التنوع استراتيجية دبي السياحية

تعتبر دبي واحدة من أهم وأكبر الوجهات السياحية العالمية، وهي اليوم تحتل المركز الرابع بعد كل من بانكوك ولندن وباريس، إلا أن الإمارة تضع نصب عينيها المركز الأول خلال سنوات لا تتجاوز أصبع اليد الواحدة.

الخطة التي انتهجتها دبي لتحقيق هذا الأداء السياحي الرائع خلال الأعوام السابقة، تمثل في عدم الاعتماد على سوق مصدر واحد بعينه، الأمر الذي أسهم في توزع الأسواق إلى أكثر من 150 دولة، أكبرها الهند والسعودية بحصة لا تتجاوز 10 % لكليهما. اعتماد دبي على استراتيجية التنوع السياحي ساهم في تعزيز قدرتها على تجاوز التحديات العالمية الناتجة عن تذبذب أسعار العملات والتباطؤ الاقتصادي في بعض الأسواق المصدرة للسياح. وتضمن الاستراتيجية لتعزيز فرص نمو القطاع 3 محاور رئيسة هي التنوع في الاعتماد على الأسواق وعدم الارتهان إلى سوق معين والتنوع في توفير المنتج السياحي، إضافة إلى التنوع في الترويج للأنماط السياحية، الأمر الذي ساهم في استقطاب شرائح سياحية جديدة.

تحقيق: لؤي عبد الله وعبد الرحيم الطويل

سياسة التنوع تحصّن سياحة دبـــ

ربع سياح الإمارة خليجيون و31 ٪ من آسيا و21 ٪ مـــ

■ نمو القطاع السياحي في دبي رغم التحديات | البيان

■ 16٪ نمو السياح القادمين من آسيا مقابل 6 % لدول الخليج و4 % لأوروبا

■ 15 مليون سائح إلى الإمارة العام 2016 بنمو فاق 5.6 %

شكلت مرونة القطاع السياحي في دبي من حيث الاعتماد على أسواق وتوفير المنتجات صمام أمان القطاع أمام الهزات الاقتصادية التي تعرضت لها الأسواق المصدرة للسياح إلى دبي نتيجة تذبذب أسعار العملات وتراجع أسعار النفط بالدرجة الأولى.

وأكد خبراء في القطاع السياحي أن هناك العديد من العوامل التي أسهمت في استمرارية نمو القطاع على الرغم من التحديات التي يواجهها، منها تبني دبي استراتيجية التنوع في الاعتماد على الأسواق السياحية وعدم الارتهان إلى أسواق محددة، بالإضافة إلى تنوع المنتج السياحي الذي توفره الإمارة وما نتج عنه من استقطاب شرائح سياحية مختلفة. وقال الخبراء إن دبي نجحت في ابتكار المنتج السياحي الذي يتناسب مع متطلبات السياحة العائلية وسياحة الترفيه وسياحة الأعمال وسياحة الحوافز والمؤتمرات والمعارض وسياحة المهرجانات بالإضافة إلى أنها حققت قفزات نوعية فيما يتعلق بتوفير المنتج الخاص بالسياحة العلاجية والرياضية والسياحة البحرية.

وأظهرت آخر إحصائيات صادرة عن دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي مرونة القطاع السياحي في الإمارة خلال الفترة الماضية، حيث سجل نمواً كبيراً في أعداد الزوار الوافدين منها إلى دبي، والتي زادت بنسبة 11 % لتصل إلى 1.524 مليون زائر ومن المتوقع أن يصل العدد إلى ما يفوق 1.6 مليون على كامل العام. وأشارت الدراسة إلى أن التجزئة تتصدر قائمة الإنفاق بالنسبة للسائح السعودي، حيث تستحوذ على حوالي 45 % من مجمل إنفاقه خلال أيام إقامته في دبي.

وأشارت الدراسة إلى أن السياح من الولايات المتحدة استحوذوا على ما يقارب 20 % من إجمالي ما أنفقه سياح دبي خلال العام الماضي وبقيمة قدرت بحوالي 6.3 مليارات دولار، في حين كانت حصة السعوديين تقارب 15 % أو ما يعادل 4.7 مليارات دولار، وجاء سياح المملكة المتحدة في المركز الثالث باستحواذهم على ما يقارب 10 % من إجمالي إنفاق السياح الدوليين الذين زاروا دبي العام الماضي وبقيمة فاقت 3.1 مليارات دولار. بينما حل السائح القطري والصيني والكويتي في المراكز التالية بعد أن أنفقوا حوالي 4 % من الإجمالي أو ما يعادل 1.25 مليار دولار لكل منهم.

■ علي أبو منصر

■ رياض الفيصل

تعدد الأسواق

وقال علي أبو منصر رئيس مجلس إدارة شركة «فيجن لإدارة الوجهات» إن هناك العديد من العوامل التي ساهمت في استدامة النمو السياحي في دبي خلال الفترة الحالية رغم التحديات التي يمر بها القطاع السياحي منها على سبيل المثال اعتماد دبي على العديد من الأسواق حول العالم في تغذية التجاري في دبي مرونة الأسواق فنادقها ومرافقها السياحية وعدم ارتهانها إلى سوق معين، الأمر الذي مكنها من تعويض التراجع في بعض الأسواق مثل السوق الروسي من خلال أسواق أخرى مثل السوق الأفريقي والسوق الصيني الذي شهد التي تعتمد عليها الإمارة في التزود بالسياح، حيث استحوذت على 24% من إجمالي عدد زوار دبي، كما حافظت أوروبا الغربية على مكانتها كثاني أكبر منطقة مصدّرة للسياحة إلى دبي، بنسبة 21% من إجمالي الزوار الوافدين إلى الإمارة واستحوذت منطقة آسيا على 31 % من مجمل عدد الزوار في حين توزعت النسبة المتبقية على باقي المناطق. ومن المتوقع أن تستقبل دبي ما يفوق 15 مليون سائح خلال 2016 بنسبة نمو 5.6 %. كما أظهرت بيانات الدائرة نمو عدد السياح من منطقة آسيا بنسبة 16 % مقابل نمو عدد السياح من الخليج عند مستوى 6 % بينما ارتفع عدد سياح القارة العجوز بنسبة 4 % خلال العام الماضي. الجدير بالذكر أن مؤشر ماستركارد السياحي قد قدر إنفاق سياح دبي خلال العام الماضي عند 31.3 مليار دولار أو ما يعادل 115 مليار درهم بنمو 7.2 %، ما يجعلها الوجهة الأكثر استقطاباً لإنفاق السياح في العالم.

نقاط الجذب

قال غسان العريضي، الرئيس التنفيذي لشركة «ألفا لإدارة الوجهات» إن ما يميز دبي من بين الوجهات السياحية العالمية هو سعيها الدائم لإضافة المزيد من المشروعات ونقاط الجذب السياحي، الأمر الذي يزيد من تنوع المنتج السياحي على مدار العام، مشيراً إلى أن التوسع في الاستثمار شجع الكثير من الزوار على وضع دبي في قائمة مخططاتهم السياحية. وأضاف أن القطاع السياحي في دبي نجح في تجاوز التحديات الخارجية التي فرضتها التحولات الاقتصادية في العديد من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياحة.

هلال المري: تنويع الأسواق يمكننا من موازنة التحديات

قال هلال سعيد المري، المدير العام لدائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، إنه وبفضل استراتيجية الدائرة التي تركز على تنويع الأسواق المصدرة للسياح، تمكنا من موازنة التحديات التي واجهناها في بعض المناطق الجغرافية بحكمة، واستطعنا تحويل استثماراتنا نحو الأسواق التي تشهد نمواً في حركة السياحة إلى دبي، والتركيز أكثر على جذب شرائح محددة من السياح في الأسواق التي نوجد فيها. إضافة لذلك، ركزنا على ضمان وجودنا الملتزم في الأسواق التي تتمتع بمستويات عالية من الدخل الفائض، مثل الصين والأسواق ذات الإمكانات المستقبلية مثل نيجيريا واندونيسيا التي تمتلك قاعدة متنامية من السياح يمكن الاستفادة منها. وأضاف : "نحن محظوظون بتنوع الأسواق المصدرة للسياح، فهذا التنوع عامل صحي ويساهم في عدم اعتمادنا على سوق بحد ذاتها، سنواصل زيادة الرحلات الجوية، وتطبيق التسهيلات لإصدار تأشيرات الدخول، وتوسيع قاعدة العروض التي نقدمها لتلبي احتياجات جميع فئات السياح".

عصام كاظم: نركز على أكثر من 27 سوقاً محتملاً

قال عصام عبد الرحيم كاظم، المدير التنفيذي لدائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، إن دبي وضعت نصب أعينها استقطاب 20 مليون زائر بحلول العام 2020، حيث وضعت استراتيجية متنوعة لذلك الهدف، مضيفاً أن الإمارة لا تركز فقط على الأسواق الستة أو السبعة التقليدية الكبيرة التي يأتي منها السياح، وإنما بالإضافة إلى ذلك ، بدأنا في النظر إلى 20 سوقاً محتملة نسعى لاستقطاب زائرين منها من خلال معرفة ما يريده السياح في دبي وكيفية جذبهم. وأوضح أن قطاع السياحة متنوع ولا يعتمد على سوق واحد، فعلى سبيل المثال، عندما تراجعت قيمة الروبل، وانخفضت حركة تدفق السياح من روسيا، لجأت الإمارة إلى استقطاب السياح القادمين من أسواق أخرى مثل الصين والسعودية، ما عوّض عن انخفاض تدفق السياح الروس.

%20

تبلغ نسبة السياح المتكررين (الذين زاروا دبي أكثر من مرة) حوالي 20 % وهو ما يعادل 3 ملايين سائح خلال العام الماضي 2016، وهو ما يدل على جودة المنتج السياحي لدبي وتنوعه. فجذب السائح الذي زار المدينة من قبل يعتبر أصعب، لكن دبي استطاعت ذلك وبنسبة كبيرة وهي تملك من المقومات الكثيرة لرفع هذه النسبة أكبر وأكبر، وتعمل باستمرار على منح السائح تجربة جديدة كلياً في كل مرة يزور فيها المدينة.

575

من المتوقع أن يبلغ عدد سياح الرحلات البحرية أكثر من 575 ألف سائح خلال موسم 2017، بنمو 18 % مقارنة مع 487 ألف سائح زاروا الإمارة عبر البحر خلال العام الماضي، وفق إدارة السياحة البحرية، التابعة لدائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، التي توقعت أن يستمر النمو خلال الأعوام المقبلة، ليسهم في تحقيق الهدف الاستراتيجي لرؤية دبي السياحية 2020، الرامية إلى استقطاب 20 مليون زائر سنوياً بحلول عام 2020.

السائح السعودي ينفق 12 ألف درهم في كل زيارة

بلغ إجمالي إنفاق السياح السعوديين في دبي خلال العام الماضي نحو 4.7 مليارات دولار أو ما يعادل 17.3 مليار درهم، تمثل إنفاق 1.6 مليون سائح زاروا دبي بمتوسط 3300 دولار، أو ما يعادل 12 ألف درهم، لكل سائح خلال الرحلة الواحدة.

وكانت أشارت دراسة أجرتها شركة «نتوورك انترناشيونال» العالمية المتخصصة في حلول الدفع الإلكتروني، أكدت أن السائح السعودي يعتبر ثاني أكثر السياح إنفاقاً مقارنة مع نظرائه من سياح دبي، حيث يبلغ متوسط إنفاقه حوالي 3300 ألف دولار لكل رحلة، في حين حل السائح الأمريكي في المركز الأول بحوالي 9 آلاف دولار أو ما يعادل 33 ألف درهم ثم السائح البريطاني والقطري ثم الصيني والكويتي والروسي.

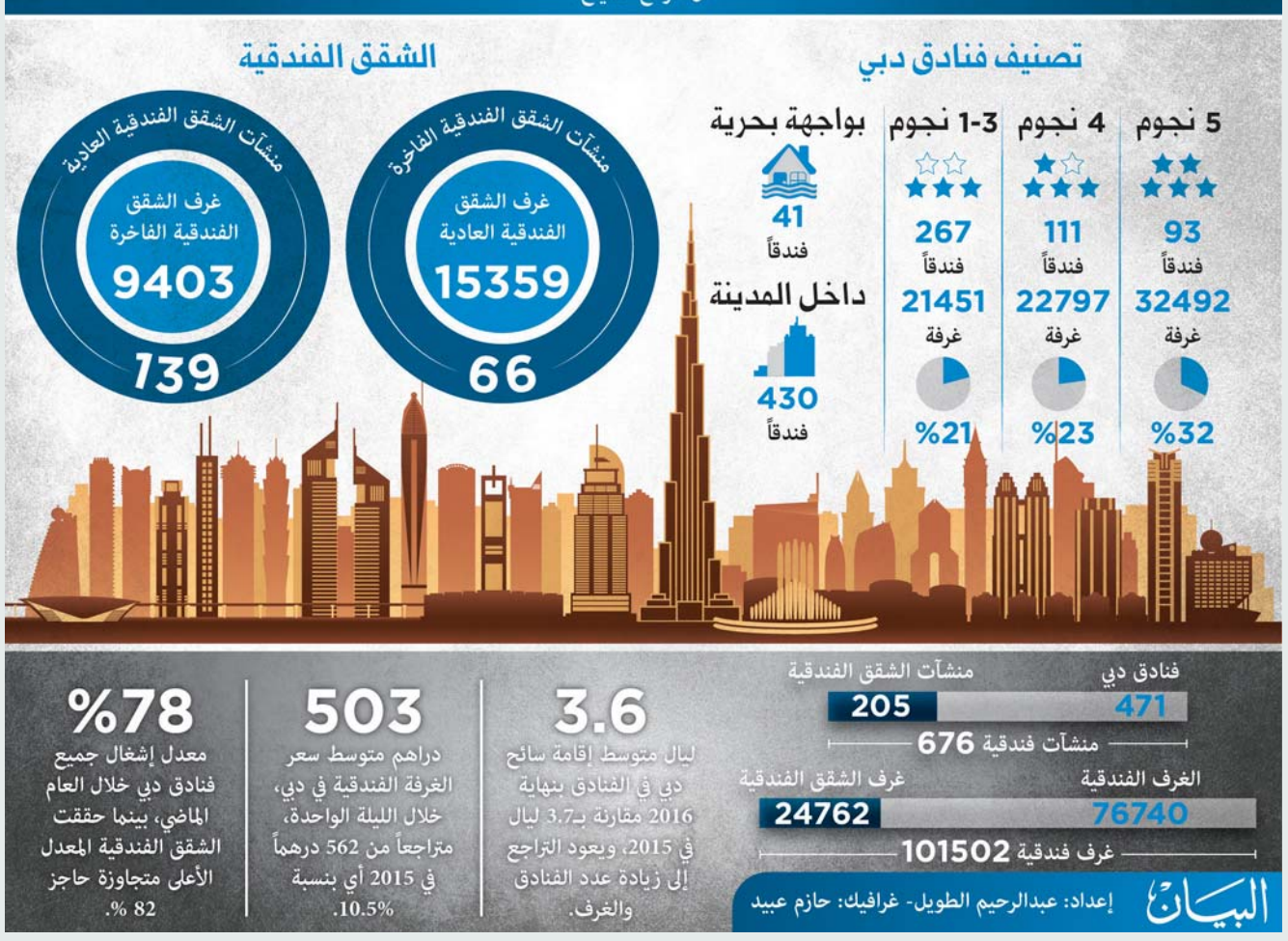
وبحسب الإحصائيات الصادرة عن دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي مؤخراً، فقد حلت المملكة السعودية في المركز الثاني في قائمة الأسواق المصدرة للسياح إلى دبي خلال الفترة ما بين يناير إلى نوفمبر من العام

ـــي أمام الهزات الاقتصادية

ـــن أوروبا

محفظة فندقية متنوعة تلائم الجميع

تعتبر دبي واحدة من أكثر المدن عالمياً، من حيث عدد المنشآت والغرف الفندقية، حيث تحتل المركز الأول إقليمياً، والسادس عالمياً، كما تطمح إلى أكثر من هذا الترتيب عبر خطط استراتيجية، بزيادة عدد الغرف سنوياً بأرقام كبيرة، لكن المميز في محفظة دبي الفندقية تنوعها، لتشمل الفنادق الفاخرة والاقتصادية، مستهدفة كل شرائح السياح.



■ تراجع أسعار فنادق دبي 10 % العام الماضي ساهم في تعزيز جاذبيتها السياحية

■ 115 ملياراً إنفاق السياح في 2016 بنمو 7 % مقارنة مع 2015

■ غسان العريضي

■ ديفيد برنس

تحسناً كبيراً خلال الشهور الماضية بحيث بات من الأسواق الرئيسية بالنسبة للقطاع السياحي في الإمارة، وهو الأمر الذي تعزز بعد إعفاء السائح الصيني من التأشيرة السياحية.

وأضاف أبو منصر أن السبب الثاني في استمرارية النمو السياحي يرجع إلى مواصلة نمو وتوسع الناقلات الوطنية من حيث عدد الوجهات ووصولها إلى أسواق جديدة لم تكن ترتبط بالإمارة بخطوط مباشر وهو ما ساعد الإمارة على اكتشاف أسواق سياحية لم تكن معروفة من قبل مثل أسواق رابطة الدول المستقلة.

تنوع المنتج

وأضاف أبو منصر أن السبب الثالث في نجاح القطاع السياحي في دبي يرجع إلى تنوع المنتج السياحي الذي يتناسب مع مختلف الشرائح السياحية بما فيها الأطفال والعائلات ورجال الأعمال، مشيراً إلى وجود أنماط سياحية لم تكن معروفة من قبل مثل السياحة العلاجية والرياضية التي باتت تساهم في تعزز النمو السياحي في الإمارة.

ومن جهته قال ديفيد برنس نائب الرئيس الإقليمي لروتانا في دبي والمناطق الشمالية إن هناك العديد من التحديات التي يواجهها القطاع الفندقي والسياحي بشكل عام، مشيراً إلى أن دبي نجحت في تجاوز هذه التحديات وتمكنت من تحقيق نسب نمو جيدة من خلال تنوع المنتج السياحي الذي تقدمه والذي ساهم في استقطاب شرائح سياحية جديدة.

وأضاف أن دبي نجحت في اختراق أسواق سياحية جديدة بدعم من توسع الناقلات الوطنية، لذلك نلاحظ وجود نمو في أعداد السياح الآسيويين القادمين إلى دبي بالإضافة إلى وجود تحسن في أعداد السياح الروس ونمو في أعداد السياح من منطقة أميركا اللاتينية وأفريقيا، مؤكداً أن هذه الأسواق لم تكن معروفة قبل افتتاح خطوط الطيران الوطنية لرحلات مباشرة مع هذه الدول. وأوضح برنس أن استمرار ضخ الاستثمارات الحكومية والخاصة في تطوير البنية التحتية وفي المشاريع الترفيهية حتى في أصعب الظروف ساهم في استدامة نمو القطاع السياحي من خلال استقطاب شرائح سياحية جديدة.

وقال رياض الفيصل رئيس وصاحب شركة «أصايل للسياحة» إن سياحة دبي نجحت في اعتماد سياسة المرونة سواء فيما يتعلق بالخيارات الفندقية أو الخيارات على صعيد شركات الطيران أو حتى توزيع الجهود التسويقية في مختلف الأسواق، مشيراً إلى أنه بات بإمكان السائح الاختيار بين أكثر من شركة طيران في ظل تعدد الخيارات الموجودة بين شركات الطيران التجاري والاقتصادي، كما وبات بإمكان السائح الاختيار بين الفئة الفندقية التي يريدها في ظل تعدد الخيارات بين الفاخر والمتوسط بالإضافة إلى أنه أصبح بالإمكان الاختيار بين الوجهات الترفيهية أو الأعمال أو العائلية وغيرها.

تخفيض الأسعار

وأوضح الفيصل أنه على الرغم من التأثير المباشر الذي خلّفه ارتفاع سعر الدولار على القطاع السياحي بالإضافة إلى ظروف عدم الاستقرار في بعض دول المنطقة إلا أن مرونة القطاع السياحي حافظت على استمرارية نموه بدعم من توسع الناقلات الوطنية التي تسعى باستمرار إلى الوصول إلى وجهات جديدة.

وقال إن تجاوب القطاع الفندقي مع ظروف ارتفاع الدولار من خلال تخفيض الأسعار والتي وصلت إلى أكثر من 10% ساهم في محافظة الإمارة على أسواقها السياحية التقليدية إلى جانب اكتشافها أسواقاً جديدة. وأضاف الفيصل أن اعتماد دبي استراتيجية تسويقية جديدة تقوم على زيادة التركيز على أسواق بديلة ساهم في نجاح الإمارة في تعويض التراجع في الأسواق المتضررة، مثل تفعيل الترويج في السوق الصيني والسوق الخليجي، إضافة إلى ابتكار برامج سياحية بأسعار تنافسية من أجل المحافظة على استمرارية التدفق السياحي إلى الدولة.

■ 150

استقبلت دبي العام الماضي حوالي 15.2 مليون سائح وفق تقديرات دائرة السياحة، ويتوزعون على أكثر من 150 دولة حول العالم، ما يجعل الإمارة بين الوجهات الأكثر تنوعاً عالمياً.

■ 20

تسعى دبي إلى مضاعفة عدد السائحين إليها بحلول عام 2020، ليصل إلى 20 مليوناً مقارنة بحوالي 15 مليوناً استقبلتهم العام الماضي.

■ %7.5

معدل النمو السنوي في التدفقات السياحية التي تستهدفه دبي خلال الفترة ما بين العام الجاري و2020 بالإضافة إلى تحقيق معدل نمو سنوي في عدد غرفها الفندقية بنحو 8.7 %.

14 مليار درهم الاستثمارات السياحية 2017

من المتوقع أن يبلغ إجمالي الاستثمارات في القطاع السياحي بإمارة دبي بنهاية العام الجاري، ما يقارب 14 مليار درهم، على أن تستحوذ على 46 % من إجمالي الاستثمارات السياحية والفندقية في دولة الإمارات، والتي تبلغ قيمتها 30 مليار درهم. وتبلغ نسبة نمو الاستثمارات السياحية في دبي، نمت بنسبة 2.8 %، مقارنة مع العام الماضي، على أن تنمو إلى ما يقارب 15 مليار درهم العام المقبل 2018، بنسبة نمو 6.8 %، وتواصل الصعود بنفس النسبة، إلى أن تصل إلى 17 مليار درهم بحلول عام 2020. وهو ما يعني أن دبي ستستثمر حوالي 62 مليار درهم ما بين 2017، إلى غاية 2020. وتوقع تقرير لمجلس السفر، أن تصل عوائد القطاع السياحي في دبي خلال العام الجاري، إلى 26.4 مليار درهم بنهاية العام الجاري، بنمو 5.7 %، مقارنة مع 25 مليار درهم العام الماضي، على أن تصل إلى 26.4 مليار درهم العام المقبل 2018، ثم تواصل النمو بنفس النسبة سنوياً، إلى أن تصل إلى 31.2 مليار درهم بحلول 2020. وهو ما يعني أن عوائد القطاع السياحي في دبي، ستبلغ ما يفوق 115 مليار درهم، خلال السنوات ما بين 2017 إلى 2020.

منتج فندقي يلائم الجميع

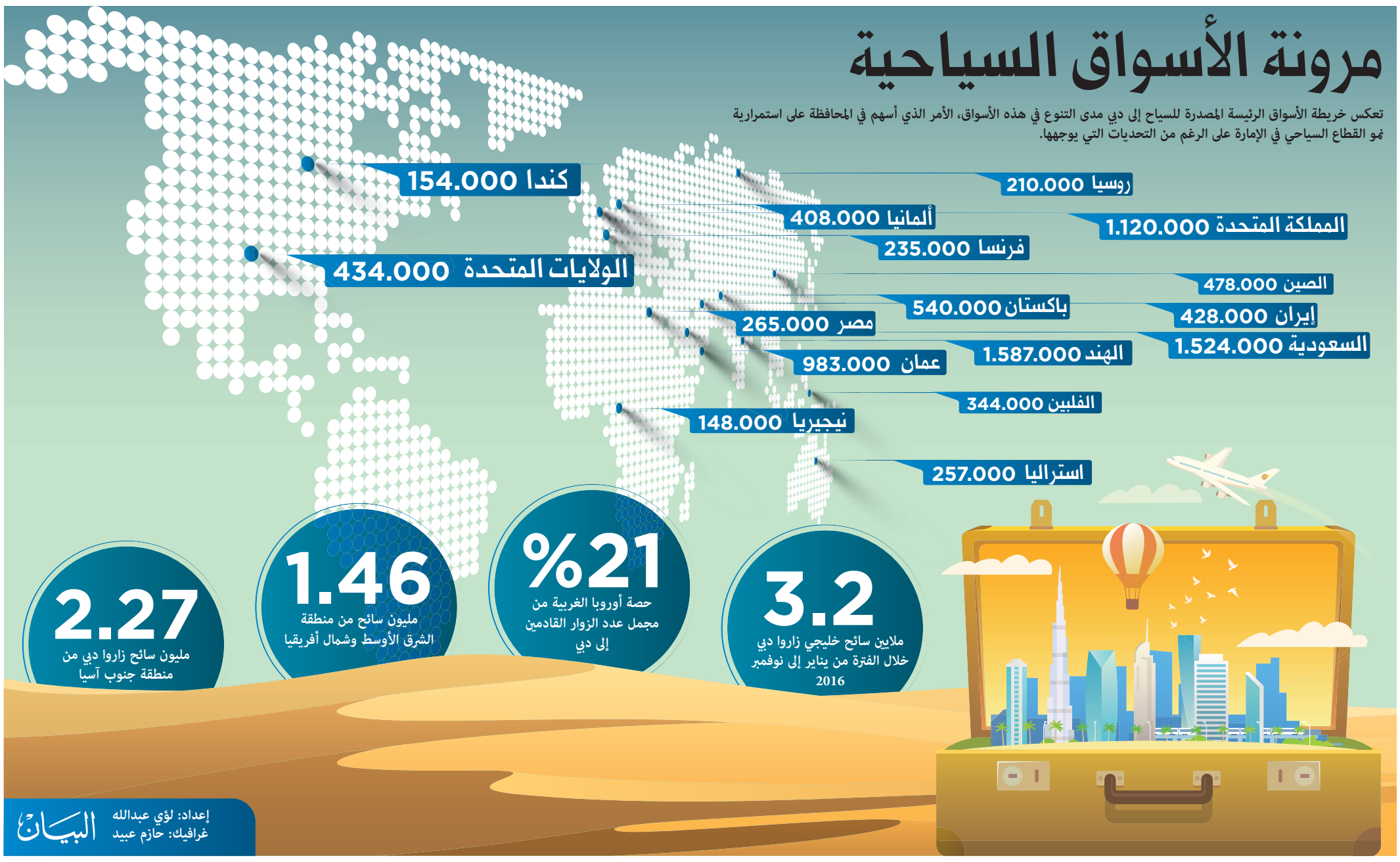
تملك دبي أكثر من 100 ألف غرفة فندقية في الوقت الراهن، وهو ما يضعها ضمن قائمة تضم 10 وجهات سياحية فقط في العالم تملك محفظة فندقية بهذا الحجم. وما يميز هذه المحفظة تنوعها، حيث تصل حصة الفنادق الفاخرة (5 نجوم) حوالي 32%، مقابل 22% للفنادق الأربع نجوم، ومثلها للفنادق من فئات النجمة والنجمتين والثلاث نجوم. كما تقدم الإمارة منتجاً يفضله السائح الخليجي، حيث توفر حوالي 9600 شقة فندقية عائلية من الفئة الفاخرة، و16 ألفاً من الفئة العائلية. وليس هذا فحسب فدبي أيضاً تملك ما يفوق 1600 منزل للعطلات، والذي يتمثل في فيلا يرغب صاحبها في تأجيرها كشقة فندقية، وهو الأمر الذي يناسب السائح الخليجي أو العربي الذي يزور دبي مصطحباً معه عائلته. ومستقبلاً، تخطط دبي إلى الاستمرار في تعزيز محفظتها الفندقية سواءً من حيث الكم أو الكيف، حيث تستحوذ الإمارة على ما يقرب من 26% من مجمل عدد المشاريع الفندقية قيد الإنشاء في منطقة الشرق الأوسط.

سائح دبي الأكثر إنفاقاً عالمياً

حل سائح دبي في المركز الأول عالمياً في مؤشر متوسط الإنفاق، حيث ينفق السائح الذي يزور دبي ما يقارب 2050 دولاراً على كل زيارة إلى دبي، مقارنة بنحو 1450 دولاراً للوجهة التي حلت في المركز الثاني وهي نيويورك الأميركية، ما يعني أن دبي تفوقت بحوالي 40% على أقرب منافسيها حسب دراسة لشركة ماستركارد العالمية.

وجاءت العاصمة التايوانية تايبي في المركز الثالث بمتوسط إنفاق لسائحها يصل إلى 1300 دولاراً، ثم سائح العاصمة الكورية الجنوبية سيول بنحو 1200 دولار. أما في المركز الخامس فجاء سائح العاصمة اليابانية طوكيو والذي ينفق حوالي 1150 دولاراً كل مرة يزور فيها طوكيو. وجاءت برشلونة الإسبانية في المركز السادس بمتوسط إنفاق 1130 دولاراً، تلتها سنغافورة بـ1030 دولاراً.

وأظهرت الدراسة أن العاصمة البريطانية لندن حلت في المركز الثامن، حيث ينفق سائحها حوالي 990 دولاراً في الزيارة الواحدة، تلتها العاصمة الماليزية كوالالمبور، بـ945 دولاراً، ثم هونغ كونغ بـ815 دولاراً والعاصمة الفرنسية باريس بحوالي 715 دولاراً تلتها بانكوك التايلاندية بـ690 دولاراً وأخيراً الوجهة التركية إسطنبول والتي ينفق سائحها بمتوسط 630 دولاراً في الزيارة الواحدة. وكإجمالي، حلّت دبي في المركز الأول كأكبر الوجهات السياحية في العالم من حيث معدل إنفاق الزوار الدوليين خلال العام الماضي، بحوالي 31.3 مليار دولار، وبنسبة نمو تصل إلى 11%، مقارنة بالعام 2015. متوفقة بذلك على لندن والتي أنفق سياحها 19.7 مليار دولار، ثم نيويورك بـ18.5 ملياراً متبوعة ببانكوك بإجمالي إنفاق 14.8 مليار دولار ثم طوكيو في المركز الخامس بحوالي 13.5 مليار دولار. ووفق الدراسة استمرت دبي في الصدارة العالمية للعام الخامس على التوالي، حيث بلغ إجمالي إنفاق السياح خلال العام 2012 حوالي 23 مليار دولار، ثم ارتفع في العام 2013 ليصل إلى 26.7 مليار دولار، في حين وصل إلى 27.1 ملياراً في 2014، ثم 28.2 مليار دولار خلال العام 2015 قبل أن يغلق العام الماضي على 31.3 مليار دولار، وبذلك يبلغ معدل النمو السنوي لإجمالي إنفاق السياح القادمين إلى دبي خلال السنوات الخمس الماضية إلى ما يقارب 9%.



السياحة الداخلية
تعيد رسم المشهد في دبي

قال خبراء في قطاع السياحة والسفر إن السياحة الداخلية تلعب دوراً رئيساً في رسم المشهد السياحي في الدولة بشكل عام، وفي دبي بشكل خاص، وتعزز دورها بعد افتتاح المعالم السياحية الأخيرة في دبي، التي أصبحت قادرة على توفير المنتج السياحي لمختلف أفراد العائلة دون الحاجة للسفر إلى دول أخرى.

وأضاف الخبراء أن السوق المحلي مع السوق الخليجي من أهم روافد المرافق الفندقية والترفيهية في دبي، وتمكنت من تعويض التباطؤ في تصدير السياح من قبل بعض الأسواق، نتيجة ما تعانيه من أزمات اقتصادية، مشيرين إلى أن مساهمة السياحة الداخلية والخليجية تصل إلى أكثر من 70% من نسب الإشغال الفندقي خلال فترة الأعياد.

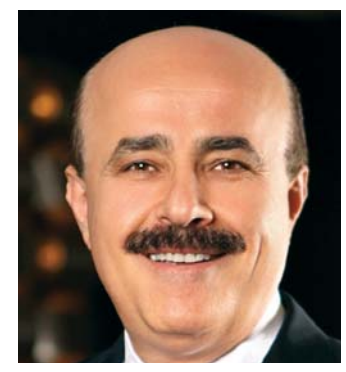
وأوضح الخبراء أن العائلات المقيمة في الإمارات نجحت في حمل القطاع والخروج به إلى بر الأمان خلال الأزمات الاقتصادية، الأمر الذي أسهم في زيادة ثقة المستثمرين بالقطاع، ودفعهم إلى ضخ مزيد من الاستثمارات.

■ زيادة ملموسة في السياحة المحلية | البيان

صمام أمان

وقال حسين هاشم مدير عام فندقي «البندر روتانا» و«أرجان روتانا» في دبي إن نسبة السياحة الداخلية خلال الإجازات القصيرة تصل إلى نحو 30% من مجمل نزلاء الفنادق، الأمر الذي يؤكد أهمية السوق المحلي رسم المشهد السياحي في الإمارات بشكل عام، وفي دبي بشكل خاص.

وأضاف هاشم، إن الأيام العادية تشهد تنوعاً في جنسيات النزلاء، ولكن غالباً ما يأتي السائح السعودي في صدارة النزلاء، يليه السائح من المملكة المتحدة، ثم من باقي الأسواق، مشيراً إلى أن السياحة الداخلية والخليجية شكلت صمام أمان للقطاع الفندقي في الوقت، التي تراجعت فيه بعض الأسواق عن تصدير السياح إلى دبي نتيجة ظروفها الاقتصادية.


■ حسين هاشم

■ محمد عوض الله

وقال محمد عوض الله، الرئيس التنفيذي لمجموعة تايم للفنادق إن السياحة الداخلية تلعب دوراً كبيراً في رسم المشهد السياحي في دبي، مشيراً إلى أن نحو 15- 20% من نزلاء فنادق المجموعة حالياً من العائلات المواطنة والمقيمة في الإمارات، وترتفع هذه النسبة بشكل كبير خلال الأعياد.

فريق تسويق

وأوضح عوض الله أن المجموعة خصصت فريقاً للتسويق في أبوظبي والعين بهدف استقطاب العائلات المواطنة والمقيمة في هذه المناطق، الأمر الذي أسهم في تعزيز نسب الإشغال وتعويض التراجع في بعض الأسواق لا سيما الأسواق الروسية.

وأضاف عوض الله أن تراجع أسعار الغرف الفندقية في دبي أسهم في تعزيز دور السياحة الداخلية خاصة في ظل افتتاح مزيد من المعالم السياحية، التي شكلت حاضنة للسياحة العائلية بشكل خاص.

وأضاف عوض الله، إن الذي يميز القطاع السياحي في دبي هو عدم اعتماده على سوق معين بل إن ضيوف الفندق يتوزعون على العديد من الجنسيات الخليجية والأوروبية وحتى من أميركا اللاتينية والصين وروسيا وغيرها، مشيراً إلى أن السائح السعودي يبقى في صدارة هذه الأسواق.

شغف لا ينتهي

رغم تطور إمارة دبي وظهورها على الساحة الدولية ونجاحها في تحقيق معدلات تنموية عالية وتأسيس بنية تحتية على أعلى مستوى وشغف الزوار الذي لا ينتهي بها أبداً كونها تجمع بيت تطور الغرب وسحر الشرق.. لكنها مع هذا تبدو وكأنها تعيش حياتها الخاصة بموازاة حياة أبنائها وضيوفها.

إذ يمكن رصد لمحات سريعة لأهل مدينة دبي وتفاصيل حياتهم العصرية دون تخليهم عن عراقة تراثهم الضارب في أعماق التاريخ. ودبي تعد بمثابة مزيج مثالي بين القديم والحديث في مشهد يبهر الزائرين من جميع أنحاء العالم فهي تجمع بين الثقافة العربية والأنماط العالمية المتطورة المنتقاة بشكل مميز التي تضيف عليها لمسة من الأناقة غير المسبوقة لترسم لوحة فنية تعد الأكثر إثارة في العالم. وتجمع إمارة دبي أيضا بين سحر الشرق والأخذ بالتكنولوجيا الحديثة. أما في الجو فإن دبي تقود ثورة بمجال الطيران المدني في القرن الـ 21 وهي مصرة على تغيير مشهده لأن رؤيتها تعانق السماء لذا تجدها الآن تعمل على قدم وساق نحو تحقيق حلم بناء المطار الأكبر في العالم.

دبي - وام

600

قالت دائرة السياحة والتسويق التجاري في دبي إنها تستهدف استقطاب مليون سائح بحري إلى إمارة دبي بحلول عام 2020 وهو الأمر الذي يأتي في الطريق الصحيح نحو تحقيق رؤية دبي السياحية 2020. وبدءاً من موسم 2017/ 2018، سوف يتم تشغيل الرحلات السياحية إلى الجزر اليونانية والتركية، وهي الأولى من نوعها، التي ستقدم رحلات لثلاث أو أربع ليال في المنطقة. من المتوقع أن يرتفع عدد سياح الرحلات البحرية في دبي بنهاية الموسم الحالي إلى 600 ألف سائح، في حين سيصل عدد رحلات البواخر السياحية إلى 157 رحلة خلال الموسم السياحي 2017/2016. دبي - البيان

نمو السياحة البحرية يعزز التنوع

أسهم نمو قطاع السياحة البحرية في دبي في تعزيز استراتيجية الإمارة، التي تستهدف التنوع في المنتجات السياحية، بهدف استقطاب أكبر شريحة ممكنة من الزوار نحو تحقيق رؤية دبي السياحية 2020، التي تستهدف الوصول إلى 20 مليون سائح.

ونجحت الإمارة في استقطاب شركات سفن بحرية من الأسواق الرئيسة، حيث تعمل إدارة السياحة البحرية مع شركات عالمية مثل «سليبريتيز كروزس»، و«برنسيس كروزس»، و«رويال كاريبيان انترناشيونال»، الأمر الذي شكل ركيزة أساسية في التنوع السياحي خاصة أن هذه السفن تنظم جولات سياحية عبر دول مختلفة.

■ الإمارة نجحت في استقطاب شركات سفن بحرية من الأسواق الرئيسة | البيان

وتمكنت دبي من ترسيخ مكانتها كونها وجهة متميزة في قطاع السياحة البحرية، من خلال مجموعة من المقومات الفريدة، تشمل البنية التحتية المتطورة والشمس الساطعة على مدار العام، ومناطق الجذب الاستثنائية، بما في ذلك «برج خليفة» أطول مبنى في العالم، و«مول دبي»، أضخم مركز تسوق في العالم وغيرها من المعالم السياحية، التي تم افتتاحها مؤخراً مثل دبي باركس اند ريزورت، وأي ام جي عالم من المغامرات وغيرها.

وشهد موسم السياحة البحرية 2015/ 2016 نمواً في إعداد السياح بنسبة 19% مقارنة مع موسم 2014/ 2015 بالتزامن مع نمو عدد الرحلات بنسبة وصلت إلى 24%.

ويرجع السبب الأساسي في هذا النمو إلى اعتماد الدولة تأشيرة متعددة الزيارات لدولة الإمارات، التي فتحت الباب أمام أسواق ناشئة مثل الهند، والصين، وأميركا الجنوبية وروسيا.