

الاستراتيجية الخليجية للسياحة



ترتبط دول المجلس بعضها ببعض من خلال موقعها الجغرافي،
وتاريخها، وثقافتها مما يثبت بأنها تتمتع بإمكانات سياحية
هائلة



منتجات سياحية غنية ومتنوعة

لا تزال العديد من المواقع والمناظر الطبيعية والتجارب في دول المجلس غير معروفة في أنحاء العالم رغم أنها تتمتع بإمكانات سياحية عالية.

تاريخ وثقافة وتراث مشترك

بما أن دول المجلس تقع في شبه الجزيرة العربية، فإن تاريخها وثقافتها المشتركة تمتدان من الماضي إلى الحاضر. وبالتالي لدى شعوب دول الخليج أنماط معيشة وقيم وتفضيلات متشابهة.

موقع جغرافي مشترك

تعتبر الحدود الجغرافية مشتركة بين العديد من الدول، إلى جانب التشابه في أحوال الطقس، والتضاريس وأوقات الرحلات القصيرة بين الدول.



المنهجية: قمنا بإجراء تحليل متعمق عبر أبعاد عديدة لتطوير إطار العمل المقترح للاستراتيجية السياحية الخليجية





استراتيجية السياحة الخليجية – الوضع الحالي

التحليل الرباعي: بناءً على مرئيات دول مجلس التعاون الخليجي، تم تحديد نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر في القطاع السياحي





5 إطار عمل استراتيجية السياحة الخليجية

استراتيجية السياحة الخليجية - المعايير العالمية

تعتبر أطر العمل التي تم قياسها حديثاً وطموحة. ولا يمكن تقييم تأثيرها بشكل كامل حتى الآن.

الأولويات الاستراتيجية الرئيسية في الخطط الاستراتيجية السياحية من عدد من المنظمات الإقليمية

3 الاتحاد الإفريقي (AU)



هوية سياحية تنافسية على المستوى العالمي

1. تطوير هوية سياحية إفريقية تنافسية على المستوى العالمي
2. ضمان أن تكون السياحة الإفريقية مستدامة وشاملة وإحدى ركائز التكامل الإقليمي
3. صياغة السياسة السياحية التمكينية، وإطار العمل التنظيمي والمؤسسي

2 الاتحاد الأوروبي (EU)



الاستدامة السياحية

1. تعزيز التنافسية في القطاع السياحي الأوروبي
2. ترويج تطوير السياحة المستدامة والمسؤولة وعالية الجودة
3. تعزيز صورة أوروبا كمجموعة من الوجهات السياحية المستدامة عالية الجودة
4. تطوير السياسات المالية للاتحاد الأوروبي من أجل التنمية السياحية

1 رابطة دول جنوب شرق آسيا (آسيان) (ASEAN)



التعاون كوجهة سياحية

1. تعزيز تنافسية دول جنوب شرق آسيا كوجهة سياحية واحدة
2. ضمان أن تكون سياحة دول جنوب شرق آسيا مستدامة وشاملة

استراتيجية السياحة الخليجية – المعايير العالمية

الإنجازات السابقة من التعاون متعدد الأطراف

العوائد من التعاون (دليل): حقق العمل الموحد على المستوى متعدد الأطراف في الماضي نتائج ملموسة في قطاع السياحة

الترويج، العروض

البرنامج السياحي لأمريكا الوسطى

Centromérica

مبادرة داخل المنطقة للترويج للسياحة متعددة الجهات من خلال عروض مخصصة وحملات تسويقية مشتركة على المستويين الإقليمي والعالمي

+4.7%



زيادة سنوية في العائدات السياحية على المنطقة 1

الترويج

عام السياحة بين الاتحاد الأوروبي والصين



2018 الجهود المشتركة للتسويق والترويج وتسهيل إجراءات السفر لتحفيز التدفقات السياحية بين دول الاتحاد الأوروبي والصين

+5.1%



تدفقات سياحية موجهة 2

الوصول

السفر باستخدام الهوية الوطنية لمواطني دول مجلس التعاون الخليجي



سياسة حرية التنقل بين دول الخليج لمواطني دول مجلس التعاون الخليجي باستخدام بطاقة لهوية الوطنية

+7.1%



معدل النمو السنوي المركب للتدفقات السياحية متعددة الجهات 3



5 إطار عمل استراتيجية السياحة الخليجية

استراتيجية السياحة الخليجية - القيمة المقترحة

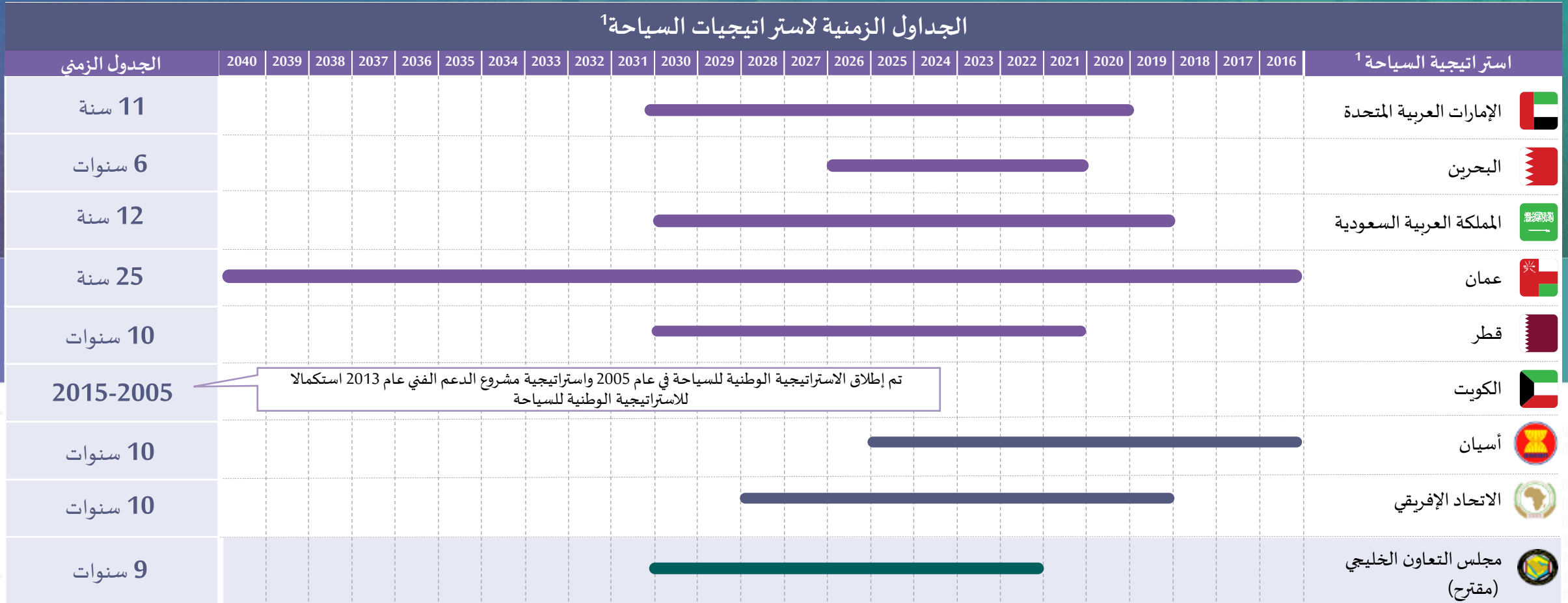
القيمة المقترحة: تتميز السياحة الخليجية بتكامل وتنوع عروضها التي يمكن الاستمتاع بها عبر الرحلات متعددة الوجهات



نماذج تفصيلية في الشرائح القادمة

نماذج تفصيلية في الشرائح القادمة





ملاحظات: 1- تشير إلى استراتيجيات السياحة المتوفرة (انظر قسم "طموح الاستراتيجية" للمزيد من التفاصيل)

استراتيجية السياحة الخليجية – طموح الاستراتيجية الخليجية

الأهداف المشتركة: تشمل استراتيجيات السياحة الخليجية على مواضيع وأهداف متداخلة، مما يشير إلى إمكانيات كبيرة للتعاون

الأهداف السياحية المشتركة (مجموعة مختارة)

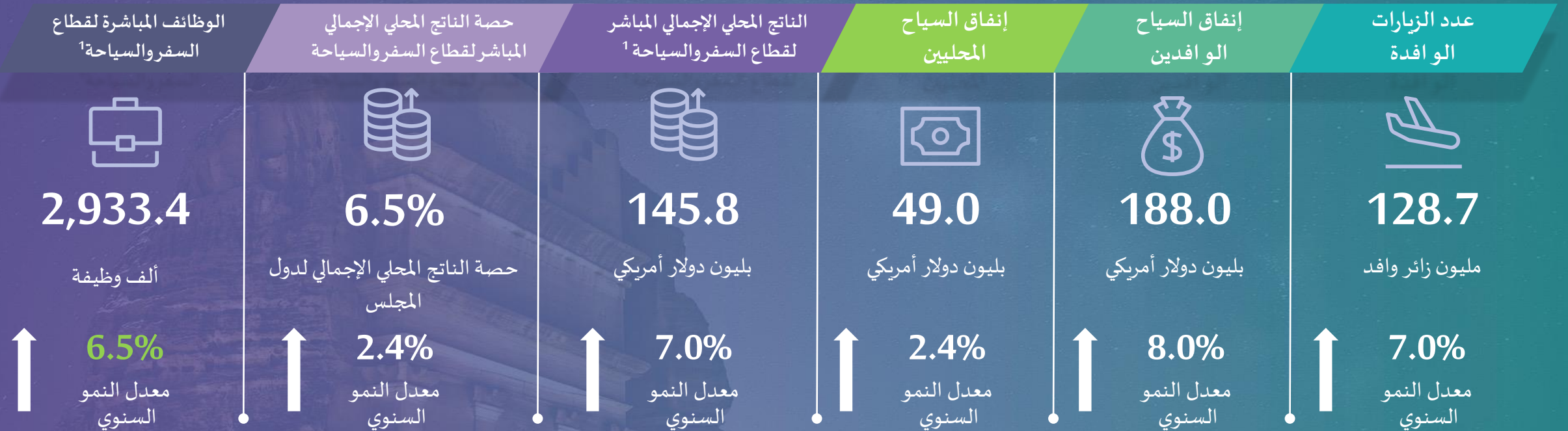
المواضيع الرئيسية المشتركة في جميع استراتيجيات السياحة الخليجية



استراتيجية السياحة الخليجية – طموح الاستراتيجية الخليجية



طموح دول مجلس التعاون الخليجي 2030: ستة
أرقام رئيسية تعرض تطلعاتنا المشتركة وتقدم رؤية يتم
دعمها من خلال التعاون الخليجي



البيانات التاريخية لعام 2019 (للمقارنة)



1- يشير إلى صناعة السفر والسياحة على أساس تعريف WTTC للمساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي والعمالة المباشرة (على التقييم من إجمالي المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي والعمالة
2- إذا تم النظر في الإعلان العام لطموح دول مجلس التعاون الخليجي المقترح 2030 (الأهداف العددية) ، فيمكن تطبيق خصم 20٪ على جميع أهداف العنوان الموضحة في هذه الصفحة ، لضمان إمكانية تحقيق الأرقام المشتركة بشكل عام
المصدر: تحليل دول مجلس التعاون الخليجي
3- لم يتم احتساب الانفاق المحلي وانفاق السياح الوافدين المقدمة من دولة قطر لعدم تورها بشكل منفصل.

استراتيجية السياحة الخليجية – طموح الاستراتيجية الخليجية

مؤشرات الأداء الاستراتيجية: تم اقتراح 9 مؤشرات أداء وتحليل طموح 2030 المحتمل

السياق



مؤشرات الأداء الخليجية الاستراتيجية المقترحة



إنفاق السياح المحليين



إنفاق السياح الوافدين



عدد الزيارات الوافدة



الوظائف المباشرة بقطاع
السفر والسياحة



حصة الناتج المحلي الإجمالي
المباشر لقطاع السفر والسياحة



الناتج المحلي الإجمالي المباشر
لقطاع السفر والسياحة



رحلات متعددة البلدان في دول
المجلس²



التدفقات الوافدة من خارج
دول المجلس¹



التدفقات الوافدة من داخل
دول المجلس¹

- قدمت العديد من دول المجلس مرئيات وملاحظات محددة لإدراج مؤشرات الأداء الرئيسية و/أو الأهداف التي من شأنها توضيح طموح واتجاه استراتيجية السياحة الخليجية
- اختيرت 6 مؤشرات أداء رئيسية مستمدة من البيانات كما تم التنبؤ بطموح دول المجلس 2030 بناءً على الأهداف السياحية المعلنة لكل دولة من دول المجلس

- تعد الـ 3 مؤشرات الأداء التالية من أهم طرق قياس الأداء للمساعدة في تحديد فوائد التعاون متعدد الأطراف في دول المجلس.
- لا توجد آلية لحساب البيانات في المؤشرات التالية، لذا نقترح إنشاء مبادرة بين دول المجلس لجمع واستخراج هذه البيانات.

استراتيجية السياحة الخليجية - الأهداف والطموحات



إطار عمل استراتيجية السياحة الخليجية: يعتبر إطار العمل الاستراتيجي الموحد قائم على التحليلات السابقة لكافة المكونات ذات الصلة



5 إطار عمل استراتيجية السياحة الخليجية

المدخلات الاستراتيجية

المخرجات

استراتيجية السياحة الخليجية - الأهداف والطموحات

إطار العمل المقترح: تهدف استراتيجية السياحة الخليجية إلى خلق أطر تعاون طويل الأمد لتمكين التنمية المستدامة لقطاع السياحة

جعل دول مجلس التعاون الخليجي الوجهة السياحية الرائدة على مستوى العالم للسياح الإقليميين والعالميين

الرؤية



التعاون بشأن الأولويات السياحية الخليجية المشتركة لتعزيز أهمية قطاع السياحة بشكل عام، والتدفقات السياحية داخل دول المجلس، والاستثمارات الوافدة، ومكانة قطاع السياحة الخليجية عالمياً، مما يساهم في التنوع والنمو الاقتصادي لدول المجلس

المهمة



4 جذب الاستثمارات
والقطاع الخاص

جذب التمويل السياحي وتفعيل
دور القطاع الخاص

3 تطوير العروض 1
والبرامج السياحية

تطوير وتكامل المنتجات المقدمة
والتجربة السياحية للزائر وتعزيز
مميزات كل دولة من دول المجلس

2 الترويج

تعزيز صورة دول مجلس التعاون
وهويتها وجاذبيتها كوجهة سياحية
للسياح الوافدين (الدوليين)
والمقيمين في دول المجلس

1 الوصول

تسهيل إجراءات الربط
والوصول، تعزيز البنية التحتية
لمرافق وخدمات النقل

الركائز
الاستراتيجية



5 رأس المال البشري

تطوير القوى العاملة من خلال برامج بناء القدرات

عوامل
التمكين



6 السياسات، واللوائح، والمعايير، والبيانات

التعاون في مجال السياسات واللوائح والتشريعات السياحية الخليجية، ومعايير جودة القطاع السياحي، وتبادل البيانات

1- المنتجات السياحية هي مختلف السلع والخدمات والمرافق وأماكن الجذب والوجهات السياحية التي تستقطب السياح وتلبي احتياجاتهم أثناء رحلاتهم.
المصدر: بناء على استخدام مكتب العمل الدولي للمصطلحات "منتجات" و"عروض"