السياحة.		0.917			0.849
	أرى أن التقليد غير المصرح به للمنتجات الحرفية أو التصميمات التقليدية يضر بالاقتصاد المحلي.		0.922			0.834
	أعتقد أن تسجيل وتوثيق المعرفة والتقنيات الحرفية التقليدية أمر ضروري للحفاظ عليها.		0.938			0.858
المتغير المستقل (الاقتصاد البرتقالي)		0.923	0.923	0.923	0.923	0.923
متوسط التباين المستخرج (AVE)		0.906	0.875	0.888	0.789	0.789

معنوية عند مستوى 1%

المتغير الوسيط (استراتيجيات المحيطات الزرقاء)

تبين من نتائج اختبار صدق التقارب لعبارات قائمة الاستقصاء الخاصة بقياس المتغير المستقل (استراتيجيات المحيطات الزرقاء) ، أن قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة والبعد الخاص بها وأيضاً بين المتغير الممثل لها ككل، قيماً ذات مستوى مقبول، كما أن قيمة متوسط التباين المستخرج لبعد خلق مساحات سوقية (0.760)، ولبعد تقليل المنافسة (0.775)، ولبعد الابتكار في القيمة (0.758)، ولبعد تعظيم القيمة المضافة (0.733)، وهي قيم تتجاوز الحد الأدنى مما يؤكد على صدق القائمة المستخدمة في قياس المتغير الوسيط للدراسة الميدانية، وذلك كما يتضح من الجدول (3).

جدول (3) نتائج اختبار صدق التقارب للمتغير الوسيط (استراتيجيات المحيطات الزرقاء)

الابعاد الفرعية	العبارة	معامل ارتباط بيرسون مع			
		خلق مساحات سوقية	تقليل المنافسة	الابتكار في القيمة	تعظيم القيمة المضافة
خلق مساحات سوقية	توفر وجهتنا تجارب ثقافية أو فنية للسياح لا يجدونها بسهولة في الوجهات الأخرى	0.837			0.789
	يتم بشكل مستمر تطوير أنشطة أو فعاليات سياحية جديدة ومبتكرة تعتمد على تراثنا الثقافي	0.860			0.782
	أرى فرصاً كبيرة لابتكار خدمات سياحية مرتبطة بالحرف اليدوية أو الفنون المحلية تستهدف شرائح جديدة من السياح	0.833			0.779
	يتم استكشاف أسواق سياحية جديدة (جنسيات، اهتمامات) لمنتجاتنا وخدماتنا الثقافية الفريدة	0.858			0.793
	تتميز خدماتنا أو منتجاتنا السياحية الثقافية بجودة وتفرد يصعب على المنافسين تقليدها بسهولة.		0.822		0.788
تقليل المنافسة	لا نركز بشكل أساسي على خفض الأسعار لجذب السياح، بل على القيمة والتجربة الثقافية التي نقدمها.		0.829		0.801
	سمعة وجهتنا مبنية على تفرد تجربتها الثقافية وليس فقط على عوامل سياحية تقليدية (مثل الشواطئ أو الطقس)		0.829		0.779
	أرى أن التركيز على القصص الثقافية والتفاعل الإنساني مع المجتمع المحلي يميزنا عن المنافسين		0.836		0.785
	نقدم للسياح قيمة استثنائية تتجاوز توقعاتهم من خلال التركيز على الجوانب الثقافية والإبداعية		0.882		0.776
الابتكار في القيمة	يتم إعادة التفكير في كيفية تقديم الخدمات السياحية الثقافية لتقليل التكاليف غير الضرورية مع الحفاظ على الجودة.		0.864		0.803
	هناك توازن جيد بين التجربة الثقافية الغنية والتكلفة التي يدفعها السائح في وجهتنا.		0.872		0.775
	يتم دمج عناصر إبداعية (مثل الفنون الأدائية، الطهي التقليدي) في تجربة السائح بطرق		0.869		0.756

تضيف قيمة حقيقية.					تعظيم القيمة المضافة
0.791	0.821	تساهم الحرف اليدوية والمنتجات المحلية الأصلية في زيادة القيمة التي يحصل عليها السائح من زيارته.			
0.743	0.837	القصص والمعلومات التي تشاركها عن التراث والثقافة المحلية تعزز بشكل كبير فهم السائح وتقديره لوجهتنا			
0.752	0.822	التفاعل المباشر بين السياح والفنانين أو الحرفيين المحليين يضيف قيمة فريدة لا تقدر بثمن للتجربة			
0.771	0.858	البرامج السياحية التي تتضمن ورش عمل حرفية أو تجارب ثقافية تفاعلية تلقى استحساناً كبيراً وتزيد القيمة.			
0.793	0.819	0.803	0.798	المتغير الوسيط (استراتيجيات المحيطات الزرقاء)	
0.733	0.758	0.775	0.760	متوسط التباين المستخرج (AVE)	

**معنوية عند مستوى 1%

المتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)

تبين من نتائج اختبار صدق التقارب لعبارات قائمة الاستقصاء الخاصة بقياس المتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)، أن قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة والبعد الخاص بها وأيضاً بين المتغير الممثل لها ككل، قيماً ذات مستوى مقبول، كما أن قيمة متوسط التباين المستخرج للبعد الإقتصادي (0.856)، وللبعد الاجتماعي (0.830)، وللبعد البيئي (0.758)، وهي قيم تتجاوز الحد الأدنى مما يؤكد على صدق القائمة المستخدمة في قياس المتغير التابع للدراسة الميدانية، وذلك كما يتضح من الجدول (4).

جدول (4) نتائج اختبار صدق التقارب للمتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)

معامل ارتباط بيرسون مع				الابعاد الفرعية
التنمية السياحية المستدامة	البعد البيئي	البعد الإجتماعي	البعد الإقتصادي	
0.886			0.911	البعد الإقتصادي
			0.983	
0.879			0.918	
0.891			0.943	
0.887				البعد الإجتماعي
0.832		0.871		
0.807		0.882		
0.813		0.869		

0.828	0.893	تساهم السياحة في تعزيز الشعور بالفخر بالهوية الثقافية المحلية بين الشباب والأجيال الجديدة		البعد البيئي
0.706	0.743	يتم اتخاذ إجراءات فعالة لتقليل كمية النفايات الناتجة عن النشاط السياحي في وجهتنا وإعادة تدويرها		
0.703	0.759	ناك اهتمام بحماية الموارد الطبيعية المحيطة (مثل المياه، النباتات، الحيوانات) من أي تأثيرات سلبية للسياحة.		
0.705	0.762	يتم تشجيع استخدام الممارسات والتقنيات الصديقة للبيئة في المنشآت والأنشطة السياحية (مثل ترشيد استهلاك الطاقة والمياه)		
0.711	0.773	يلتزم الزوار بتعليمات وإرشادات تهدف إلى الحفاظ على البيئة والمواقع الثقافية أثناء زيارتهم		
	0.719	0.803	0.798	المتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)
	0.733	0.830	0.856	متوسط التباين المستخرج (AVE)

**معنوية عند مستوى 1%

صدق التمايز

اعتمد الباحثان على اختبار صدق التمايز للكشف عن مدى الاختلاف بين الأبعاد المكونة للاستقصاء، بحيث يعبر كل بعد عن معنى مستقل عن الأبعاد الأخرى، وتم الاعتماد على مقارنة الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (AVE) مع معاملات ارتباط العوامل مع بعضها البعض، مع اعتبار المقياس مقبولا إذا تجاوزت قيم ذلك الجذر التربيعي لجميع قيم معاملات الارتباط المحسوبة (Fornell & Lacker, 1981) ويوضح الجدول (5) نتائج اختبار صدق التمايز للاستقصاء، حيث يتضح أن مصفوفة الارتباط بين الأبعاد للاستقصاء تدل على معاملات ارتباط معنوية عند مستوى ثقة (95%) وبالنظر إلى قيم الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج يتضح أن جميعها أكبر من معاملات الارتباط المحسوبة الأمر الذي يؤكد على جودة صدق التمايز للاستقصاء المستخدم في الدراسة.

جدول (5) نتائج اختبار صدق التمايز لأداة الدراسة

الأبعاد	القيمة الثقافية	رأس المال	الابداع والابتكار	الملكية الفكرية	خلق مساحات سوقية	تقليل المنافسة	الابتكار في القيمة	تعظيم القيمة المضافة	البعد الاقتصادي	البعد الاجتماعي	البعد البيئي
القيمة الثقافية	0.952										
رأس المال	0.671	0.935									
الابداع والابتكار	0.720	0.674	0.942								
الملكية الفكرية	0.651	0.670	0.602	0.871							
خلق مساحات سوقية	0.680	0.605	0.701	0.669	0.923						
تقليل المنافسة	0.688	0.577	0.693	0.711	0.609	0.943					
الابتكار في القيمة	0.637	0.691	0.683	0.617	0.627	0.652	0.928				

تعزيز القيمة المضافة	0.641	0.639	0.611	0.619	0.635	0.654	0.649	0.934	
البعد الاقتصادي	0.644	0.667	0.643	0.624	0.641	0.631	0.656	0.617	0.942
البعد الاجتماعي	0.678	0.671	0.653	0.628	0.619	0.639	0.661	0.631	0.937
البعد البيئي	0.679	0.686	0.605	0.631	0.633	0.608	0.633	0.626	0.680
	0.701	0.701	0.701	0.701	0.701	0.701	0.701	0.701	0.891

اختبار الثبات: Reliability

ويقصد به إمكانية الحصول على نفس البيانات عند إعادة الدراسة في نفس الظروف باستخدام نفس الأداة ونفس الأفراد ومعامل الثبات ألفا كرونباخ هي الطريقة التي استخدمها الباحثون لحساب ثبات المقاييس، وذلك باستخدام SPSS V.26 حيث يرى (Hair et al., 2014) أن قيم ألفا المقبولة هي التي تتراوح من 0.6 الى 0.7 وفي معظم الحالات يمكن اعتبار أن القيم أكبر من 0.7 تشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة. ويمكن عرض نتائج التحليل الإحصائي في الجدول (6).

جدول (6) نتائج اختبار الثبات لمتغيرات الدراسة

المتغيرات والأبعاد	عدد العبارات	معامل ألفا
القيمة الثقافية	4	0.831
رأس المال	4	0.823
الابداع والابتكار	4	0.824
الملكية الفكرية	4	0.819
المتغير المستقل (الاقتصاد البرتقالي)	16	0.844
خلق مساحات سوقية	4	0.731
تقليل المنافسة	4	0.811
الابتكار في القيمة	4	0.901
تعزيز القيمة المضافة	4	0.825
المتغير الوسيط (استراتيجيات المحيطات الزرقاء)	16	0.919
البعد الاقتصادي	4	0.801
البعد الاجتماعي	4	0.837
البعد البيئي	4	0.807
المتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)	12	0.879

كما يتضح من الجدول (6) أن قيمة معامل ألفا للمتغير المستقل قد بلغت (0.844)، كذلك بلغت قيمة معامل ألفا للمتغير الوسيط (0.919)، كما بلغت قيمة معامل ألفا للمتغير التابع (0.879)، وهي قيم أكبر من 0.7، مما يدل على ثبات المقياس المستخدم، كذلك أبعاد المتغيرات كانت قيمة معامل ألفا أكبر من 0.7.

التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة:

تم إجراء التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS V.26) للتعرف على طبيعة البيانات وقيم المتوسطات والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة، ويوضح الجدول (7) نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة على أساس قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

جدول (7) نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة

المتغيرات والأبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الالتواء	التفرطح
القيمة الثقافية	3.91	0.938	-0.959	0.353
رأس المال	3.94	1.121	-0.867	0.219
الابداع والابتكار	4.22	1.039	-0.832	0.091
الملكية الفكرية	3.88	0.978	-0.828	0.313
المتغير المستقل (الاقتصاد البرتقالي)	3.98	1.002	-0.946	0.282
خلق مساحات سوقية	4.21	1.131	-0.921	0.315
تقليل المنافسة	3.98	1.011	-0.877	0.311
الابتكار في القيمة	4.28	0.981	-0.841	0.182
تعظيم القيمة المضافة	4.04	0.925	-0.831	0.425
المتغير الوسيط (استراتيجيات المحيطات الزرقاء)	4.13	1.119	-0.901	0.421
البعد الاقتصادي	3.86	1.101	-0.931	0.404
البعد الاجتماعي	4.34	1.037	-0.741	1.082
البعد البيئي	3.98	1.107	-0.981	0.821
المتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)	4.06	0.979	-0.837	0.526

كما يتضح من الجدول (7) أن المستجيبين قد عبروا عن قبولهم للمتغير المستقل " الاقتصاد البرتقالي "، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (3.98)، وانحراف معياري (1.002)، الأمر الذي يدل على اتفاق كبير بين الباحثين حول أبعاد الاقتصاد البرتقالي، كما جاء البُعد " الابداع والابتكار " في المرتبة الأولى بين أبعاد المتغير المستقل من حيث درجة قبول أفراد العينة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (4.22)، كما جاء البُعد " رأس المال " في المرتبة الثانية من حيث درجة القبول وذلك بمتوسط حسابي بلغ (3.94).

كما يتضح من الجدول (7) أن المستجيبين قد عبروا عن قبولهم للمتغير الوسيط " استراتيجيات المحيطات الزرقاء"، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (4.13)، وانحراف معياري (1.119)، الأمر الذي يدل على اتفاق بين الباحثين حول أبعاد استراتيجيات المحيطات الزرقاء، كما جاء البُعد " الابتكار في القيمة " في المرتبة الأولى بين أبعاد المتغير الوسيط من حيث درجة قبول أفراد العينة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (4.28)، كما جاء البُعد " خلق مساحات سوقية " في المرتبة الثانية من حيث درجة القبول وذلك بمتوسط حسابي بلغ (4.21).

كما يتضح من الجدول (7) أن المستجيبين قد عبروا عن قبولهم للمتغير التابع " التنمية السياحية المستدامة "، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (4.06)، وانحراف معياري (0.979)، الأمر الذي يدل على اتفاق كبير بين الباحثين حول أبعاد التنمية السياحية المستدامة، كما جاء البُعد " البعد الاجتماعي " في المرتبة الأولى بين أبعاد المتغير التابع من حيث درجة قبول أفراد العينة، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (4.34)، كما جاء البُعد " البعد البيئي " في المرتبة الثانية من حيث درجة القبول وذلك بمتوسط حسابي بلغ (3.98).

كما يتبين من الجدول (7) أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي حيث تتحصر قيم معاملات الالتواء ما بين $3 \pm$ وانحصر كافة قيم معاملات التفرطح ما بين $10 \pm$ الأمر الذي يؤكد على التوزيع الطبيعي للبيانات ومن ثم صلاحيتها لإجراء التحليل الإحصائي باستخدام أسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية ببرنامج AMOS.

تحليل علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة:

لتحديد علاقة الارتباط (نوع وقوة العلاقة) بين متغيرات وأبعاد الدراسة تم استخدام مصفوفة ارتباط سبيرمان، وأظهر التحليل الإحصائي الذي تم إجراؤه باستخدام معامل ارتباط بيرسون النتائج الخاصة بهذه العلاقة كما هو موضح في الجدول (8).

جدول (8) نتائج معاملات الارتباط بين أبعاد متغيرات الدراسة

الأبعاد	القيمة الثقافية	رأس المال	الإبداع والابتكار	الملكية الفكرية	خلق مساحات سوقية	تقليل المنافسة	الابتكار في القيمة	تعظيم القيمة المضافة	البعد الاقتصادي	البعد الاجتماعي	البعد البيئي
القيمة الثقافية	1										
رأس المال	0.721	1									
الإبداع والابتكار	0.583	0.641	1								
الملكية الفكرية	0.427	0.591	0.611	1							
خلق مساحات سوقية	0.699	0.703	0.701	0.632	1						
تقليل المنافسة	0.745	0.617	0.693	0.711	0.710	1					
الابتكار في القيمة	0.629	0.713	0.683	0.617	0.687	0.632	1				
تعظيم القيمة المضافة	0.736	0.721	0.611	0.619	0.735	0.641	0.695	1			
البعد الاقتصادي	0.709	0.737	0.643	0.624	0.744	0.684	0.721	0.707	1		
البعد الاجتماعي	0.763	0.688	0.653	0.628	0.694	0.641	0.609	0.691	0.583	1	
البعد البيئي	0.719	0.589	0.605	0.631	0.611	0.653	0.591	0.671	0.593	0.531	1

**معنوية عند مستوى 1%

ومن الجدول (8) يتضح أن:

- يوجد ارتباط معنوي قوي بين أبعاد الاقتصاد البرتقالي، حيث كانت أقوى علاقة بين القيمة الثقافية، ورأس المال بمعامل ارتباط (0.721)، ورأس المال، والإبداع والابتكار بمعامل ارتباط (0.641)، يليها العلاقة بين الإبداع والابتكار والملكية الفكرية بمعامل ارتباط (0.611).
- يوجد ارتباط معنوي قوي بين أبعاد استراتيجية المحيطات الزرقاء، حيث كانت أقوى علاقة بين خلق مساحات سوقية، وتقليل المنافسة بمعامل ارتباط (0.710)، والابتكار في القيمة، وتعظيم القيمة المضافة بمعامل ارتباط (0.695)، يليها العلاقة بين خلق مساحات سوقية، والابتكار في القيمة بمعامل ارتباط (0.687).
- يوجد ارتباط معنوي قوي بين أبعاد التنمية السياحية المستدامة، حيث كانت أقوى علاقة بين البعد الاجتماعي، والبعد البيئي بمعامل ارتباط (0.593)، يليها العلاقة بين البعد الاجتماعي، والبعد الاقتصادي بمعامل ارتباط (0.583).
- كما يتضح أن أكبر قيمة ارتباط جاءت بين بُعد القيمة الثقافية كأحد أبعاد الاقتصاد البرتقالي، والبعد الاجتماعي كأحد أبعاد التنمية السياحية المستدامة، وذلك بمعامل ارتباط بلغ (0.763)، تلاها العلاقة بين بُعد القيمة الثقافية كأحد أبعاد الاقتصاد البرتقالي، وبُعد تقليل المنافسة كأحد أبعاد استراتيجية المحيطات الزرقاء، وذلك بمعامل ارتباط بلغ (0.745)، ثم جاءت في المرتبة الثالثة كأحد أبعاد التنمية السياحية كأحد أبعاد التنمية السياحية المستدامة، وذلك بمعامل ارتباط بلغ (0.744).

اختبار فرضيات البحث:

- للتحقق من صحة / أو عدم صحة الفرضيات تم الاعتماد على نمذجة المعادلة الهيكلية، حيث يمكن بناء النموذج الهيكلي لمتغيرات البحث، ويستند بناء النموذج الهيكلي على المتغيرات والأبعاد التي أسفر عنها كل

من التحليل العاملي الاستكشافي، وفي ضوء ما توصل اليه من نتائج باستخدام AMOS V.26، والتي يمكن توضيحها من خلال الجدول (9).

جدول (9) مؤشرات جودة النموذج الهيكلي للدراسة

المؤشر	الرمز الاحصائي	القيمة	مدي القبول	معار القبول
جودة المطابقة	GFI	0.971	مقبول	كلما اقترب من الواحد
جذر متوسط مربعات البواقي	RMR	0.026	مقبول	كلما اقترب من الصفر
المطابقة المقارنة	CFI	0.976	مقبول	كلما اقترب من الواحد
تاكز لويس	TLI	0.977	مقبول	كلما اقترب من الواحد
الجذر التربيعي لمتوسط مربع الخطأ التقاربي	RMSEA	0.037	مقبول	أقل من 0.08

بعد التأكد من صلاحية وثبات نموذج القياس باستخدام برنامج التحليل AMOS V.26، تأتي المرحلة الثانية والمتعلقة بتقييم النموذج البنائي Structural Model، واختبار الفروض علي النحو التالي:

- اختبار التأثير الوسيط لاستراتيجية المحيطات الزرقاء

تم الاعتماد علي طريقة Bootstrapping لتحليل الوساطة، والتي تتطلب توافر شرطي معنوية الأثر الكلي والمباشر، وفترات الثقة لبوتستراپ، والتي يمكن التحقق منهما علي النحو التالي:-

جدول (10) اختبار معنوية الأثر الكلي والمباشر باستخدام Bootstrap

الفرض	نوع الأثر	اتجاهات المسار	معاملات المسار	الخطأ المعياري	قيم T	قيم P	النتيجة
الأول	الكلي	OE ← STD	0.315	0.053	5.931	0.00	قبول
الثاني	المباشر	OE ← BOS	0.535	0.053	10.058	0.00	قبول
الثالث		← BOS STD	0.588	0.054	11.074	0.001	قبول

معاملات المسار معنوية عند مستوي $0.01 >$

أظهرت نتائج الجدول (10) أن:

- وجود تأثير معنوي مباشر لتبني الاقتصاد البرتقالي في الوجهات السياحية (OE) علي تعزيز التنمية السياحية المستدامة (STD). (معامل المسار = 0.315، وقيمة $T = 5.931$ ، ومستوي معنوية > 0.01)، الأمر الذي يعني أن تبني الوجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي يعزز من التنمية السياحية المستدامة لتلك الوجهات. ومن ثم قبول الفرض الأول

- وجود تأثير معنوي مباشر لتبني الاقتصاد البرتقالي في الوجهات السياحية (OE) علي تطبيقات استراتيجية المحيطات الزرقاء (BOS). (معامل المسار = 0.535، وقيمة $T = 10.058$ ، ومستوي معنوية > 0.01)، الأمر الذي يعني أن تبني الوجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي يدفع في اتجاه تبني الفاعلين السياحيين لاستراتيجية المحيطات الزرقاء. ومن ثم قبول الفرض الثاني

- وجود تأثير معنوي مباشر لتطبيقات استراتيجية المحيطات الزرقاء في الوجهات السياحية (BOS) علي تعزيز التنمية السياحية المستدامة (STD). (معامل المسار = 0.588، وقيمة $T = 11.074$ ، ومستوي معنوية > 0.01)، الأمر الذي يعني أن تطبيقات استراتيجية المحيطات الزرقاء في الوجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي يدفع في اتجاه التنمية السياحية المستدامة لتلك الوجهات. ومن ثم قبول الفرض الثالث.

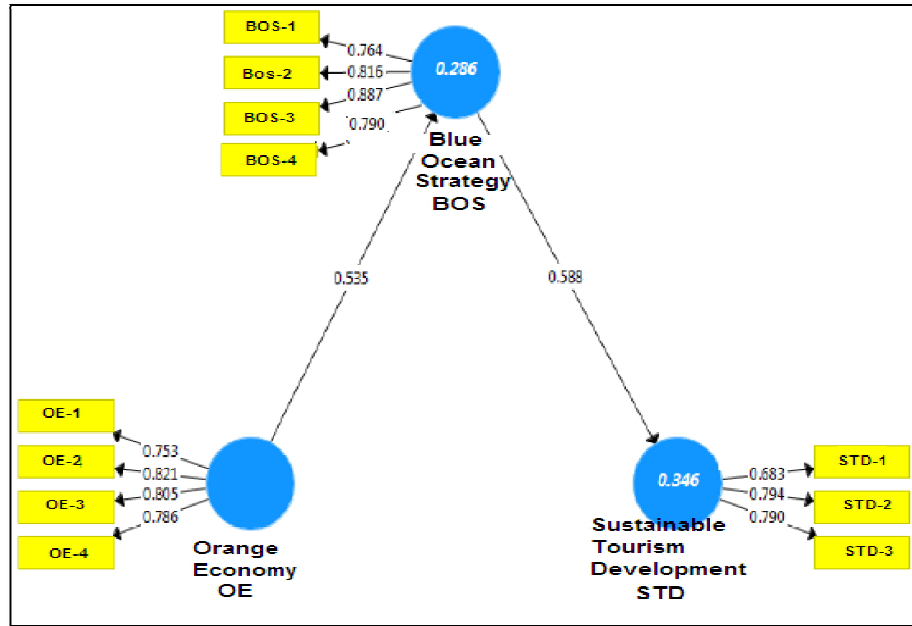
- كما يتضح من الجدول (10) تحقق الشرط الأول ل Bootstrapping، حيث تم التوصل الي وجود علاقة معنوية بين المتغير المستقل والمتغير الوسيط (BOS ← OE)، وبين المتغير الوسيط والتابع (BOS ← STD)، ومعنوية العلاقة غير المباشر/ الكلية بين المتغير المستقل والتابع من خلال المتغير الوسيط.

فترات الثقة لبوتستراپ Bootstrap Percentile-interval (Lower and upper level)، كما يتضح من الجدول (11) تم تقييم فترات الثقة لبوتستراپ، والتأكد من عدم تقاطع الصفر بين قيمة أعلي مستوي وقيمة أدني مستوي

جدول (11) نتائج النموذج البنائي لتأثير المتغير الوسيط (استراتيجية الميطات الزرقاء)

Bootstrapped Confidence Interval		قيمة T	الخطأ المعياري SE	أثر غير مباشر	المسار الثاني Path b	المسار الأول Path a	
UL	LL				BOS ← STD	BOS ← OE	اتجاه المسار
0.418	0.211	5.935	0.053	0.315	0.588	0.535	STD ← BOS ← OE

كما يتضح من الجدول (11) أن قيمة أعلي مستوي (UL = 0.418)، وقيمة أدني مستوي (LL= 0.211)، لا يتقاطع بينهما الصفر، ومن ثم تحقق شرط صحة الوسيط، ومن ثم وجود تأثير للمتغير الوسيط بين المتغير التابع والمتغير المستقل.



شكل (3) النموذج البنائي لتأثير المتغير الوسيط في العلاقة بين تبني الاقتصاد البرتقالي والتنمية السياحية المستدامة

المصدر: مخرجات برنامج التحليل الاحصائي Smart PLS V.3

مناقشة النتائج

تشير النتائج الي وجود تأثير ايجابي معنوي مباشر لتبني أبعاد الاقتصاد البرتقالي علي الدفع باتجاه تطبيق استراتيجية المحيطات الزرقاء، وقد يكمن ذلك في اعتماد الاقتصاد البرتقالي علي الابداع والابتكار بشكل رئيسي، في حين تركز استراتيجيات المحيطات الزرقاء علي خلق القيمة أو الابتكار في القيمة لتقليل المنافسة وهو ما ينطوي علي مفاهيم الابداع والابتكار، وهو ما يتفق مع دراسة (Widiarni, & Mirzanti, 2023) التي أكدت

أن استراتيجيات المحيطات الزرقاء تخلق نماذج عمل تساعد الفاعلين في ظل الاقتصاد البرتقالي علي النمو والازدهار، وفي هذا السياق أكد كلا من Sakdiyah، و Hidayah (2020) علي أن استراتيجيات المحيطات الزرقاء تعمل علي تمكين المورد البشري من الابداع والابتكار لتنمية الصناعات الابداعية، وهو ما يدور حوله الاقتصاد البرتقالي، ويمكن تفسير ذلك أن نطاق ومكونات الاقتصاد البرتقالي وفق (Benavente, & Grazzi, 2017) تركز علي المهارة والحرفية للمورد البشري، أكثر من أي مكون آخر، وقد أشارت نتائج الدراسة الي الارتباط الطردي بين كل بُعد من أبعاد الاقتصاد البرتقالي (القيمة الثقافية، رأس المال، الابداع والابتكار، الملكية الفكرية)، وكل بُعد من أبعاد استراتيجية المحيطات الزرقاء (خلق مساحات سوقية، تقليل المنافسة، الابتكار في القيمة، تعظيم القيمة المضافة للعميل)، حيث بلغ معامل الارتباط بين القيمة الثقافية، والابتكار في القيمة (0.629)، وهو ما يتفق مع دراسة Ravasi، وآخرون (2012) والتي أكدت علي أن المنتجات التي يتم تداولها في مجهات معينة تكتسب مجموعة واسعة من المعاني والقيم الثقافية، وهو ما اتفق معه Dowell وآخرون (2019)، ولكن بمنظور متعدد الأبعاد لخلق القيمة الثقافية، ونشرها، وفي هذا السياق قدم Ciasullo، وآخرون (2018) استراتيجيات تساهم في خلق القيمة الثقافية.

علاوة علي ذلك تشير النتائج الي وجود تأثير ايجابي مباشر لاستراتيجية المحيطات الزرقاء علي دفع التنمية السياحية المستدامة، ويمكن تفسير ذلك من خلال أبعاد كلا المتغيرين، استراتيجية المحيطات الزرقاء تركز علي خلق مساحات سوقية جديدة، وهو ما يدفع بالطبع في اتجاه النمو الاقتصادي، وتحقيق أرباح للفاعلين في الوجهات السياحية، اضافة الي الدفع نحو التشغيل والتوظيف وهو ما يمثل البعد الاجتماعي في متغير التنمية السياحية المستدامة، وهو ما يتوافق مع دراسة (Ehsan, 2025)، وهو ما اشار اليه Santos، وآخرون (2024)، في أن الأنشطة السياحية التي تركز علي ادارة الطبيعة، ودارة المنافسة، ستعمل علي زيادة السائحين الذين يتمتعون بوعي ببنّي أكبر ومدرّكين لاحتياجات المجتمعات المحلية، وهو ما يدفع باتجاه تحقيق التنمية السياحية المستدامة، كما تركز استراتيجية المحيطات الزرقاء تركز علي الابتكار في القيمة لتقليل المنافسة، وهو ما يدفع باتجاه الابداع الاجتماعي والبيئية في الوجهات السياحية التي تمثل تفردا وتميزها، اعتمادا علي تراثها الثقافي، وهو ما يتوافق مع دراسة Gregori، وآخرون (2013) حول أن خلق القيمة يتم نتيجة للتفاعل بين السياح والسكان المحليين، وهو ما يحقق تجارب سياحية فريدة وجذابة، ليس هذا فحسب بل هذه العلاقة والترابط بين خلق القيمة كأحد ابعاد استراتيجيات المحيطات الزرقاء، و التنمية السياحية المستدامة، عبر عنه كلا من Nyarko و Orefice (2020) بمصطلح خلق القيمة المستدامة، وذلك اعتمادا علي أنشطة الفاعلين في الوجهات السياحية وتفاعلاتهم مع السائحين.

استنتاجات البحث

أكد البحث علي الدور الوسيط لاستراتيجية المحيطات الزرقاء في العلاقة بين تبني الاقتصاد البرتقالي، والتنمية السياحة المستدامة، حيث أن استراتيجيات المحيطات الزرقاء تزيد من الأثر الايجابي لتبني الوجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي، في اتجاه الدفع نحو نمو المقاصد السياحية بصورة مستدامة، ويمكن تفسير ذلك من خلال أهداف استراتيجيات المحيطات الزرقاء من حيث التميز والتفرد الناتج عن خلق القيمة، والتي تتقاطع مع ركائز الاقتصاد البرتقالي من حيث التفرد والتميز الناتج عن الصناعات الثقافية والأنشطة الابداعية، كذلك تقاطع استراتيجية المحيطات الزرقاء مع التنمية السياحية المستدامة، فخلق مساحات سوقية جديدة للتغلب علي المنافسة، تتوافق مع البعد الاقتصادي وتحقيق الربحية، كما أن الابتكار والابداع يتوافق مع البعد الاجتماعي. تعتبر نتائج البحث وما أكدته من علاقات معنوية بين متغيرات البحث، المتمثلة في الاقتصاد البرتقالي، واستراتيجية المحيطات الزرقاء، والتنمية السياحية المستدامة، يؤكد علي القوة الكامنة في المقصد السياحي المصري، وأن تبني متخذي القرار وواضعي السياسات في المقاصد السياحية للاقتصاد البرتقالي يعظم من قيمة المنتج السياحي المصري، ويقلل من المنافسة كنتيجة مباشرة للتفرد والتميز، وصعوبة التقليد، الأمر الذي يحقق الاستدامة السياحية بمفهومها الشامل.

المساهمات النظرية والعملية للبحث

تأتي هذه الدراسة في محاولة من الباحثين لاضافة مساهمة بحثية متواضعة الي الدراسات السابقة في هذا المجال، حيث يمكن القول أن الدراسة الحالية قد ساهمت نسبيا في تقليل الفجوة، وفي الأدبيات المتعلقة بالاقتصاد البرتقالي، وأهميته بالنسبة للوجهات السياحية، وعلاقته باستراتيجيات المحيطات الزرقاء، وتأثير كلا المتغيرين علي التنمية السياحية المستدامة.

كما أكدت الدراسة الحالية علي العلاقة والأثر المعنوي لتبني الوجهات السياحية للاقتصاد البرتقالي علي التنمية السياحية المستدامة، وكذلك الأثر غير المباشر بوساطة استراتيجيات المحيطات الزرقاء، ومن ثم فإن الدراسة الحالية هي من الدراسات القليلة نسبيا، التي جمعت المتغيرات الثلاثة في نموذج واحد، والتي أكدت علي الابداع والابتكار والثقافة كمحرك لخلق مقاصد سياحية تنافسية.

التوصيات

في ضوء أهداف البحث وما توصلت اليه من نتائج، نوصي ادارة الوجهات السياحية المصرية بضرورة تبني الاقتصاد البرتقالي، في تطوير المنتج السياحي، والاستفادة من الامكانات الثقافية، والأنشطة الابداعية الكامنة في الوجهات السياحية، كما أن تبني مقامي وموردي الخدمات السياحية لاستراتيجيات المحيطات الزرقاء، يدفع في اتجاه تبني الابداع والابتكار كنموذج عمل، وهو ما يحقق تميز وتفرّد المقصد السياحي، ومن ثم يجب تنقيف وتدريب العاملين بالوجهات السياحية حول تلك المفاهيم وتلك الاستراتيجيات.

محددات البحث والدراسات المستقبلية

على الرغم من أن نتائج هذه الدراسة تقدم رؤى قيمة حول الاقتصاد البرتقالي وأهميته وتأثيره في دعم التنمية السياحية المستدامة، اضافة الي دور استراتيجية المحيطات الزرقاء في دعم وزيادة فعالية ذلك التأثير الايجابي، الا أن أحد القيود هو قابلية تعميم النتائج، حيث ركزت الدراسة ميدانياً علي وجهات سياحية محددة لها طابعها ثقافي المميز ، مما قد يحد من مدى إمكانية تطبيق النتائج على وجهات أخرى. يمكن للدراسات المستقبلية أن تبحث في تحديات تبني الاقتصاد البرتقالي واستراتيجية المحيطات الزرقاء عبر أنواع مختلفة من الوجهات، مثل البيئات الحضرية أو الريفية أو الطبيعية، لاستكشاف الاختلافات المحتملة في فعالية هذه الاستراتيجيات، كما يمكن للدراسات المستقبلية البحث في سلسلة القيمة السياحية البرتقالية أو الابداعية .

المراجع

- أبو غازي، عماد (2021)، الاقتصاد البرتقالي وآفاق التنمية، آفاق اقتصادية معاصرة، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري- القاهرة، العدد (12)، ص ص 5-12.
- بن خليفة، حليلة & لخذاري. (2017). الاقتصاد الناعم كضرورة حتمية لنجاعة الإبداع في المؤسسة الاقتصادية. *مجلة العلوم الإدارية والمالية*، 1(1)، 480-498.
- فهمي، سماح. (2024). الاقتصاد البرتقالي ودوره في تعزيز النمو الاقتصادي في مصر. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*، 5(2)، 89-123.
- وزارة الآثار المصرية. (2020). تقرير السنوي عن المشاريع التراثية في صعيد مصر.

- Agarwal, P. (2024) 'Under the tangerine sun: the creative economy in global cities'. Working paper. London: ODI Global (www.odi.org/publications/under-the-tangerine-sun-the-creative-economy-in-global-cities)
- Alam, S., & Islam, M. T. (2017). Impact of Blue Ocean Strategy on Organizational Performance: A literature review toward implementation logic. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(1).
- Angelini, F., Castellani, M. (2019). Cultural and economic value: A critical review. *Journal of Cultural Economics*, 43(2): 173-188. <https://doi.org/10.1007/s10824-018-9334-4>

- Bali Creative Economy Agency. (2022). *Annual Report on Creative Tourism Initiatives*.
- Banks, M. (2018). Creative economies of tomorrow? Limits to growth and the uncertain future. *Cultural trends*, 27(5), 367-380.
- Benavente, J. M., & Grazzi, M. (2017). Public policies for creativity and innovation: Promoting the Orange Economy in Latin America and the Caribbean.
- Buitrago Restrepo, P. F., & Duque Márquez, I. (2013). *The Orange Economy: An Infinite Opportunity*. Inter-American Development Bank.
- Buitrago, F., Duque, I. (2013). The Orange Economy. Inter-American Development Bank 1300 New York Avenue NW Washington, DC 20577.
- Caribbean Tourism Organization. (2021). Creative Industries as a Driver for Sustainable Tourism.
- Chan Kim, W., & Mauborgne, R. (2005). Value innovation: a leap into the blue ocean. *Journal of business strategy*, 26(4), 22-28.
- Cho, R.L.T., Liu, J.S., Ho, M.H.C. (2018). What are the concerns? Looking back on 15 years of research in cultural and creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 24(1): 25-44. <https://doi.org/10.1080/10286632.2015.1128417>
- Ciasullo, M. V., Troisi, O., & Cosimato, S. (2018). How digital platforms can trigger cultural value co-creation?—A proposed model. *Journal of service science and management*, 11(2), 161-181.
- City of Santa Fe Economic Development Office. (2022). The Role of Arts in Santa Fe's Tourism Strategy.
- Colombia Ministry of Culture. (2020). Craft Tourism and Local Development: Lessons from Ráquira.
- Damjanović, I. (2021). Overtourism and the local community well-being. *Mediterranean protected areas in the era of overtourism: Challenges and solutions*, 93-115.
- Dowell, D., Garrod, B., & Turner, J. (2019). Understanding value creation and word-of-mouth behaviour at cultural events. *The Service Industries Journal*, 39(7-8), 498-518.
- Ehsan, A.(2025) The social and heritage culture of the Persian economy in Egyptian society (the seashell craft in Darb al-Ahmar as an example).
- Einarsson, Á. (2016). Cultural Economics. In Bifröst University. Bifröst University.
- El-emam, G. M., & Mohammed Eyada, D. F. A. (2023). مساهمة الاقتصاد البرتقالي في استدامة السياحة بالنوبة المصرية. *International Journal of Tourism, Archaeology and Hospitality*, 3(2), 457-473.
- Finlev, T., Maguire, R., Oppenheim, B., & Skvirsky, S. (2017). Future Landscapes of the Orange Economy: Creative Pathways for Improving Lives in Latin America and the Caribbean.
- Flew, T. (Ed.). (2010). *Creative Industries and Urban Development*. Routledge.
- Fondazione CR Firenze. (2019). *Artigianato e Palazzo: Economic and Cultural Impact Assessment*
- Gaviria Roa, L. A., Castillo, H. G., & Montiel Ariza, H. (2019). Orange economy: Study on the behavior of cultural and creative industries in Colombia. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 10(12).

- Gregori, G. L., Pencarelli, T., Splendiani, S., & Temperini, V. (2013). Sustainable tourism and value creation for the territory: Towards a holistic model of event impact measurement. *Calitatea*, 14(135), 97.
- Guo, S. and Liu, J. (2022) Where Is the Blue Ocean? Value Innovation Strategies in the Development of Rural Tourism across the Strait. *Chinese Studies*, 11, 43-58. doi: [10.4236/chnstd.2022.112004](https://doi.org/10.4236/chnstd.2022.112004).
- H., Leon, M., Montalván-Burbano, N., & Parrales-Guerrero, K. (2022, December). Mapping the Research in Orange Economy: A Bibliometric Analysis. In *International Conference on Innovations in Bio-Inspired Computing and Applications* (pp. 778-795). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Helmy, E. (2004). Towards integration of sustainability into tourism planning in developing countries: Egypt as a case study. *Current Issues in Tourism*, 7(6), 478-501.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books. United Nations. (n.d.). *Orange economy*.
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK.
- <https://idsc.gov.eg/upload/DocumentLibrary/AttachmentA/10628/Orange%20Economy.pdf>
- i Juan, J. T., & Terzić, S. (2017). Orange tourism: The color of the strategic alliance between culture, creativity and tourism. In *Culture, Innovation and the Economy* (pp. 29-32). Routledge.
- Inter-American Development Bank (IDB). (2021). Orange Economy in Colombia: The Case of Ráquira.
- Jaya Aziz, I. (2001). Economics and culture. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 22(1): 282-302. <https://doi.org/10.21098/bemp.v22i1.1035>
- Kamel, S. H., & Rizk, N. (2019). The role of innovative and digital technologies in transforming Egypt into a knowledge-based economy. In *Handbook of research on the evolution of IT and the rise of e-society* (pp. 386-400). IGI Global.
- Khalil, M., Elsaay, H., & Othman, A. (2017). Talent management: a novel approach for developing innovative solutions towards heritage communities development. *Archnet-ijar: International Journal of Architectural Research*, 11(3), 132-145.
- Kim, W. C. (2005). Blue ocean strategy: from theory to practice. *California management review*, 47(3), 105-121.
- Kukreja, P. (2022). Creative economy and the future of work: a case of G20 nations. *Creative Economy*, 2030, 32-42.
- Li, K. X., Jin, M., & Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tourism management perspectives*, 26, 135-142.
- Mady, K., Abdul Halim, M. A. S., & Omar, K. (2022). Drivers of multiple eco-innovation and the impact on sustainable competitive advantage: evidence from manufacturing SMEs in Egypt. *International Journal of Innovation Science*, 14(1), 40-61.
- Malavera Pineda, S. M., Malavera Pineda, P. A., & Calle Piedrahita, J. S. (2021). Effects of the orange economy on social entrepreneurship in the city of Medellin.

In *Entrepreneurship in the fourth sector: Entrepreneurial ecosystems and sustainable business models* (pp. 263-286). Cham: Springer International Publishing

- Martins, M. (2016). Gastronomic tourism and the creative economy. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 2(2), 33-37.
- Matteucci, X., Koens, K., Calvi, L., & Moretti, S. (2022). Envisioning the futures of cultural tourism. *Futures*, 142, 103013.
- Murphy, P. E., & Price, G. G. (2012). Tourism and sustainable development. In *Global tourism* (pp. 167-193). Routledge.
- National Endowment for the Arts (NEA). (2023). Arts and Economic Prosperity in Santa Fe.
- Niedziółka, I. (2014). Sustainable tourism development. *Regional formation and development studies*, 8(3), 157-166.
- Orefice, C., & Nyarko, N. (2020). Sustainable value creation in event ecosystems – a business models perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(11-12), 1932–1947. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1843045>
- Ortiz-Ospino, L., González-Sarmiento, E., & Roa-Perez, J. (2025). Technology trends in the creative and cultural industries sector: a systematic literature review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 39..
- Osuna, J. S. (2024). The benefits of the orange economy: An opportunity for economic recovery in the handicrafts sector after the pandemic. *J. Econ. Stud. Res*, 619760.
- Parameswara, A. G. A. (2023). Constructing Orange Economy to Sustaining Local Communities in Bali, Indonesia. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 6(2), 48-62.
- Parameswara, A., Saskara, I. A. N., Utama, M. S., & Setyari, N. P. W. (2021). The Role of Place Identity, Local Genius, Orange Economy and Cultural Policies for Sustainability of Intangible Cultural Heritage in Bali. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 16(8).
- Poullos, I. (2015). Gazing at the “Blue Ocean” and tapping into the mental models of conservation: Reflections on the Nara+ 20 document. *Heritage & Society*, 8(2), 158-177.
- Pratt, A. C. (2021). The creative economy and sustainable development. *City, Culture and Society*, 25.
- Ravasi, D., Rindova, V., & Dalpiaz, E. (2012). The cultural side of value creation. *Strategic Organization*, 10(3), 231-239.
- Restrepo, P. F. B., & Márquez, I. D. (2013). The orange economy: An infinite opportunity.
- Richards, G., & Bartos, P. (2014, September). Creative economy and tourism: Developing effective cooperation. In *Report on a workshop organised in the context of the OECD Conference on Tourism and the Creative Economy*. Linz (Vol. 5).
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS news*, 23(8), 16-20.
- Rodríguez-Insuasti, R.
- Rickly, J. M. (2019). Overtourism and authenticity. *Overtourism: Issues, realities and solutions*, 46-61.

- Rodríguez-Insuasti, H., Montalván-Burbano, N., Suárez-Rodríguez, O., Yonfá-Medrandá, M., & Parrales-Guerrero, K. (2022). Creative Economy: A Worldwide Research in Business, Management and Accounting. *Sustainability*, 14(23), 16010. <https://doi.org/10.3390/su142316010>
- Sakdiyah, H., & Hidayah, L. W. (2020, April). Blue Ocean strategy in a creative industry environment: A Madura Batik Tulis context. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 469, No. 1, p. 012101). IOP Publishing.
- Salazar, N. B. (2010). The globalisation of heritage through tourism: balancing standardisation and differentiation. In *Heritage and globalisation* (pp. 144-160). Routledge.
- Santos, V., Costa, C., Au-Yong, M., & Sousa, M. (2024). Innovations in Luxury Tourism: Developing a Novel Theoretical Framework. In *Sustainable Tourism: Frameworks, Practices, and Innovative Solutions* (pp. 59-76). Cham: Springer International Publishing.
- Schlesinger, P. (2016). The creative economy: invention of a global orthodoxy. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 172(2), 187-205.
- Seddeek, M. A., & Amin, H. A. S. (2025). Towards Spatial Inclusion of Orange Economy Activities in Local Communities (case study Markaz El_Qurna, Luxor Governorate). *SVU-International Journal of Engineering Sciences and Applications*, 6(1), 123-141.
- Shekhar, C. (2024). Sustainable Tourism Development: Balancing Economic Growth And Environmental Conservation. *Available at SSRN 4901174*.
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271.
- Taiminen, S. (2018). The negative impacts of overtourism on tourism destination from environmental and socio-cultural perspectives.
- Times, C. (2015). The first global map of cultural and creative industries. *EY: London, UK*.
- UNCTAD. (2021). Creativity is the answer we've been looking for – now is the time to embrace and invest in it. <https://Unctad.Org/News/Creativity-Answer-Weve-Been-Looking-Now-Time-Embrace-and-Invest-It>.
- UNCTAD. (2024). *Annex I: Creative economy definition and update on the statistical framework*. Americans for the Arts. (n.d.). *Creative Economy*.
- UNDP (United Nations Development Programme) and UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). 2013. Creative Economy Report: Widening Local Development Pathways. New York and Paris: United Nations/UNDP/UNESCO. www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf
- UNESCO. (2019). Creative Cities Network: Case Study of Luxor. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNESCO.(2024), “Impact of the UNESCO Creative Cities Network at local, national & international level”,. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390387>

- United Nations Conference on Trade and Development, (2008). Trade and development report 2008. https://unctad.org/system/files/officialdocument/tdr2008_en.pdf
- United Nations Conference on Trade and Development. (2008). *Creative Economy Report 2008*.
- UNWTO. (2022). Creative Tourism in the Caribbean: A New Paradigm. United Nations World Tourism Organization.
- Utami, C. W., Susanto, H., Sumaji, Y. M. P., & Septina, F. (2020). Analyzing Blue Ocean Strategy (BOSS) on the innovative performance in eco-friendly tourism services in Indonesia.
- Widiarni, S. A., & Mirzanti, I. R. (2023). Business model innovation strategy for creative industry in Indonesia. *Int. J. Curr. Sci. Res. Rev*, 6, 934-939.
- World Bank. (2021). *Creative Economy in Indonesia: Bali's Model for Sustainable Tourism*.
- Woyo, E., & Woyo, E. (2018). Creative industries as a stimulant for tourism growth in zimbabwe—a critical interjection. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 9(9), 195-211.
- Zaldívar, T. (2022). The Orange Economy, entrepreneurs, and the future: The role of culture and creativity in the economic recovery. In *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Latin America: Unleashing a Millennial Potential* (pp. 37-44). Emerald Publishing Limited.