



منتدى فقه الاقتصاد الإسلامي 2015 م

دبي وجهة سياحية عائلية عالمية

إعداد

الدكتور عادل عبد الجواد محمد الكردوسي

خبير بوزارة الشؤون الاجتماعية الإماراتية

حَقُّوْا الطَّبِيْعَ مَحْفُوْظَةً

لدائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري بدبي

هاتف: ٦٠٨٧٧٧٧ ٤ ٩٧١ + فاكس: ٦٠٨٧٥٥٥ ٤ ٩٧١ +
الإمارات العربية المتحدة ص. ب: ٣١٣٥ - دبي
www.iacad.gov.ae mail@iacad.gov.ae



هَذَا الْبَحْثُ يَعْبرُ عَنْ رَأْيِ صَاحِبِهِ

وَلَا يَعْبرُ بِالضَّرُورَةِ عَنْ رَأْيِ دَائِرَةِ الشُّؤْنِ الْإِسْلَامِيَّةِ وَالْعَمَلِ الْخَيْرِيِّ بِدُبَيِّ



تمثل السياحة العائلية إحدى أنماط السياحة التي أخذت العديد من دول العالم الاتجاه نحو الاهتمام بها من خلال العمل على توفير متطلباتها والأسس التي تساهم في جذب هذا النوع من السياحة، وذلك بالعمل على توفير ما تحتاجه العائلة من احتياجات تغطي طلبات جميع أفراد العائلة.

واحتوى هذا البحث على مقدمة وأربعة أقسام هي؛ القسم الأول: أسس صناعة السياحة، والقسم الثاني: دبي مقصد سياحي عالمي متميز، والقسم الثالث: مكونات السياحة العائلية في دبي، والقسم الرابع: تخطيط حملة إعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية في دبي، والخاتمة والتوصيات، ثم المراجع، والملاحق.

وتوصل هذا البحث إلى مجموعة من النتائج تشير لوجود مجموعة من الأسس والمقومات الضرورية لصناعة السياحة، كإنشاء المطارات والموانئ، وتمهيد الطرق المؤدية للأماكن السياحية، والأمن السياحي.

وبينت نتائج البحث إن دبي تعد من أفضل الوجهات السياحية العالمية ويزورها السياح من جميع بلدان العالم، لما تتميز به من العديد من المقومات السياحية المتميزة.

وضحت نتائج البحث إن دولة الإمارات احتلت المرتبة الأولى في فئة السياحة ضمن مؤشر التنافسية لمنظمة التعاون الإسلامي في عام ٢٠١٣م، وكذلك احتلت دولة الامارات المرتبة الثانية عالمياً بتقييم ٧,٠ حسب معايير موقع «كريست ريتينج».

أشارت نتائج البحث إلى وجود الكثير من البرامج والفعاليات لاستقطاب السياحة العائلية في دبي، والتي أعدتها بعض الفنادق لاستقطاب المزيد من السياحة العائلية إلى دبي.

عرضت نتائج البحث خطوات تخطيط حملة إعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية في دبي، مؤكدة على حاجة السياحة إلى الإعلام، للتوعية بالسياحة، مع ضرورة تخطيط وإعداد حملات التوعية الإعلامية.



المُقَدِّمَة

تشير البيانات الإحصائية إلى اتجاه عدد السياح القادمون إلى دبي للزيادة من عام لآخر، فبلغ عدد السياح ٤٨٧, ٠١٢, ١١ سائحاً في عام ٢٠١٣م بنسبة زيادة تصل إلى ٦, ١٠٪ مقارنة بعام ٢٠١٢، في حين وصل عدد ليالي الإقامة إلى ٧٦٨, ٥٧٨, ٤١ ليلة بنسبة زيادة وصلت إلى ١١٪ مقارنة بعام ٢٠١٢، وأن الأموال الناتجة عن السياحة وصلت إلى ٢١, ٨٤ بليون درهم بنسبة زيادة وصلت إلى ١, ١٦٪ مقارنة بعام ٢٠١٢م^(١).

لقد شهدت دبي منذ عقد التسعينيات من القرن العشرين اقتحام مجال السياحة، وعملت في جميع القطاعات المرتبطة بهذا النشاط، حتى يكون لها موضع قدم في السياحة العالمية، فوضعت الخطط التي تؤسس لعناصر ومكونات السياحة، حتى صارت ضمن أفضل الوجهات السياحية العالمية.

كذلك اتجهت دبي نحو الاهتمام بالسياحة العائلية، فالعديد من القطاعات التي تعمل في مجال السياحة، قد عملت على دعم هذا النوع من السياحة بإطلاق وتنظيم الفعاليات مع توفير البيئة التي تساهم في استقطاب العائلات من البلدان الإسلامية خصوصاً، وجميع بلدان العالم بوجه عام، مع توفير سبل جذب العائلات لدبي.

ولتأكيد الاهتمام بالسياحة العائلية، أطلق صاحب السمو سمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي؛ الخطة

(١) دائرة السياحة والتسويق التجاري، دبي، حجم السياح بدبي، ٢٢ فبراير ٢٠١٥م.

الإستراتيجية لتطوير قطاع الاقتصاد الإسلامي، التي تشتمل على سبعة توجهات رئيسة تهدف لجعل «دبي عاصمة الاقتصاد الإسلامي» وحددت السياحة العائلية كركن أساسي في مجالات النمو الرئيسية، لتعزيز مكانة دبي الدولية كمركزٍ جاذِبٍ للسياحة العائلية، بتوفير خدمات البنية التحتية ومرافق الضيافة الموجهة للأسر والمتوافقة مع المعايير الإسلامية.

ومن خلال ما أشارت إليه بعض الدراسات، بالتوقع أن تصل قيمة عوائد السياحة العائلية إلى ١٨١ مليار دولار عام ٢٠١٨م، وبمعدل نمو سنوي قدره ٤,٧٩٪ حتى عام ٢٠٢٠م^(١). لذلك تأتي أهمية وضع هذه النمط السياحي في بؤرة الاهتمام في دبي مع العمل على تخطيط الحملات الإعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية في إمارة دبي، والعمل على استثمار ما يتوفر لدبي من إمكانيات لتكون الوجهة السياحية العائلية الأفضل عالمياً.

١ - أهمية البحث:

تتمثل أهمية هذا البحث في بعدين هما:

أولاً: البعد العلمي: الذي يسعى للحصول على البيانات والمعلومات عن السياحة ومنها السياحة العائلية في دبي انطلاقاً من التوجهات العامة لدبي بوصفها واجهة سياحية عالمية، ووصولاً إلى تنفيذ الخطة الإستراتيجية لتطوير قطاع الاقتصاد الإسلامي وبخاصة المحور الثالث، والتعرف على ما اتخذته دبي لدعم صناعة السياحة

(١) غرفة تجارة دبي، السياحة العائلية، دبي، غرفة تجارة دبي، ١٩ أغسطس ٢٠١٤م، ص ٣.

عموماً والسياحة العائلية بوجه خاص، لدعم النسق المعرفي في مجال السياحة العائلية في دبي.

ثانياً: الجانب العملي: والذي يتم من خلاله الوصول إلى تقديم بعض التوصيات والمقترحات التي تهدف إلى دعم وتعظيم الجوانب الإيجابية لصناعة السياحة بوجه عام وصولاً إلى تعزيز السياحة العائلية في دبي والمجتمع الإماراتي.

٢- الأهداف والتساؤلات:

أ- الأهداف:

- يهدف هذا البحث إلى إبراز النقاط التالية:
- إبراز أسس ومكونات صناعة السياحة.
- التعرف على العناصر التي تجعل من دبي الوجهة السياحية المفضلة عالمياً.
- تناول أهم مكونات السياحة العائلية في دبي.
- طرح تصور لتخطيط حملة إعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية بدبي.

ب- التساؤلات:

- س ١ ما أهم أسس ومكونات صناعة السياحة؟
- س ٢ ما هي أهم العناصر التي تجعل من دبي وجهة سياحية مفضلة عالمياً؟
- س ٣ ما هي أهم مكونات السياحة العائلية في دبي؟
- س ٤ ما هي أبرز خطوات الحملة الإعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية في دبي؟

٣- أهم المفاهيم المستخدمة:

السياحة هي: الانتقال من بيئة الإنسان ومحيطه الدائم إلى بيئة أخرى من أجل العظة والعبرة والتعليم والترفيه، وصرف المدخرات^(١).

يعرف السائح بأنه «المسافر المؤقت الذي يبقى لمدة أربعة وعشرين ساعة بعيداً عن مقر إقامته الدائم بغرض قضاء وقت الفراغ أو الإجازة أو لغرض ديني، صحي، رياضي، عائلي، أو علمي»^(٢).

التعريف الإجرائي للسياحة العائلية؛ وهي تشير إلى انتقال العائلة من المكان الذي تقيم فيه بخلاف محل إقامتها، إلى دولة أخرى من أجل قضاء الوقت في أنشطة وفعاليات ترفيهية، وتسوق، والحصول على معارف عن المجتمع المضيف،... إلخ الفوائد التي تحصل عليها العائلة من رحلتها السياحية.

الأسرة «العائلة»: Family، غالباً ما يتميز نظام الأسرة في الولايات المتحدة بأنه يتكون من الأسرة النوواة، ويوجد أسر فرعية متصلة، وهي تشمل زوجين، أو أحد الأبوين مع الأطفال الذين يعيشون مع رب الأسرة^(٣).

(١) على بن فايز الجحني، وآخرون، الأمن السياحي، الرياض، مركز الدراسات والبحوث: بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ١٤٢٥هـ، ٢٠٠٤م، ص ٤٢، ٤٣.

(٢) سلطان بن أحمد الثقفي، معوقات الأمن السياحي وأساليب التغلب عليها، في «مركز الدراسات والبحوث، الأمن السياحي»، الرياض، مركز الدراسات والبحوث بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م، ص ١٣٠.

(٣) Borgatta . Edgar F.. Borgatta . Marie L. . Encyclopedia of sociology . New York .. V:2 . Macmillan publishing company . 1992 . P.638

الأسرة «العائلة» هي جماعة إنسانية تتوحد بالزواج الشرعي (الزوج والزوجة والأبناء)، أو بالدم (الأخوة)، ويعيشون تحت سقف واحد ويتناولون طعامهم في إناء مشترك^(١).

٤- المنهج المستخدم:

نستفيد من المنهج التاريخي في التعرف على التطور الذي حدث في صناعة السياحة عالمياً وبوجه خاص دبي، والاستفادة من الأسلوب الإحصائي في عرض وتفسير البيانات الخاصة بالسياحة، ومنها السياحة العائلية.

أ- المنهج التاريخي:

لقد اعتمد هذا البحث على المنهج التاريخي باعتباره من مناهج البحث الاجتماعي الملائمة لدراسة الواقع وتغيراته، ومن ذلك دراسة صناعة السياحة وتطورها في دبي، ومنها السياحة العائلية لفهم واقع هذا النمط السياحي. فالمنهج التاريخي يدرس المراحل والتغيرات التاريخية التي تحيط بموضوع الدراسة، وجمع البيانات والمعلومات الخاصة به، وتحليل وتفسير هذه المعلومات لمعرفة ما تشير إليه والتطور الذي حدث في هذا القطاع.

ب- المنهج الوصفي التحليلي:

يهتم هذا المنهج بجمع البيانات والمعلومات عن الموضوع أو مشكلة البحث، ليتسنى وصف وتفسير وتحليل هذه المشكلة، والعمل على وضع تصور للتعامل

(١) عادل عبد الجواد الكردوسي، الإعلام وأمن الأسرة، دبي، بحث قدم لندوة «أمن العائلة»، الذي نظمه مركز البحوث والدراسات بشرطة دبي، ١١ إبريل ١٩٩٩ م، ص ٢.

معها. حيث إن البيانات التي يتم جمعها وتفسيرها وتحليلها تهدف لمعرفة العلاقة بين موضوع البحث والأبعاد الأخرى، مما يؤدي لإثراء المعرفة العلمية وتوظيفها في الجانب العملي.

ويستفاد بهذا المنهج في تناول صناعة السياحة وآثارها الإيجابية مع تحليل وتفسير مكوناتها وعناصرها، وذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات عن «دبي وجهة سياحية عائلية عالمية»، بما يدعم النسق المعرفي، ويبرز الارتباطات بين الموضوعات ذات العلاقة بالسياحة العائلية في دبي، وعلاقتها بغيرها من أنماط السياحة الأخرى.

جـ. الأسلوب الإحصائي:

يعرض هذا الأسلوب بعض الإحصاءات عن صناعة السياحة ومنها السياحة العائلية، ومساهمتها في الاقتصاد العالمي واقتصاد دبي، لإعطاء صورة عن حجم الزيادة في هذا النشاط وسبل دعمه.

٥- خطة البحث:

لقد تضمن هذا البحث مقدمة عرض فيها أهمية البحث، وأهداف وتساؤلات البحث، وأهم المفاهيم المستخدمة، ومنهج البحث. واشتمل على أربعة أقسام هي؛ القسم الأول: أسس صناعة السياحة، والقسم الثاني: دبي مقصد سياحي عالمي متميز، والقسم الثالث: مكونات السياحة العائلية في دبي، والقسم الرابع: تخطيط حملة إعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية في دبي، والخاتمة والتوصيات، ثم المراجع، والملاحق.



القسم الأول

أسس صناعة السياحة

تمهيد:

نتناول باختصار بعض الأسس التي لا غنى عنها لإقامة صناعة السياحة في أي دولة من الدول، لكي تكون وجهة سياحية تستقطب السياح وحتى تحتل موقعها كوجهة من الوجهات السياحية المعروفة على المستوى العالمي.

أولاً: الإسلام وصناعة السياحة:

نتعرف على نظرة الإسلام إلى صناعة السياحة والاستفادة من النافع والإيجابي منها، والبعد عن الضار والمخالف للشرع فيها، وأخذ العبرة والموعظة منها، والتعرف على الثقافات الأخرى، والتعارف بين الشعوب.

فمنذ أن خلق الله عز وجل الإنسان وهو يدعو إلى التنقل والانتشار في الأرض والتدبر في آيات الله وسعياً للرزق الحلال. ولما كان من خصائص الاقتصاد الإسلامي الجمع بين ما هو روعي وما هو مادي، فالسياحة باعتبارها أحد الأنشطة الاقتصادية فهي تجمع بين هذين الشقين، حيث تدعو إلى نشر الدعوة الإسلامية والتدبر في آيات الله في الكون، والثاني وهو عمارة الأرض باعتبار أن الإنسان خليفة الله في الأرض فأمر بعمارته^(١).

(١) محمد حنفي محمود أحمد، السياحة من منظور إسلامي اقتصادي، بحث قدم لندوة «السياحة من منظور إسلامي واقتصادي»، القاهرة، التي نظمتها مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي: بجامعة الأزهر، ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥م، ص ٤.

وتعتبر السياحة في نظر الإسلام بأنها التنقل من مكان إلى مكان بهدف التدبر والتأمل في خلق الله أو التعارف بين الناس، أو طلب العلم المحمود، أو الدعوة إلى الله، أو الترويح عن النفس، أو أداء الفرائض والواجبات الدينية وما في حكم ذلك، ويحكم ذلك كله أحكام وقواعد الشريعة الإسلامية حتى تكون صالحة ونافعة. وفي السياحة المحمود النافع، وفيها المنبوذ الضار، فإذا انضبطت الأعمال والمعاملات السياحية بأحكام الشريعة الإسلامية تحولت إلى عبادة ويكون فيها الخير والنفعة، ولكن إذا انحرفت عن شرع الله أصبحت شراً وضرراً وكل ما يأتي منها من كسب ومال محقوق وحرام^(١).

كما كان للسياحة التجارية الدور الهام في نشر الإسلام في دول شرق آسيا وأفريقيا بواسطة التجار المسلمين، فكان مع التاجر المسلم عقيدته وأخلاقه وسلوكه المستقيم، وكذلك كان معه بضاعته وكان ذلك من أهم أساليب نشر الفكر التجاري الإسلامي، وبيان الضوابط الشرعية للمعاملات التجارية وإبراز شمولية الإسلام^(٢).

حيث إن الإسلام نظر إلى السياحة باعتبارها الانتقال من محل إقامة الشخص إلى أماكن أخرى، لتحصيل العلم، أو الدعوة لدين الله «سبحانه وتعالى»، أو التعارف، أو الترويح عن النفس، أو مشاهدة آثار الأمم السابقة للعبرة والموعظة، أو التجارة... إلخ، ويحكم هذا الانتقال وما يتبعه من نشاط الضوابط الدينية والشرعية من القرآن

(١) حسين حسين شحاته، الضوابط الشرعية للسياحة، بحث قدم لندوة «السياحة من منظور إسلامي واقتصادي»، القاهرة، التي نظمها مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي: بجامعة الأزهر، ٢٦

نوفمبر ٢٠٠٥م، ص ١، ٢.

(٢) المرجع السابق، ص ٤.

الكريم والسنة النبوية الشريفة، والبعد عن كل ما هو حرام. بما يحقق أهداف المجتمع المسلم من صناعة السياحة.

ثانياً: دعم صناعة السياحة:

تتمثل قيمة صناعة السياحة فيما تساهم به من تحديث البنية التحتية المرتبطة بالنشاط السياحي «الموانئ والمطارات والمواصلات والاتصالات وشبكة الطرق»، وتحريك الأنشطة المرتبطة بها وتوفير فرص العمل للمواطنين، وتنوع مصادر الاقتصاد وتحديثه، وتجلب العملات الأجنبية، مما يدعم التنمية الاقتصادية ويرتقى بالمجتمع.

لقد بات الجميع ينظر للسياحة كصناعة نظيفة، سلباتها على البيئة أقل من الصناعات الأخرى، وتمثل سلعة تصديرية يستفاد بها في بلد المنشأ، فضلاً عن كونها صناعة خدمية كثيفة العمالة وتحتاج إلى كوادر وتخصصات مختلفة، وتساعد على زيادة ونمو العديد من الصناعات المكملة والخدمات الأخرى. ويذهب عالم المستقبلات «جون نيزت» إلى أن الاقتصاد العالمي في هذا القرن ستقوده ثلاث صناعات خدمية وهي صناعة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وصناعة المصارف المالية وصناعة السياحة والسفر^(١).

تلعب صناعة السياحة دوراً هاماً في دعم مكونات الاقتصاد العالمي، وتقوم بدورها الاجتماعي والثقافي في التقارب بين شعوب العالم، وتمثل أحد أهم عناصر التقدم في المجتمعات، وتساهم في تنشيط القطاعات التي لها علاقة بهذا القطاع، ولها دورها الواضح في دعم النمو والدخل القومي.

(١) يسرى دعبس، العولمة السياحية: وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الإسكندرية، المتقى المصري للإبداع والتنمية، ط ١، ٢٠٠٢م، ص ص ٧٢، ٧١.

ثالثاً: بعض إيجابيات صناعة السياحة:

نتناول بعض إيجابيات صناعة السياحة وما ينتج عنها من دعم الأنشطة المرتبطة بهذا القطاع، ودوره في تشغيل واستيعاب القوي البشرية وزيادة الناتج الاقتصادي للدولة، بما يدعم الدخل القومي ويزيد النمو في الدولة.

لقد قدرت مساهمة السياحة بتوظيف حوالي (٢١٢) مليون شخص شكلوا (٧, ١٠٪) من قوة العمل الدولية، بين عام ١٩٩٥ - ٢٠٠٠م مما يعني أن قطاع السياحة يضيف فرصة عمل واحدة كل (٥, ٢) ثانية وينتج (١٢٥) مليون فرصة عمل مباشرة أو غير مباشرة^(١)

فصناعة السياحة الأولى عالمياً، ويقول عالم المستقبلات الأمريكي هيرمان كان - مؤلف كتاب (العالم سنة ٢٠٠٠)، وكتاب (العالم في المائتي سنة التالية)، الذي نُشر عام ١٩٩٦: «إن السياحة ستصبح صناعة المستقبل»^(٢).

وتتمثل إيجابية صناعة السياحة في دورها في تنشيط الاقتصاد وزيادة التبادل الثقافي والاجتماعي بين بلدان العالم. وتوفير فرص العمل لحل مشكلة البطالة، وتؤدي دوراً رئيساً في زيادة النمو الاقتصادي ودعم الدخل القومي، والمساعدة على تحقيق التنمية البشرية على المستوى القطري والعالمي.

وبينت المؤشرات الإحصائية إن السياحة في العالم العربي تعد قاطرة للنمو والانتعاش المستقبلي، فأشارت توقعات منظمة التجارة العالمية إلى أن منطقة

(١) على بن فايز الجحني، وآخرون، مرجع سابق، ص ١٠٠.

(٢) يسرى دعبس، مرجع سابق، ص ١٤٨.

الشرق الأوسط سوف تصبح خامس منطقة جذب سياحي على مستوى العالم مع عام ٢٠٢٠م^(١).

لقد ارتفع عدد السياح الدوليين إلى ٥,٥٦٥ مليون شخص عام ١٩٩٥م. بلغت عائداتهم ٤,٤٥٥ بليون دولار أمريكي، كما ارتفع عددهم إلى ٨,٦٩٨ مليون عام ٢٠٠٠م بلغت عائداتهم ٩,٤٧٥ بليون دولار أمريكي، ومن المتوقع أن يصل عددهم عام ٢٠٢٠م إلى ١,١٥٦١ مليون شخص^(٢).

لذلك تأتي أهمية الاستفادة من صناعة السياحة في البلدان العربية بدعم المقومات السياحية التي تتمتع بها هذه الأقطار، واستثمار الموقع الجغرافي، وطبيعة المناخ، والسياحة الدينية والتاريخية، والموارد الاقتصادية الأولية، وإعداد البنية التحتية «المطارات والطرق ووسائل النقل»، والمنشآت السياحية والفندقية، وسن التشريعات المنظمة لصناعة السياحة، وتوفير الأمن السياحي، لتعظيم الإيجابيات والعوائد المالية.

رابعاً: الأمن السياحي:

يمثل الأمن السياحي أحد الأسس المهمة في تحقيق ودعم صناعة السياحة على اعتبار أن السائح لا يذهب إلى أي مقصد سياحي إلا إذا توفر فيه الأمن منذ لحظة قدومه لهذا المقصد السياحي حتى لحظة مغادرته لهذه الدولة.

(١) أسامة غيث، الاستثمار الأجنبي المباشر: الشائعات والحقائق، القاهرة، الأهرام، س١٢٨، ع٤٢٩٥٠، ١٠ يوليو ٢٠٠٤م، ص١٧.
(٢) سلطان بن أحمد الثقفي، مرجع سابق، ص١١٤.

أ- ماهية الأمن السياحي وضرورته:

يمثل الأمن السياحي أحد المقومات الأساسية، لوجود ونمو الأنشطة السياحية. ويشير إلى الأنشطة والإسهامات التي تؤدي إلى تأمين صناعة السياحة وتعمل على ازدهارها، لكسب المزيد من أعداد السياح وتعظيم العائد المالي.

ويقصد بالأمن السياحي الأنشطة الإدارية والأمنية التي تستهدف تأمين مسار السياحة بمختلف صورها في مناخ يسوده الاطمئنان والسكينة بالصورة التي تمكن الأجهزة العاملة في هذا الميدان من أداء مهامها المختلفة دون أية عوائق تعرقل من أدائها، مما يؤدي إلى كسب المزيد من الجذب السياحي في صورة زيادة عدد السائحين وكثرة ما يمضونه من ليال سياحية، وينعكس كل ذلك في صورة زيادة الموارد المالية العائدة من هذا الرافد الاقتصادي^(١).

لذلك تأتي أهمية نشر الثقافة الأمنية بين العاملين بالسياحة وكذلك الجمهور، وتوفير الأمن والطمأنينة للسائح، وحماية المجتمع من جرائم بعض السائحين، لأن ذلك يمثل عامل نجاح ونمو للسياحة، فالعلاقة بين الأمن والسياحة علاقة متشابكة، فالسياحة تنمو في وجود الأمن «البيئي، والصحي،.. إلخ»، مع حماية السياح من جميع المخاطر التي قد يتعرضون لها (مخالفات أو جرائم)، لأن ذلك يمثل أفضل دعاية لعودة السائح مرة أخرى «تكرارية الزيارة».

حيث يشكل أمن السائح جزءاً حاسماً من صورة البلاد التي يختار السائح للزيارة، وبحسب مسح أجراه المجلس العالمي للسياحة أن عامل اختيار وجهتهم

(١) على بن فايز الجحني، وآخرون، مرجع سابق، ص ٨٥.

هي تجنب المناطق التي تكثر فيها الجرائم، وإن ٦٢٪ من هؤلاء اعتبروا أن الأمان هو الأساس في اختيار وجهتهم^(١).

لذلك يأتي دور التخطيط الأمني في التعامل مع المشكلات الأمنية المرتبطة بالسياحة قبل حدوثها، كمدخل وقائي للمحافظة على الأمن، وصناعة السياحة. فالسياحة تعتمد على الأمن كأساس من أسس وجودها ونموها، لذلك يجب اتخاذ كافة الإجراءات لدعم الثقافة الأمنية والوعي الأمني بين الأفراد في المجتمع.

ب- الأمن السياحي في دبي:

نبرز مدى الاهتمام بالأمن السياحي في دبي، من خلال قيام القيادة العامة لشرطة دبي، بإنشاء إدارة للأمن السياحي، بهدف تحقيق الأمن للسائح منذ وصوله لدبي وحتى مغادرته لها، وحماية دبي من الجرائم التي قد يتجدها بعض السائحين لارتكابها. نظراً لأهمية الأمن السياحي لدعم صناعة السياحة اتجهت القيادة العامة لشرطة دبي منذ عام ٢٠٠١م إلى إنشاء إدارة متخصصة بأمن السياح وتوفير الخدمات الأمنية لهم، تحت مسمى (إدارة الأمن السياحي)، وهذه الإدارة تهتم بتوفير الأمن والاطمئنان للسائحين القادمين لدبي، وحمايتهم من المشاكل والجرائم التي قد تواجههم.

(١) محمد شفيق شيا، الأمن السياحي في أبعاده الاجتماعية والثقافية، في «مركز الدراسات والبحوث، الأمن السياحي»، الرياض، مركز الدراسات والبحوث بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣م، ص ٩٥.

القول إن الأمن السياحي يسعى لتوفير الأمن للسائحين أنفسهم خلال تنقلهم
«وسائل النقل والمواصلات»، وأماكن إقامتهم والأماكن التي يترددون عليها
«المنشآت السياحية، وأماكن الزيارة، والترفيه»، ووقاية البلد المضيف من جرائم
بعض السائحين، وتوفير الأمن الشامل «الأمن البيئي، والأمن الصحي،... إلخ»،
لدعم صناعة السياحة.



القسم الثاني

دبي مقصد سياحي عالمي متميز

تمهيد:

نتناول النشاط السياحي في دبي؛ على اعتبار أنها إحدى الوجهات السياحية المتميزة على خارطة السياحة العالمية، وأصبحت تحتل مكانة بارزة بين الوجهات السياحية العالمية، مما جعل منها الوجهة المفضلة لدى الكثير من السياح على المستوى العالمي، وهذا يزيد الدخل الاقتصادي، ويساهم في تنويع مصادر الدخل بدبي.

أولاً: تخطيط دبي كمدينة عالمية:

يقول مؤلف كتاب «راشد الأسطورة» في عام ٢٠٠٦: (إن الهدف الأساس هو وضع دبي في مصاف المدن الكبرى في العالم وهي من دون شك تتحول بسرعة إلى مثيلةً لمدينة كبرى كنيويورك وباريس وطوكيو وشيكاغو، كما يقول «هيومان إنترست غروب»، لكن في حين استغرقت مسيرة هذه المدن مئات السنين لتصبح على ما هي عليه قفزت دبي إلى مكانتها الراهنة خلال خمس وعشرين سنة. وهي اليوم تملك مناخ نيويورك على صعيد الأعمال والتجارة وبيئة البحر الكاريبي السياحية)^(١).

لقد وضع صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، في كتابه رؤيتي؛ «لو قلنا للعامل المتزن قبل ١٥ سنة إننا نفكر بتطوير السياحة في دبي لكان «طاح على ظهره من الضحك»، كما نقول في

(١) غريم ويلسون، تعريب شكري رحيم، راشد الأسطورة: جذور آل مكتوم وتاريخ دبي، دبي، ميديا بريفا، ٢٠٠٦م، ص ٤٩٢.

الخليج. دبي (في ٢٠٠٦م) استقبلت نحو ستة ملايين سائح في العام وقلنا إننا نخطط لرفع العدد إلى (١٥) مليون سائح بحلول العام ٢٠١٠م^(١).

زيادة عدد السياح ليصل إلى (١٥) مليون سائح وما يستلزمه من دعم لطيران الإمارات وفتح خطوط جوية جديدة وزيادة مراكز التسوق والتسهيلات والمنشآت الفندقية والسياحية والترفيهية. ورفع الطاقة الاستيعابية لمطار دبي الدولي من مستواها وهو ٢٤,٧ مليون راكب سنوياً لتصل لاحقاً إلى ١٢٠ مليون راكب سنوياً^(٢).

لقد حدث تحولاً كبيراً في المدن الحضرية الكبرى من حيث التخطيط العمراني، فبرزت ظاهرة الأبراج، والأنشطة المتنوعة، فأخذت طابع المدن المعولمة كمركز للمعلومات وخاصة ما يتعلق بقطاعات السياحة والإنتاج والتجارة والاستثمار، وقطاع الخدمات، مع وجود شبكات الاتصال السلكية واللاسلكية وشبكات النقل كالمطارات والسكك الحديدية والنقل البحري، وتحول بعضها إلى مراكز للثقافة العالمية والأسواق ذات الطابع العالمي واشتمالها على الفنادق ومراكز الإعلام التي تحمل ثقافة العولمة على الصعيد الإعلامي والمعلوماتي.

ثانياً: دبي وجهة سياحية مفضلة:

تمثل دبي إحدى الوجهات السياحية العالمية التي برزت على المستوى الإقليمي والعالمي، مما جعل منها مقصداً للسياح من مختلف بلدان العالم نظراً لما يتوفر في

(١) الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، رؤيتي: التحديات في سباق التميز، دبي، موتيفيت للنشر، ط ٤،

٢٠٠٩م، ص ١٦١.

(٢) المرجع السابق، ص ٢٠٦.

دبي من بنية تحتية، وطبيعية رائعة «بحر وشمس وصحراء» والتراث العربي، وما تتسم به من تقاليد الضيافة، وما توفره من مناخ الاستثمار الذي اجتذب العديد من الشركات العالمية، وتنظيم المؤتمرات والمهرجانات مثل «مهرجان دبي للتسوق... إلخ» بالإضافة للفعاليات الثقافية والأنشطة الرياضية.

* بالنسبة للسياحة بدبي؛ في عام ٢٠٠٤م قال الفريق أول صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي: «تعد السياحة من أكبر القطاعات الاقتصادية وأكثرها نمواً ويمكن أن تلعب دوراً أكثر أهمية في اقتصاد المنطقة، خاصة عن طريق خلق فرص عمل أكثر، وأن عائدات السياحة يستفيد منها المجتمع والأفراد على السواء»^(١).

أولت دبي جُل اهتمامها بصناعة السياحة بإعداد المقومات الأساسية، واستثمار البيئة الطبيعية التي تتمتع بها، والموقع الجغرافي المتميز، فأخذت موقعها بين الوجهات السياحية العالمية، فصارت كأبرز الوجهات السياحية.

بعض المقومات السياحية التي تتميز بها دبي كمقصد سياحي عالمي متميز:

المتاحف: أحد أهم المصادر التي تحكى وتوثق معيشة الآباء والأجداد، لعل أبرزها: «متحف الهجن، متحف الخيل، الفهيدى التاريخي، متحف العقيلي، متحف المسكوكات، متحف بلدية دبي، متحف العمارة التقليدية»^(٢).

(١) عبد الرحيم عبدالواحد، دبي... مدينة الأحلام، دبي، شركة النجار للدعاية والإعلان، ٢٠٠٤م، ص ٩٤.

(٢) البيان، إمارات الخير: ٤٣ عاماً، دبي، مؤسسة دبي للإعلام، ٢٠١٤م.

الشواطئ: تتميز شواطئ دبي برمالها البيضاء الساحرة ومياهها البلورية، وخدماتها الشاملة، منها: شواطئ جميرا، والممزر، والمارينا، وهناك أيضاً شاطئ جبل علي.

المهرجانات: دبي ضمن أفضل ٦ مدن لإقامة المهرجانات والفعاليات على مستوى العالم، ومن مهرجاناتها:

١- مهرجان دبي للتسوق.

٢- مفاجآت صيف دبي.

٣- ومهرجانات أخرى متخصصة، أبرزها:

- معرض دبي للطيران.

- كأس دبي العالمية لعشاق سباقات الخيول.

- مهرجان ديزرت كلاسيك للغولف

- مهرجان دبي والخليج السينمائيان.

- مهرجان العروس

- بطولة دبي للتنس

* مهرجان دبي للتسوق؛ نموذج لمهرجانات دبي المبدعة:

احتفل مهرجان دبي للتسوق عام (٢٠١٤) بمرور (٢٠) عاماً على إقامته، وهو

عامل جذب عالمي، ويستقطب ما يناهز ٥, ٤ مليون زائر، بإجمالي إنفاق يصل إلى ١٥

مليار درهم إماراتي. ومنذ عام ١٩٩٦م وحتى ٢٠١٤م، جذب المهرجان نحو ٥٦ مليون زائر، إلى دبي وبلغ إجمالي الإنفاق ١٤٥ مليار درهم إماراتي في مجال التسوق وقطاع الضيافة والترفيه. ويعد أكبر وأطول حدث من نوعه على مستوى العالم. ويمثل مظلة لاجتماع العائلة والأصدقاء وقضاء أمتع الأوقات الحافلة بالأحداث والفعاليات الترفيهية.

* اجتماعات صندوق النقد والبنك الدوليين بدبي: نتج عن الرؤية الاستشرافية للقيادة الرشيدة لدبي، والتخطيط الذي أخذت به، أن أصبحت دبي وجهة سياحية وتجارية عالمية، فمن خلال ما تمتلكه من بنية تحتية وإمكانيات متنوعة مكنتها من استضافة مؤتمر صندوق النقد والبنك الدوليين في آن واحد، وهذا الاجتماع يؤكد على أن دبي دخلت القرن الواحد والعشرين كأحدى أفضل المدن العالمية في تنظيم المؤتمرات والمعارض محلياً وعالمياً.

حيث تم اختيار دبي كمكان لعقد اجتماعات الدوليين، وهو الأمر الذي يعني اعترافاً عالمياً بالعديد من المقومات التي أهلت دبي لكي تكون محلاً لهذا الاختيار، وهو الأمر الذي يعني:

١- اعتراف دولي بالمكانة الاقتصادية المتميزة لدبي ولدولة الإمارات.

٢- توفر المعايير المطلوبة ومنها الأمن، والموقع الجغرافي، والإمكانيات البشرية، والخدمات المتوفرة وأهمية الحدث بالنسبة للمنطقة، البنية التحتية (المعلومات، المواصلات، الاتصالات،... إلخ).

٣- توفير خدمات الحماية الأمنية للمشاركين وخاصة أنه معروف أن مثل هذه المؤتمرات غالبا ما يصاحبها بعض التظاهرات من جمعيات مناهضة العولمة.

٤- رخص التكاليف نسبيا إذا ما قورن عقد المؤتمر في الولايات المتحدة مثلا.

٥- دبي وجه حضاري ممتاز، ويمكن أن تمثل واجهة للدول العربية^(١).

وتأكيداً لإمكانات دبي «بنية تحتية وإمكانات بشرية ومادية»، فقد نظمت الفعاليات «المؤتمرات، والمعارض» في أبهى وأفضل صورة، مما لاقى قبول واستحسان الحضور من الشخصيات العالمية، وبخاصة قادة المؤسسات الدولية.

لذلك قال جيمس وولفنسون رئيس البنك الدولي؛ في نهاية اجتماعات صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، إن الاجتماعات كانت الأنجح على الإطلاق، وأن غرفة العمليات لم يشاهد مثلها حتى في واشنطن، وقال أيضا أن دبي والإمارات من أرقى الأماكن التي تم عقد الاجتماعات فيها، وأن منطقة الخليج بشكل عام دول آمنة رغم كل ما يحدث في الساحة الدولية، وأنه لم تحدث حادثة واحدة تعكر صفو الأمن العام، أو تحدث اضطرابات بين المؤتمرين طوال فترة إقامتهم بإمارة دبي^(٢).

حدائق دبي: تعرف إمارة دبي بحدائقها التي تتميز كل واحدة، بأجواء استثنائية خلاصة، أبرز هذه الحدائق: الصفاء، المزر، مشرف، زعبيل، الخور، شاطئ الجميرا،

(١) عبدالرحمن عيسى العطب، تنظيم اجتماعات صندوق النقد والبنك الدوليين وأثره في تعزيز سياحة المؤتمرات في دبي، دبي، بحث قدم لدورة مناهج البحث العلمي السابعة، التي نظمها مركز دعم اتخاذ القرار، بالقيادة العامة لشرطة دبي، يناير ٢٠٠٤م، ص ٧.

(٢) المرجع السابق، ص ١١.

مدينة الطفل. وتغطي هذه الحدائق مساحة (٣٠) مليون متر مربع لإجمالي المساحات الخضراء التي تكسو وجه دبي.

الفنادق والشقق الفندقية^(١): بلغ عدد الفنادق التي تضمها إمارة دبي (٤٢٨) فندق. وتتنوع درجات تصنيفها لتناسب كافة شرائح السياحة. ووصل عدد مباني الشقق الفندقية إلى (٢٠٦) شقة فندقية.

* الخدمة الفندقية؛ يشير جيرالد لوليس «الرئيس التنفيذي لمجموعة جميرا بدولة الإمارات العربية المتحدة»، إلى إن أهم عناصر تقديم الخدمة المتميزة في القطاع الفندقي تكمن في الابتسامة وحفاوة الترحيب والتجاوب بشكل مثالي مع متطلبات العملاء^(٢).

مركز دبي التجاري: يعد مركز دبي التجاري بطواقمه الـ ٣٩ أحد أشهر وأهم معالم دبي، وقد أقامت الكثير من الشركات العالمية، مكاتبها الإقليمية فيه، بينما توفر صالات العرض السبع التابعة له، على مدار السنة، برنامجاً حافلاً من المعارض الدولية التي تجمع التجار والزائرين، من كبار العارضين القادمين من مختلف أنحاء العالم.

جزر دبي: جزر النخلة في ديرة وجميرا وجبل علي، إضافة لجزيرة العالم، من أبرز التحديات التي أذهلت بها دبي العالم.

- تضم نخلة جميرا ٧ فنادق ضخمة ومنتجعات عملاقة.

(١) البيان، الإمارات الخير: ٤٣ عاماً، مرجع سابق

(٢) وزارة شؤون مجلس الوزراء، القمة الحكومية، دبي، حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة، ط ١، سبتمبر ٢٠١٤م، ص ١٦٥.

- منتجع «اتلانيس» في نخلة جميرا، يضم ١٥٣٩ غرفة، وهو بذلك أكبر فندق في الشرق الأوسط.

- ٦٥٠٠٠ كائن بحري موزعة على ٢٥٠ نوعاً، تعيش في بحيرات «أتلانيس».

- تضم جزيرة العالم الاصطناعية ٣٠٠ جزيرة على شكل قارات العالم.

طيران الإمارات^(١): ٢٩ عاماً أصبحت خلالها مجموعة طيران الإمارات من كبريات شركات الطيران العالمية، إذ تمتلك ٢٣٠ طائرة تخدم ١٤٦ وجهة عالمية، وتسهم الناقل بأكثر من ٥٠ مليار درهم في اقتصاد الدولة، وتشغل أكثر من ٧٠ ألف موظف من ١٦٠ جنسية حول العالم، وتبلغ قيمة علامتها التجارية ٥ مليارات دولار، وتمتلك الشركة طليبات مؤكدة لشراء ١٨٠ طائرة بقيمة ١٦٤ مليار دولار.

المطارات: مطار دبي الدولي ١-٢-٣؛ مطار آل مكتوم الدولي.

المسافرون: ٧١٢, ٢٥٣, ٣٥ مجموع حركة المسافرين في مطارات دبي حسب إحصاءات النصف الأول من العام ٢٠١٤، القادمون: ٨٦٨, ٣٧٣, ١٧, والمغادرون: ٠٥٤, ٤٧٩, ١٧.

الموانئ: تعتبر موانئ (جبل علي - ميناء راشد - الحميرية) واجهة الإمارة البحرية، والتي جسدت حلقة الوصل التي تربط دبي بكل أنحاء العالم.

القرية العالمية: القرية العالمية هي الوجهة العائلية للثقافة والتسويق والترفيه الأكثر شهرة في المنطقة، بما تقدمه لزوارها من أجواء التسلية والترفيه، وتبادل المعارف

(١) البيان، الإمارات الخير: ٤٣ عاماً، مرجع سابق.

الثقافية والأنشطة التجارية في أجواء مفتوحة رحبة، ودأبت القرية العالمية التي تبدأ فعاليتها في نوفمبر من كل عام، على استقطاب ملايين الزوار على مدار خمسة عشر عاماً، مشكلة المكان الأمثل لمشاهدة العروض الفولكلورية والاستعراضات الحية الرائعة والألعاب النارية.

برج خليفة: يعد برج خليفة أطول برج في العالم، فيبلغ طوله ٨٢٨ متراً، وبلغت تكلفة إنشائه حوالي مليار دولار، وتبلغ مساحته الإجمالية ٤ ملايين متر مربع، وحاز البرج أرقاماً قياسية عدة. وارتفاعه ٨٢٨ متراً. ويعد أطول بثلاث مرات من برج إيفل ومرتين من مبنى إمباير ستيت. ويمكن رؤية البرج على بعد ٩٥ كم. وأطول هيكل قائم بحد ذاته. وأكبر عدد من الطوابق. وأطول ارتفاع يبلغه مصعد في العالم. وسجل برج خليفة رقماً قياسياً جديداً لإطلاق الألعاب النارية عالمياً، ليلة عام ٢٠١٤م فتم إطلاق ما يناهز ٤٠٠ صاروخ ألعاب نارية.

نافورة دبي^(١): تبلغ مساحة نافورة دبي ما يعادل ٣٠ فدانا، ويمكنها قذف المياه إلى ارتفاع ٥٠٠ قدم (١٥٠ متراً) أي ما يعادل ارتفاع مبنى يتكون من ٥٠ طابقاً، ويبلغ طول النافورة ٩٠٠ قدم (٢٧٥ متراً) وتتضمن خمس دوائر ذات أحجام مختلفة وقوسين مركزيين، وبالتالي فهي:

- أكبر نافورة راقصة في العالم.

- أضواء كشافاتها بقوة ١,٥ مليون شمعة.

(١) المرجع السابق.

- ارتفاع الرذاذ فيها يصل إلى ٥٠٠ قدم.

- ٢٢ ألف جالون من المياه تتطاير في الهواء.

مدن دبي المتخصصة: مدينة دبي للإنترنت. ومدينة دبي للإعلام. ومدينة دبي الصناعية. ومدينة دبي العلاجية. ومدينة دبي الطبية. ومدينة دبي للأستوديوهات.

ميدان: يعد مضمار «ميدان» الأكبر في العالم من حيث المساحة، ويستضيف منافسات كرنفال دبي الدولي للخيل، وسباقات كأس دبي العالمية، التي تبلغ جوائزها عشرة ملايين دولار أمريكي، وصمم ليكون على شكل صقر، وتغطي مدينة ميدان لسباقات الخيل مساحة ٧٦ مليون قدم مربع وتتضمن مضماراً رملياً وآخر عشبياً، ويحتوى على مدرجات تتسع لنحو ٨٠ ألفاً من هواة سباقات الخيل.

مترو دبي: افتتح مترو دبي يوم ٩ / ٩ / ٢٠٠٩ م، الساعة ٠٩:٠٩:٠٩ مساءً، ويعتبر أطول قطار في العالم تتم قيادته آلياً بدون سائق، عبر وهو أفضل بنية تحتية للنقل المستدام. ويأتي افتتاح المترو ترجمة لرؤية صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، في النهوض بإمارة دبي مجال البنية التحتية، كما يأتي ترجمة للخطة الإستراتيجية لهيئة الطرق والمواصلات المنبثقة من خطة دبي الإستراتيجية عام ٢٠١٥ م.

دبي مول: تعادل مساحة دبي مول ٥٠ ملعباً لكرة القدم.

مول العالم: يتوقع أن يستوعب ١٨٠ مليون زائر سنوياً، وأكبر مركز تسوق، وأول مدينة مكيفة بالكامل في العالم، ومساحات تتجاوز ٤٨ مليون قدم مربع، وبه

أكبر حديقة ألعاب داخلية في العالم تغطيها قبة واحدة تفتح خلال الشتاء. ومناطق للمسارح والفعاليات الثقافية، والسياحة العلاجية، وسيرتبط المول مع أكثر من ١٠٠ منشأة فندقية تضم ٢٠ ألف غرفة فندقية، ويمكن للزائر أن يقضي في المول أسبوعاً كاملاً دون مغادرته ودون استخدام سيارته، وسيتم تغطية وتكييف كافة ممرات المشاة التي تتصل مع المول، ويبلغ طولها أكثر من ٧ كيلو مترات^(١).

المنطقة الحرة بجبل علي: تعد JAFZA؛ من أنجح المناطق التجارية والصناعية إقليمياً وعالمياً، وأكبر ميناء صنعه الإنسان في العالم، ويتعامل مع جميع أنواع السفن. وهي واحدة من أكبر وأسرع المناطق الحرة نمواً في العالم.

ومع استمرار النجاح، فقد احتلت دبي المرتبة الأولى إقليمياً و١٢ عالمياً على قائمة أفضل ١٠٠ وجهة سياحية عالمية في ٢٠١٤م متفوقة على مدن عالمية كبرى مثل روما (١٤)، وميامي (٢٠)، ولاس فيجاس (٢٣)، وبرشلونة (٢٥)، وموسكو (٢٦)، وامستردام (٢٧)، وفينيسيا (٢٩)، بنسبة نمو ٩,٦٪ بين عامي ٢٠١٢م و٢٠١٣م^(٢).

إكسبو ٢٠٢٠: لقد جاء فوز دبي بتنظيم إكسبو ٢٠٢٠ تويجاً لجهود القيادة الحكيمة نحو التميز والإبداع وصولاً للعالمية، بدءاً من التخطيط العمراني، والبنية التحتية الحديثة، وتوظيف ثورة المعلومات والاتصالات واقتصاد المعرفة، وتقنيات القرن الحالي، مما جعل من دبي أفضل مدن العالم في القرن الواحد والعشرين.

(١) المرجع السابق

(٢) وائل الخطيب، وعلى الصمادي، دبي الـ١٦ عالمياً في مؤشر «مدن الفرص»، دبي، البيان الاقتصادي، ع ١٢٦٤٣، الخميس ٢٩ يناير ٢٠١٥م، ص ٣.

ثالثاً: حجم التطور السياحي في دبي:

نلقى الضوء باختصار على حجم التطور السياحي الذي حدث في دبي، بتناول عدد السياح، وعدد الليالي التي قضاها السياح في دبي، وإبراز التطور الذي شهده حجم الفنادق بدبي، وذلك من خلال ما توفر من بيانات إحصائية لبعض السنوات، حتى يتضح لنا الجهد الذي تم بذله ومستوى الإنجاز الذي حققته دبي.

بالنسبة لعدد السياح الذين جاءوا إلى دبي كان كالتالي: في عام ٢٠٠٠ بلغ عدد السياح ٣٤٢٠٢٠٩ سائح، وفي عام ٢٠٠١م بلغ عدد السياح ٣٦٢٦٦٢٥ سائح، وفي عام ٢٠٠٢م بلغ عدد السياح ٤٧٥٦٢٨٠ سائح، في عام ٢٠٠٣م وحتى شهر سبتمبر بلغ عدد السياح ٣٧٦٣٨٥٥ سائح^(١).

إلا أنه خلال فترة وجيزة للغاية لم تتعدى ١٢ سنة حقق القطاع السياحي في إمارة دبي معدلات نمو قياسية بلغت ٣١٪ عام ٢٠٠٢، وقد أصدرت منظمة السياحة العالمية في ٢٧ / ١ / ٢٠٠٢م، نشرة في موقعها على الإنترنت خصصتها للأداء السياحي في جميع الوجهات السياحية في أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر، ذكرت فيها أن دبي هي الوجهة السياحية الأولى على مستوى العالم، من حيث نسبة زيادة أعداد السياح الذين قدموا إليها مقارنة بعام ٢٠٠١م، قد بلغت أكثر من ٣١٪، وجاءت هونج كونج في المركز الثاني بنسبة ٢١٪، ثم الأرجنتين في المركز الثالث بنسبة ١٥٪، ثم تركيا ٦، ١٣٪، ثم بلجيكا ٨، ٧٪، ثم فرنسا ٢٪ فيما لم تحقق ألمانيا أية زيادة تذكر^(٢).

(١) إدارة الأمن السياحي، القيادة العامة لشرطة دبي، إدارة الأمن السياحي، د.ت.

(٢) عبد الرحمن عيسى العظب، المرجع السابق، ص ١٨.

جدول رقم عدد السياح بدبي^(١)

السنة	إجمالي عدد السياح
2009	7.583.079
2010	8.294.132
2011	9.095.570
2012	9.957.161
2013	11.012.487

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم أن إجمالي عدد السياح الذين قدموا إلى دبي قد اتجه للزيادة بشكل مضطرد من عام إلى آخر، ووصلت نسبة الزيادة في عام ٢٠١٠ إلى ٩٪ مقارنة بعام ٢٠٠٩. وبلغت نسبة الزيادة ٩,٧٪ في عام ٢٠١١ مقارنة بعام ٢٠١٠. في حين أن نسبة الزيادة وصلت إلى ٩,٤٪ عام ٢٠١٢ مقارنة بعام ٢٠١١. واتجه عدد السياح للزيادة بنسبة ٦,١٠٪ في عام ٢٠١٣ مقارنة بعام ٢٠١٢.

ويلاحظ إن أعداد السياح الذين زاروا دبي قد اتجه عددهم للزيادة من عام إلى آخر خلال هذه السنوات «من عام ٢٠٠٩ إلى عام ٢٠١٣»، حيث إن نسبة الزيادة وصلت إلى ٤٥,٢٪ في عام ٢٠١٤ مقارنة بعام ٢٠٠٩، وهذا مؤشر على مقدار التطور الذي حدث في صناعة السياحة والفعاليات والبرامج التي تم إطلاقها في إمارة دبي، وأدى إلى استقطاب هذا العدد من السياح إلى دبي.

خلاصة القول؛ إن دبي تمثل إحدى أبرز المدن العالمية في العديد من المجالات فهي تضم أفضل مولات التسوق، ويقام بها المهرجانات العالمية، وهي إحدى مدن

(١) دائرة السياحة والتسويق التجاري، مرجع سابق.

الأبراج بالإضافة إلى أنها تضم أعلى برج في العالم (برج خليفة)، وبها مطار دبي من أفضل مطارات العالم، وبها إحدى أفضل المناطق الحرة (المنطقة الحرة بجبل علي) على مستوى العالم،... إلخ ما تشتمل عليه من منجزات القرن الحادي والعشرين، ويعيش بين جناتها أكثر من مائتي جنسية من جميع أقطار العالم بتسامح وفي استقرار، مما يجعل منها أكبر مدينة في العالم تتنوع فيها الأعراق والجنسيات وتنوع فيها الثقافات.



القسم الثالث

مكونات السياحة العائلية في دبي

تمهيد:

نلقى الضوء باختصار على بعض مكونات السياحة العائلية في دبي، والتي تم توفيرها كبيئة سياحية جاذبة لهذا النوع من النشاط، وبما يعزز دبي كوجهة سياحية عائلية مفضلة تستقطب العائلات من العالم الإسلامي وجميع بلدان العالم للمجيء إليها.

بالنسبة للمقومات والإمكانيات الاستثنائية التي يمتلكها السوق الإماراتي في مجال السياحة العائلية، والتي جعلتها تحتل المرتبة الأولى في فئة السياحة ضمن مؤشر التنافسية لمنظمة التعاون الإسلامي في ٢٠١٣م، كما حققت الإمارات مرتبة متقدمة في أسواق السفر الجديدة الناشئة، بسبب القيم المضافة التي تقدمها للعائلات والمتأصلة في الثقافة المحلية. كما احتلت دولة الإمارات المرتبة الثانية عالمياً بتقييم ٧, ٠ حسب معايير موقع «كريسنت ريتينج» الإلكتروني الرائد والمختص في مجال السفر والذي يتخذ من سنغافورة مقراً له، فيما حققت كل من السعودية والمغرب مراتب متقدمة في التقييم بين الوجهات العالمية الأهم، حيث حصلت السعودية على ٦, ٥، والمغرب على ٤, ٦. في الوقت الذي استحوذت ماليزيا على أعلى تقييم وصل الى ٤, ٨، والذي ساعدها على استقطاب أكثر من ١٧٠ ألف زائر من منطقة الخليج وحدها خلال ٢٠١٣م^(١).

(١) غرفة تجارة دبي، السياحة العائلية، مرجع سابق، ص ٢.

أولاً: مهرجان دبي للتسوق ودعم السياحة العائلية:

لقد بدأ الاهتمام بالسياحة العائلية منذ سنوات عديدة، ووضح ذلك في مهرجان دبي للتسوق، الذي كان يحمل اسم العائلة، فكان مهرجان عام (٢٠٠٠) يحمل شعار «عالم واحد عائلة واحدة»، تأكيداً على الاهتمام بالعائلة، وتأسيساً لهذا النمط من السياحة.

ويشير صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، في كتابه رؤيتي؛ إن أحد أسباب النجاح المتواصل الذي يحققه «مهرجان دبي للتسوق» و«مفاجآت صيف دبي» اللذان يستقطبان الملايين هو أننا لا نستخدم هذين المهرجانيين لتسويق البضائع والخدمات ودعم السياحة العائلية والمفاجآت فقط بل نسوقهما في غلاف الامتياز الذي تشتهر به المدينة فنحولهما إلى احتفالين نكرم فيهما الأسرة العربية ونبتهج فيهما بالأم والأب والطفل والتكنولوجيا والسلوك الحميد والأمانة والسمعة الطيبة والخيال والثقافة والترفيه، ونقدم فيهما عشرات الفعاليات التي تستهدف كل فئات الزائرين^(١).

وكشف النابودة عن الفعاليات الجديدة التي استضافها مهرجان دبي للتسوق ٢٠٠٣ وقال: «عالم واحد عائلة واحدة» شعار يجمعنا بزوارنا منذ أعوام «٢٠٠٠، ٢٠٠١، ٢٠٠٢»، بعدما تحول إلى سماء مفتوحة تتسع لكل الأفكار المبدعة والخلاقة، مشيراً إلى أن مهرجان دبي للتسوق ٢٠٠٣ ضم أكثر من ٣٠٠ فعالية تم اختيارها من

(١) الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، رؤيتي: التحديات في سباق التميز، مرجع سابق، ص ١٥١.

قبل اللجنة المنظمة للحدث بعناية واهتمام لتقدم الجديد للزوار وتضفي على المدينة أجواء المهرجان والاحتفال^(١).

وتبين الدراسات الحديثة المتعلقة بالاقتصاد الإسلامي إن السياحة العائلية حققت نمواً في قيمتها من ١٣٧ مليار دولار أمريكي خلال ٢٠١٢م إلى ١٤٠ مليار دولار أمريكي في ٢٠١٣م. ومن المتوقع أن ترتفع القيمة إلى ١٨١ مليار دولار بحلول ٢٠١٨م. مدفوعة بالنمو السكاني في العالم الإسلامي والأداء الاقتصادي القوي. ويتوقع خبراء صناعة القطاع أن تحقق السياحة العائلية نمواً سنوياً قوياً يقدر بـ ٧٩,٤٪ حتى عام ٢٠٢٠م، وبمعدل أعلى من نسبة النمو العالمية التي تقدر بـ ٨,٣٪، مما يعكس الأهمية المتنامية للاقتصاد الإسلامي^(٢).

تمثل دبي إحدى المعالم والوجهات السياحية المفضلة والتميزة التي أخذت موقعها على المستوى الإقليمي والعالمي، مما جعل منها مقصداً للسياح من جميع بلدان العالم نظراً لما تتسم به من بيئة طبيعية رائعة «بحر وشمس وصحراء» والتراث الإسلامي العربي، وتقاليد الضيافة، مع توفير مناخ الاستثمار الذي اجتذب الشركات العالمية، وتنظيم المهرجانات «مهرجان دبي للتسوق... إلخ»، والأنشطة الرياضية «سباقات الخيول، والهجن،... إلخ».

(١) مجلة الأعمال في دبي، مهرجان دبي للتسوق ٢٠٠٣: تشكيل كوني قل نظيره، دبي، مجلة الأعمال في دبي، مج ٣، ع ٢٥، غرفة تجارة وصناعة دبي، يناير ٢٠٠٣م، ص ٣١.
(٢) غرفة تجارة دبي، السياحة العائلية، مرجع سابق، ص ٣.

ثانياً: دعم السياحة العائلية في القرن الحادي والعشرين:

سعت القيادة الرشيدة لدبي صوب الاهتمام بالسياحة بوجه عام والسياحة العائلية بوجه خاص، ووضح ذلك في المحور الثالث من محاور الخطة الإستراتيجية للاقتصاد الإسلامي، والتي تهدف إلى أن تكون دبي عاصمة عالمية للاقتصاد الإسلامي، ومركز لأنشطة هذا الاقتصاد.

ركز التوجه الثالث من الخطة الإستراتيجية لتطوير قطاع الاقتصاد الإسلامي على «الوجهة المفضلة للسياحة العائلية» بهدف تعزيز موقع دبي كمركز لخدمات السياحة والإقامة للعائلات، وتوفير التسهيلات والنشاطات السياحية التي تناسب جميع أفراد الأسرة. وقطعت دبي شوطاً كبيراً حتى الآن في تعزيز موقعها كوجهة سياحية مفضلة للعائلات من مختلف الدول حول العالم، بدليل حجم الإقبال السياحي على مدينة دبي^(١).

وفي ضوء ما أشارت إليه البيانات من أن الإنفاق العالمي للمسلمين على السياحة (إلى الخارج) قد ارتفع بنسبة ٧,٧٪ مليار دولار أمريكي عام ٢٠١٣م (باستثناء رحلات الحج والعمرة)، فبات يشكل ٦,١١٪ من الإنفاق العالمي. ويتوقع أن يصل إلى ٢٣٨ مليار دولار أمريكي عام ٢٠١٩م. أما أبرز الدول التي تضم السياح المسلمين بحسب بيانات الإنفاق لعام ٢٠١٣م، فهي المملكة العربية السعودية

(١) مساعد الزياتي، محمد بن راشد يطلق الخطة الإستراتيجية لتطوير قطاع الاقتصاد الإسلامي ودبي عاصمته العالمية، الموقع على شبكة المعلومات الدولية، الخميس الموافق ٢٢ يناير ٢٠١٥م:
<http://classic.aawsat.com/details.asp?section=6&issueno=12731&article=745798>

(٨, ١٧ مليار دولار). وإيران (٣, ١٤ مليار دولار). والإمارات العربية المتحدة (٢, ١١ مليار دولار). وقطر (٨, ٧ مليار دولار). والكويت (٧, ٧ مليار دولار). واندونيسيا (٥, ٧ مليار دولار). وتصدرت دولة الإمارات وماليزيا وسنغافورة مؤشر السياحة العائلية. في حين تم تخصيص تقرير لرحلات الحج والعمرة التي قدر حجمها بـ (٧, ٥) مليون رحلة (لا تشمل الرحلات الداخلية) مع إجمالي إنفاق بلغ ٢, ١٦ مليار دولار أمريكي (بما فيها تكاليف السفر) في عام ٢٠١٣م^(١).

تعد السياحة العائلية من أكثر القطاعات حيوية في صناعة السياحة على الصعيد العالمي، وهي عنصر رئيسي في حركة نمو الاقتصاد الإسلامي. وأن المسافرين المسلمين يمثلون جزءاً كبيراً من السياحة العالمية، حيث أصبح تلبية متطلبات العائلات وإعادة تعريف المجالات الأساسية للأنشطة السياحية من أهم عوامل نمو صناعة السياحة^(٢).

حيث نشرت شركة «برايس ووتر هاوس كوبرز»؛ في تقريرها أن حكومة الإمارات عملت بجد في السنوات الأخيرة على الترويج للدولة كوجهة سياحية عائلية آمنة، ما عاد بالنفع على دبي، وجاراتها من الإمارات الأخرى، حيث حلت أبوظبي في المرتبة (٨٨) على القائمة بنحو ٩٥, ١ مليون زائر، وحلت الشارقة في المرتبة ٩٧ في القائمة بمجموع ٨, ١ مليون زائر^(٣).

(١) عبير أبو شمالة، حمدان بن محمد: إستراتيجية دبي للاقتصاد الإسلامي، الموقع على شبكة المعلومات الدولية، الخميس الموافق ٢٢ يناير ٢٠١٥ م:

4fc1-b45c-339bf1bf3f91-http://www.alkhaleej.ae/economics/page/dddd98ec-0321

(٢) غرفة تجارة دبي، السياحة العائلية، مرجع سابق، ص ١.

(٣) وائل الخطيب، وعلى الصمادي، مرجع سابق، ص ٣.

ويشهد قطاع السياحة العائلية نمواً متزايداً، مما عزز من مكانتها كعامل محوري في نمو الاقتصاد الإسلامي، حيث أظهر التحليل، المعتمد على بيانات شركة طومسون رويترز، إن السياحة العائلية تمثل ٥, ١٢٪ من سوق السياحة العالمي بقيمة إجمالية وصلت إلى ١, ٠٧ تريليون دولار أمريكي في عام ٢٠١٢م. ووصف التحليل حجم وإمكانات سوق السياحة العائلية بأنها أكبر من سوق الولايات المتحدة الأمريكية، الذي يعتبر أهم سوق في السياحة التقليدية، بنسبة استحواذ ٤, ١١٪ فقط من حجم السوق العالمية^(١).

ووفقاً لتقرير أعدته مؤسسة تومسون رويترز؛ بدأت الفنادق العالمية في البلدان التي يزورها المسلمون الاهتمام بشكل كبير بتوفير بيئة تروق للأسرة بكاملها، على سبيل المثال: قامت بتوفير تجهيزات خاصة للمسلمين، مثل الصلاة، ومنتجات خاصة ومعزولة للسيدات، إضافة إلى برامج السياحة التراثية.

لقد أكد مركز دبي لتطوير الاقتصاد الإسلامي، على إن ما تقدمه دبي للسياح من عروض متنوعة وبرامج غنية للتعريف بالتراث الإسلامي قد ساعد في ترسيخ مكانة الإمارة باعتبارها من أشهر وجهات السياحة. وستتضمن إستراتيجية «دبي عاصمة للاقتصاد الإسلامي» دعم قطاع السياحة في الإمارة بشكل أكبر، بالتعاون مع الأطراف المعنية الرئيسية في هذا المجال، الأمر الذي سيجعل من القطاع وجهة مفضلة عالمياً.

(١) غرفة تجارة دبي، السياحة العائلية، مرجع سابق، ص ١.

ثالثاً: نماذج للسياحة العائلية في دبي^(١):

تمهيد:

نشير باختصار إلى بعض النماذج للسياحة العائلية في دبي، وذلك من خلال ما تم إطلاقه من فعاليات وبرامج قامت بإعدادها بعض الفنادق، والمؤسسات التي تعمل في مجال السياحة في دبي، وصولاً إلى أن تكون دبي من أفضل الوجهات السياحية العائلية على المستوى الإقليمي والعالمي.

حيث إن المؤسسات والفنادق ذات الصلة بصناعة السياحة في دبي، قد عملت على توفير بيئة أسرية ملائمة لاستقطاب وتعزيز السياحة العائلية، فاتجهت الفنادق لإعداد وتوفير أماكن وبرامج وفعاليات تجمع الأسرة بمكان واحد، وتمثل وسائل الترفيه للأطفال نموذج لذلك.

ومن ذلك توفير غرف متصلة للعائلات ومنها ما هو خاص بالأطفال، وتوفير وسائل الترفيه لهم مثل برك الأسماك والطيور لجذب العائلات المقيمة بالفندق، وإعداد الحدائق التي تشتمل على مساحات خضراء واسعة، وإعداد حمامات سباحة للأطفال، وتوفير أماكن للرسم، وركن لطفل الغابة، وتخصيص أماكن خاصة بلعب التنس للأطفال.



(١) للمزيد أنظر الملحق ص ٤٢.

القسم الرابع

تخطيط حملة إعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية في دبي

تمهيد:

تأتي أهمية تخطيط وإعداد حملات التوعية بالسياحة العائلية، لما تؤديه من نشر الثقافة السياحية بين العاملين والمتصلين بقطاع السياحة، وكذلك الجمهور. لزيادة الوعي بالسياحة العائلية في دبي، وأن يتم العمل على توعية العاملين بحسن الضيافة والاستقبال واحترام خصوصية العائلة مع دعم البرامج والفعاليات التي تستقطب العائلات من جميع بلدان العالم، حتى تكون دبي وجهة السياحة العائلية الأولى بين جميع الوجهات السياحية في العالم، حيث إن التوعية تزيد الوعي السياحي لمخططي صناعة السياحة، وذلك يعزز وينشر الثقافة السياحية عموماً والسياحة العائلية خصوصاً لدي جميع أفراد المجتمع في دبي.

حيث إن نشر الثقافة السياحية يهدف إلى تحقيق توعية سياحية، وهو أحد أهم الجهود المبذولة من أجل دعم السياحة العائلية. من خلال إستراتيجيات وخطط وبرامج التوعية السياحية التي تسعى إلى الاستجابة الواعية لمجمل التطورات الحاصلة في قطاع السياحة العائلية.

لذلك تأتي أهمية تخطيط وإعداد حملات التوعية التي تركز على زيادة الوعي بالسياحة العائلية في دبي، وتنشر هذه الثقافة، واستثمار دور وسائل الإعلام والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية للمشاركة في أداء دورها التوعوي، بهدف نشر ثقافة السياحة العائلية في إمارة دبي.

لقد بدأت كل الدول تعهد لشركات إعلام وإعلان دولية كبري حملات تشييطية للسياحة إليها تركز على إبراز ما تتمتع به الدولة من طبيعة ساحرة ومناخ معتدل وشمس وبحر وشواطئ وتفوقت شركات الإعلان والعلاقات العامة في اختراع شعارات لكل دولة تدعو إلى هذا النوع من السياحة التي هي كل أو عصب السياحة الحديثة لأنها هي التي تضمن تكرارية زيارة السائح وعودته إلى نفس البلد في كل إجازة بعكس السياحة الثقافية التي يري فيها السائح المكان أو الأثر لمرة واحدة ولا يفكر في العودة إليه ولكنه دائماً في المقابل مضطر في كل إجازة إلى السفر إلى أماكن البحر والشمس والشواطئ والترفيه، ومن هنا بدأ هناك إحساس عالمي يقول إن مستقبل صناعة السياحة الحديثة لمن يمتلك الشواطئ والترفيه لا لمن يمتلك التاريخ والآثار فقط دون أن يهتم بالترفيه والاستجمام التي هي أساس السياحة العالمية الآن، وبالطبع قبل كل ذلك يكون هناك الاهتمام بالبنية الأساسية للسياحة من فنادق وطيران وجودة وخدمات^(١).

وتهدف التوعية بالسياحة العائلية إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- العمل على تكوين نسق معرفي خاص بالسياحة العائلية لدى جميع الأطراف المعنية بالسياحة.

- تكوين نسق فكري سياحي لدى الفرد والمجتمع فيما يخص جوانب السياحة العائلية.

(١) مصطفى النجار، قراءة في أحداث ونتائج بورصة لندن ٢٠٠٤، القاهرة، الأهرام، س١٢٩، ع٤٣٠٨١، ١٨/١١/٢٠٠٤م، ص ٢٢.

- والعمل على تكوين نسق اتجاهات سياحي متساوي ومتكامل لدى العاملين بالسياحة والمجتمع إزاء السياحة العائلية.

- تكوين نسق قيمي سلوكي يعزز من السياحة العائلية لدى الأفراد والمجتمع.

- تكوين نسق سلوكي يعزز السياحة العائلية تتمثل فيه معرفة الفرد وفكره واتجاهاته وقيمه.

كذلك تأتي ضرورة توظيف الإعلام السياحي الذي يمثل نمطاً من أنماط الإعلام المتخصص بالسياحة وأنشطتها والمتعاملين مع السياح وكذلك السياح أنفسهم، والمواطنين، لتعزيز ثقافة السياحة العائلية.

نعرض خطوات إعداد حملة إعلامية بهدف نشر ثقافة السياحة العائلية في قطاع السياحة في دبي بوجه خاص، وبين الجمهور بوجه عام، لتحقيق إستراتيجية صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، حتى تكون دبي وجهة السياحة العائلية الأولى في العالم.

تصور لخطوات حملة إعلامية لنشر ثقافة الوعي بالسياحة العائلية:

بخصوص خطوات إعداد حملة التوعية بالسياحة العائلية، فهي تشتمل على مجموعة من الخطوات، هي الخطوة الأولى ويتم فيها تحديد الموضوع، والخطوة الثانية وتهدف لدراسة الجمهور المستهدف من الحملة، والخطوة الثالثة تسعى لتحديد الأهداف بمعنى نقل التعليمات والمعلومات والبيانات

لتغيير الاتجاهات والسلوكيات غير السوية، ثم الخطوة الرابعة ويتم فيها إعداد وإنتاج البرامج الإعلامية بالتنسيق مع الجهات التي لها علاقة بالموضوع (الحملة)، والخطوة الخامسة يتم فيها توزيع البرامج الإعلامية المعدة، والخطوة السادسة يتم فيها تقييم وتقويم الحملة لتدعيم جوانب النجاح وتغيير جوانب القصور.

الخطوة الأولى:

بمعنى تحديد الموضوع الذي يتم عمل حملة توعية من أجله، بمعنى الإمام بموضوع السياحة العائلية وجمع البيانات والإحصاءات والمعلومات عنها في إمارة دبي، ومحاولة التعرف على العناصر المتصلة بالسياحة العائلية والتي تؤدي إلى معرفة جوانب هذا المجال، فذلك يمثل نصف الحل.

وإلقاء الضوء على الآتي: حجم السياحة ومنها السياحة العائلية في إمارة دبي وآثارها الإيجابية. فذلك يمثل مدخلاً مهماً جداً، عند وضع خطة الحملة الإعلامية للتوعية بالسياحة العائلية، وذلك حتى يتم إعداد البرامج الإعلامية التي تعبر عن هذا النمط من السياحة.

الخطوة الثانية:

يتم دراسة الجمهور المستهدف من الحملة، وعمل دراسة ميدانية بهدف التعرف على المتصلين بقطاع السياحة، وتحديد عادات الجمهور المتصل بوسائل إعلامي ووسائل التواصل الاجتماعي، والتعرف على عادات هذا النمط من السياح «السياحة

العائلية»، ودراسة علي عينة من هؤلاء السياح، وكذلك المتعاملين والعاملين في قطاع السياحة.

القول أن هذه الخطوة من خطوات إعداد حملة التوعية السياحية، تهدف للتعرف على الفئات والأشخاص (سماتهم وخصائصهم) الذين توجه إليهم حملة التوعية السياحية، لتوعيتهم بأهمية السياحة العائلية، وذلك لدعم اتجاهاتهم لاتباع السلوك الذي يدعم السياحة العائلية، لأنه من المفترض أن أفراد المجتمع بحاجة إلى التوعية السياحية واتباع السلوك الصحيح «نظراً لأن كل أفراد المجتمع مستفيدين من عوائد صناعة السياحة، وإن كان يوجد فئات بحاجة إلى توعية أكبر واهتمام أكثر، وبخاصة العاملين بصناعة السياحة والمتصلين بهذا القطاع، وكذلك الجمهور».

بالإضافة إلى الاهتمام بسلوكيات المتعاملين مع السياحة العائلية، وتوعيتهم بأهمية حسن الضيافة واحترام خصوصية العائلات التي تأتي إلى دبي للسياحة، وذلك كجزء من حملة التوعية السياحية بهدف نشر ثقافة السياحة العائلية بما يدعم التوعية السياحية ويساهم في جعل دبي المقصد الأفضل عالمياً في مجال السياحة العائلية.

الخطوة الثالثة:

تبلور الخطوة الثالثة في تحديد الأهداف، ونقل المعارف المطلوبة والتعليقات ثم الإقناع العقلي والوجداني بهدف خلق الدوافع التي تؤدي إلى تغيير السلوك نحو نشر ثقافة السياحة العائلية مع تحديد القطاعات المستهدفة علي النحو المنسجم مع طبيعة قناة الاتصال الإعلامية المستخدمة (إذاعة، تليفزيون، صحافة، ملصقات إعلامية، لوحات إرشادية، وسائل التواصل الاجتماعي،... إلخ). وإلقاء الضوء على الآثار

الإيجابية للسياحة. وإتباع آداب حسن الضيافة، كمظهر من مظاهر الحياة المتحضرة، والتي يدعو إليها الدين الإسلامي. والتعاون بين جميع العاملين بقطاع السياحة، لكي تستمر مسيرة التقدم والرقي ويتم استقطاب مزيد من السياحة العائلية إلى دبي.

الخطوة الرابعة:

ثم تأتي عملية إنتاج المواد الإعلامية: حيث تعد المواد الإعلامية الحامل الرئيس للخطاب السياحي في حملة التوعية السياحية. وتتضمن جميع الرسائل السياحية الحاملة للمضامين السياحية المطلوب نشرها وإيصالها إلى الجماهير المستهدفة. وتتضمن تنفيذ المهام الآتية:

- ١- اختيار موضوعات السياحة العائلية المطلوب معالجتها.
 - ٢- تحديد أساليب المعالجة الإعلامية لموضوعات السياحة العائلية.
 - ٣- تحديد الصحفيين والكتاب المكلفين بمعالجة موضوعات السياحة العائلية.
 - ٤- تحديد المصادر التي يمكن الاعتماد عليها للحصول على معلومات وبيانات وخدمات مساعدة.
- وتتضمن هذه الخطوة ما يلي:

أولاً: التوجيهات التي يتم بثها من خلال الحملة الإعلامية للمستهدفين.

ثانياً: إعداد وتوجيه بعض البرامج الخاصة بالأطفال وطلاب المدارس والجامعات، لتنمية الثقافة السياحية والوعي لديهم، وإكسابهم المهارات والسلوكيات

التي تحافظ عليهم وعلى الآخرين وبخاصة في شهور العام الدراسي، ومراعاتهم للظهور بمظهر حضاري، لأن ذلك يمثل سلوك حضاري.

ثالثاً: نشر الثقافة السياحية التي تعزز الأمن السياحي في دبي.

رابعاً: إعداد البرامج التي توجه للمسؤولين بقطاع السياحة، حسب المواصفات العالمية وبما يناسب السياحة العائلية.

الخطوة الخامسة:

بعد إعداد وإنتاج البرامج الإعلامية التوعوية، توزع هذه البرامج الإعلامية علي وسائل الإعلام بعد اختيارها موضوعياً وفتياً وبما يناسب البرامج المعدة، والتركيز في هذا المجال علي أكثر الوسائل تأثيراً وانتشاراً والوسائل الإعلامية الأخرى (كالإذاعة، الصحافة، ووسائل الإعلان والعلاقات العامة)، بالإضافة إلى الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي بهدف نشر أو بث هذه البرامج على الجمهور.

الخطوة السادسة:

تأتي عملية التقييم والتقويم، لمعرفة مدى النجاح الذي تحقق، وذلك عن طريق الخبراء والمتخصصين، ثم تقويم نواحي القصور التي أثبتتها الحملة، مع الأخذ في الاعتبار استمرارية الحملة وألا تكون موسمية. وفي هذه الخطوة يجب تقييم برامج حملة التوعية، لمعرفة مدى تأثيرها وأثرها على الجمهور المستهدف، باستطلاع رأي الجمهور المستهدف، ومعرفة مدى التأثير على زيادة السياحة العائلية في دبي، وتدعيم الجوانب الإيجابية بهذه الحملة.

حيث إن هدف البحث التقييمي، هو محاولة منظمة للحصول على معلومات وشواهد موضوعية، وشاملة، عن درجة تحقيق برنامج معين لأهدافه المقصودة، فضلاً عن درجة إحداث نتائج أخرى غير متوقعة لهذا البرنامج، والتي حين ندرسها نستطيع أن نعتبرها ملائمة أيضاً للأهداف الأساسية^(١).

خلاصة القول؛ تعتمد خطوات تخطيط حملة إعلامية للتوعية السياحية في إمارة دبي، على الاستفادة من آراء ومشاركة العلماء والباحثين من مختلف العلوم ذات الصلة بموضوع السياحة العائلية، وأن يتم إعداد خطوات الحملة الإعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية اعتماداً على البيانات والمعلومات المتوفرة عن قطاع السياحة في دبي، وعمل دراسة مسحية، ودراسات حالة للسائحين، «بمعنى التعرف على الفئات التي سيتم توجيه حملة التوعية السياحية إليهم»، ثم تحديد ما تهدف إليه حملة نشر ثقافة السياحة العائلية، وبعد ذلك يتم إعداد وإنتاج البرامج الإعلامية، ثم توزيعها على وسائل الإعلام المختلفة، مع عدم إغفال أهمية تقييم وتقويم هذه الحملة لتدعيم جوانب النجاح وعلاج جوانب القصور.



(١) محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي: دراسة في طرائق البحث وأساليبه، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ط ٢، ١٩٨١م، ص ٥٢٨.

الخاتمة

يمثل هذا العمل محاولة لإبراز أهمية صناعة السياحة والمقومات التي تتميز بها دبي كواجهة سياحية متميزة عالمياً، وإبراز إيجابيات السياحة من الناحية الاقتصادية، ودور الأمن السياحي في دعم هذه الصناعة. وإلقاء الضوء على السياحة العائلية واتجاه القيادة الرشيدة لجعل دبي الوجهة الأولى عالمياً في هذا النمط من السياحة.

ولتحقيق الأهداف والتساؤلات، تم الاستعانة بالمنهج التاريخي، والأسلوب الإحصائي، وتناول صناعة السياحة في دبي ومنها السياحة العائلية. وتم تقسيم البحث لأربعة أقسام، والنتائج والتوصيات، ثم المراجع، والملاحق.

وسيتم عرض أهم نتائج البحث في أربعة أقسام كالآتي:

أولاً: أسس صناعة السياحة؛ أظهرت نتائج البحث ما يلي:

١- لقد نظر الإسلام إلى السياحة على أنها تشير إلى الانتقال من مكان إقامة الشخص إلى أماكن أخرى، لتحصيل العلم، أو الدعوة لدين الله «سبحانه وتعالى»، أو التعارف، أو الترويح عن النفس، أو مشاهدة آثار الأمم السابقة للعبرة والموعظة، أو التجارة، ويحكم هذا الانتقال الضوابط الدينية والشرعية النابعة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، والبعد عن كل المحرمات.

٢- تتمثل أسس صناعة السياحة في إنشاء المطارات والموانئ ومحطات الركاب، وتمهيد الطرق المؤدية إلى الأماكن السياحية والأثرية، وتوفير الخدمات الأمنية،

وتوعية المواطنين على حسن معاملة السياح وعدم استغلالهم، وتقديم الدولة التسهيلات ووسائل الانتقال والاتصالات الداخلية والخارجية للسائحين.

٣- من إيجابيات صناعة السياحة المحافظة على الموارد الطبيعية والتاريخية للمقصد السياحي، وتزويد الدخل، وفرص العمل وتخفيض البطالة، وتعزز الأنشطة المرتبطة بالسياحة، وتحسن البنية التحتية، وتطور الصناعات التقليدية، وتنشر ثقافة وقيم المجتمع، وتعزز الشراكة بين القطاع العام والخاص لدعم المشاريع السياحية.

٤- يعد الأمن السياحي أحد أسس صناعة السياحة ومن عوامل ازدهارها وكسب المزيد من السياح، وهو يمثل الأنشطة الإدارية والأمنية التي تستهدف تأمين السياحة بمختلف صورها في مناخ يسوده الاطمئنان والسكينة. لذلك يجب توفير الأمن والسلامة للسائح منذ وصوله إلى بلد المقصد وحتى مغادرته، وتأمين إقامته والمنشآت السياحية والمواقع الأثرية والمزارات والأماكن الدينية والآثار التاريخية التي يرتادها السياح، وحماية الدولة المضيئة من الجرائم التي ترافق السياحة بكل مخاطرها كجرائم جلب المخدرات والتهرب وتزييف العملة وجرائم التجسس وجرائم الاحتيال والجرائم الأخلاقية. وحماية السياح من الوقوع ضحايا للجرائم الجنائية أو استغلالهم، وحمايتهم من المضايقات وتوفير التسهيلات لهم.

٥- قامت شرطة دبي في عام ٢٠٠١ بإنشاء إدارة الأمن السياحي، ومهامها توفير الإحساس بالأمن والاطمئنان للسياح أثناء إقامتهم بالدولة وجمع المعلومات عن الجرائم والمشاكل التي يتعرضون لها. وتقوم الإدارة بإصدار نشرات توعية

داخلية وخارجية عن طريق الإنترنت أو بالاتفاق مع شركات الطيران عبر نشرات الطائرات الداخلية والنشرات الضوئية الإلكترونية.

ثانياً: دبي مقصد سياحي عالمي متميز؛ بينت نتائج البحث الآتي:

١- إن المدن تقام بشكل مخطط ولأغراض محددة، مثل ما حدث لدبي، وأن ظاهرة التطور العمراني التي يشهدها العالم في عصر ما بعد الحداثة، تم استلهاها بشكل جزئي مما فعلته دبي خلال العقد الماضي. ودبي مدينة تستجيب لمتطلبات العولمة وحاجات مجتمعها المتغير بشكل دائم، بالتوسع في البنيات الأساسية للسياحة.

٢- تمثل دبي إحدى الوجهات السياحية العالمية ومقصداً للسياح من مختلف بلدان العالم نظراً لما يتوفر فيها من بنية تحتية، وطبيعة رائعة «بحر وشمس وصحراء» وتراث ثقافي عربي، وتقاليد الضيافة، وتوفر مناخ الاستثمار الذي اجتذب العديد من الشركات العالمية، وتنظيم المؤتمرات والمهرجانات مثل «مهرجان دبي للتسوق، والفعاليات الثقافية والأنشطة الرياضية، إن دبي أولت جُل اهتمامها لصناعة السياحة، واستثمار البيئة الطبيعية التي تتمتع بها، والموقع الجغرافي المتميز، كأبرز الوجهات السياحية.

٣- المقومات السياحية التي تتميز بها دبي هي: المتاحف، والشواطئ التي تتميز برمالها البيضاء الساحرة ومياهها البلورية، وخدماتها الشاملة، والمهرجانات فدي ضمن أفضل ٦ مدن لإقامة المهرجانات والفعاليات على مستوى العالم، بها حدائق متميزة، وبلغ عدد الفنادق بدبي (٤٢٨) فندق وعدد (٢٠٦) شقة فندقية. وجزر دبي هي جزر النخلة في ديرة وجميرا وجبل علي، إضافة لجزيرة العالم، وأصبح طيران

الإمارات من كبريات شركات الطيران العالمية، بالإضافة إلى الموانئ، وتمثل القرية العالمية الوجهة العائلية للثقافة والتسويق والترفيه الأكثر شهرة في المنطقة، وتضم برج خليفة أطول برج في العالم، حيث يبلغ طوله ٨٢٨ متراً. وتبلغ مساحة نافورة دبي ما يعادل ٣٠ فدانا، ويمكنها قذف المياه إلى ارتفاع ٥٠٠ قدم (١٥٠ متراً)، ويعتبر مترو دبي أطول قطار في العالم تتم قيادته آلياً بدون سائق، ومول العالم يتوقع أن يستوعب ١٨٠ مليون زائر سنوياً، ويعد أكبر مركز تسوق، وأول مدينة مكيمة بالكامل في العالم، وتعتبر المنطقة الحرة بجبل على من أنجح المناطق التجارية والصناعية في دولتها وفي إقليمها وفي العالم.

٤- وتوجت دبي بالفوز بتنظيم إكسبو ٢٠٢٠، حيث تفوقت دبي في التصويت على ساو باولو البرازيلية ويكاترينبرغ الروسية وإزمير التركية، فحصلت على تأييد ١١٦ من أصوات أعضاء المكتب الذين لهم حق التصويت البالغ عددهم ١٦٤، لقد زادت أعداد السياح الذين زاروا دبي في عام ٢٠١٣ إلى ٤٨٧, ٠١٢, ١١ سائح، وإن نسبة الزيادة وصلت إلى ٢, ٤٥٪ في عام ٢٠١٣ مقارنة بعام ٢٠٠٩، واحتلت دبي المرتبة الأولى إقليمياً و١٢ عالمياً على قائمة أفضل ١٠٠ وجهة سياحية عالمية في ٢٠١٤م.

ثالثاً: مكونات السياحة العائلية في دبي؛ كشفت نتائج البحث ما يلي:

١- بدأ الاهتمام بالسياحة العائلية منذ سنوات عديدة، وبرز ذلك في مهرجان دبي للتسوق، الذي كان يحمل اسم العائلة، فكان مهرجان عام (٢٠٠٠) يحمل شعار «عالم واحد عائلة واحدة»، وأحد أسباب النجاح المتواصل الذي يحققه «مهرجان

دبي للتسوق» و«مفاجآت صيف دبي»، أنهما احتفالين يتم فيهما تكريم الأسرة العربية والأم والأب والطفل والسلوك الحميد والأمانة والسمعة الطيبة والخيال والثقافة والترفيه.

٢- احتلت الإمارات المرتبة الأولى في فئة السياحة ضمن مؤشر التنافسية لمنظمة التعاون الإسلامي في ٢٠١٣م، بسبب القيم المضافة التي تقدمها للعائلات والمتأصلة في الثقافة المحلية. واحتلت دولة الامارات المرتبة الثانية عالمياً بتقييم ٧,٠ حسب معايير موقع «كريست ريتينج».

٣- إن السياحة العائلية حققت نمواً في قيمتها من ١٣٧ مليار دولار أمريكي خلال ٢٠١٢م إلى ١٤٠ مليار دولار أمريكي في ٢٠١٣م. ومن المتوقع أن ترتفع القيمة إلى ١٨١ مليار دولار بحلول ٢٠١٨م.

٤- ركز التوجه الثالث من الخطة الإستراتيجية لتطوير قطاع الاقتصاد الإسلامي على «الوجهة المفضلة للسياحة العائلية» لتعزيز موقع دبي كمركز لخدمات السياحة والإقامة المثالية للعائلات، وتوفير سلسلة من التسهيلات والنشاطات السياحية التي تناسب جميع أفراد الأسرة. وعززت دبي موقعها كوجهة سياحية مفضلة للعائلات من مختلف دول العالم، فتصدرت دولة الإمارات وماليزيا وسنغافورة مؤشر السياحة العائلية.

٥- يمثل المسافرون المسلمون جزءاً كبيراً من السياحة العالمية، فتلبية متطلبات العائلات من أهم عوامل نمو صناعة السياحة، واهتمت الفنادق العالمية في البلدان التي يزورها المسلمون بتوفير بيئة تروق للأسرة بكاملها، كتوفير تجهيزات

خاصة للمسلمين، كالصلاة، ومنتجات خاصة ومعزولة للسيدات، وبرامج السياحة التراثية.

٦- اتجهت الفنادق في دبي، نحو توفير بيئة أسرية لاستقطاب السياحة العائلية، فتم إعداد وتوفير أماكن وفعاليات تجمع الأسرة بمكان واحد، مع توفير غرف متصلة للعائلات ومنها ما هو خاص بالأطفال، وتوفير وسائل الترفيه «برك الأسماك والطيور» لجذب العائلات المقيمة بالفندق، وإعداد الحدائق ذات المساحات الخضراء، وحمامات السباحة للأطفال، وتوفير أماكن للرسم، وأماكن خاصة بلعب التنس للأطفال.

رابعاً: تخطيط حملة إعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية في دبي؛ وضحت نتائج

البحث الآتي:

١- يؤدي تخطيط وإعداد حملات التوعية بالسياحة العائلية، إلى نشر الثقافة السياحية بين العاملين والمتصلين بقطاع السياحة، وكذلك الجمهور. لزيادة الوعي بالسياحة العائلية في دبي، فتوعية العاملين بحسن الضيافة والاستقبال واحترام خصوصية العائلة، مع دعم البرامج والفعاليات التي تستقطب العائلات من جميع بلدان العالم، ينشر الثقافة السياحية بما يحقق توعية سياحية.

٢- إن السياحة بحاجة إلى الإعلام للتعريف بمقوماتها وأنشطتها المختلفة لاستقطاب أكبر عدد من السياح، حيث إنه لا سياحة بدون إعلام وحملات إعلان وتنشيط قوية وكذلك حملات علاقات عامة ورحلات تعريفية للصحفيين والكتاب، وتكوين علاقات إعلامية تخدم الترويج والتنشيط السياحي. وإبراز ما تتمتع به

الدولة من طبيعة ساحرة ومناخ معتدل وشمس وبحر وشواطئ وتفوقت شركات الإعلان والعلاقات العامة في اختراع شعارات لكل دولة تروج لهذا النوع من السياحة التي مركز السياحة الحديثة فهي تضمن تكرارية زيارة السائح وعودته إلى نفس المقصد السياحي.

٣- يشتمل إعداد حملة التوعية بالسياحة العائلية، على مجموعة من الخطوات، كالآتي: الخطوة الأولى ويتم فيها تحديد الموضوع بمعني الإلمام بموضوع السياحة العائلية وجمع البيانات والإحصاءات والمعلومات عنها في إمارة دبي، والخطوة الثانية تهدف لدراسة الجمهور المستهدف من الحملة بعمل دراسة ميدانية للتعرف علي المتصلين بقطاع السياحة، وتحديد عادات الجمهور «العائلات القادمة لدي»، والتعرف على الفئات والأشخاص (سماتهم وخصائصهم) الذين توجه إليهم حملة التوعية السياحية، لتوعيتهم بأهمية السياحة العائلية، والخطوة الثالثة تسعى لتحديد الأهداف بمعني نقل التعليمات والمعلومات والبيانات الإحصائية لتغيير الاتجاهات والسلوكيات ثم الإقناع العقلي والوجداني لخلق الدوافع التي تؤدي إلى تغيير السلوك عبر نشر ثقافة السياحة العائلية وتوظيف وسائل الإعلام والمؤتمرات والمحاضرات المتخصصة ووسائل التواصل الاجتماعي والعمل على دعم السلوكيات الإيجابية التي تدعم السياحة العائلية في إمارة دبي، ثم الخطوة الرابعة ويتم فيها إعداد وإنتاج البرامج الإعلامية بالتنسيق مع الجهات التي لها علاقة بالموضوع (الحملة)، والتي توجه لكل الأطراف التي لها علاقة بالسياحة العائلية في دبي، والخطوة الخامسة يتم فيها توزيع البرامج الإعلامية المعدة، علي وسائل الإعلام بعد اختيارها موضوعياً وفتياً وبما يناسب

البرامج المعدة، وتقدم قبل أو بعد أو أثناء البرامج التي لها قبول جماهيري وتوظيف الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والخطوة السادسة تأتي عملية التقييم والتقويم، بمعنى معرفة مدى النجاح الذي تحقق، عن طريق الخبراء والمتخصصين، ثم تقويم نواحي القصور التي أثبتتها الحملة، فعملية تقييم وتقويم الحملة تهدف لتدعيم جوانب النجاح وعلاج جوانب القصور.

التوصيات:

أشارت نتائج البحث إلى وجود مجموعة من الأسس والمقومات الضرورية لصناعة السياحة، كإنشاء المطارات والموانئ، وتمهيد الطرق المؤدية للأماكن السياحية، وتوفير الأمن السياحي، لذلك بوصي البحث بدعم هذه الأسس والمقومات وتعزيز قدرات إدارة الأمن السياحي بشرطة دبي حتى تظل هذه الإدارة متميزة في أدائها لأدوارها في دبي.

وضحت نتائج البحث إن دبي تعد من أفضل المقاصد السياحية ويزورها السياح من جميع بلدان العالم، لما تتميز به من العديد من المقومات السياحية المتفردة، لذلك يوصي البحث بالمحافظة على ما وصلت إليه دبي من إمكانات، وتقديم الأفكار والإبداعات نحو الأفضل في ظل القيادة الرشيدة لتصبو نحو الأفضل عالمياً.

بينت نتائج البحث إن دولة الإمارات احتلت المرتبة الأولى في فئة السياحة العائلية ضمن مؤشر التنافسية لمنظمة التعاون الإسلامي في عام ٢٠١٣م، واحتلت دولة الامارات المرتبة الثانية عالمياً بتقييم ٧,٠ حسب معايير موقع «كريسنت

ريتنج»، لذلك يوصي هذه البحث بمزيد من الدعم لمتطلبات وبرامج السياحة العائلية في دبي حتى تكون إمارة دبي الوجهة السياحية الأولى عالمياً في هذا المجال. كشفت نتائج البحث عن بعض النماذج لاستقطاب السياحة العائلية والتي أعدتها بعض الفنادق، لذلك يوصي البحث بإطلاق الأفكار والمبادرات والفعاليات التي تستقطب المزيد من السياحة العائلية إلى دبي.

تناولت نتائج البحث تخطيط حملة إعلامية لنشر ثقافة السياحة العائلية في دبي، مؤكدة على حاجة السياحة إلى الإعلام، لذلك يوصي البحث بضرورة إعداد الحملات الإعلامية التي تعمل على نشر الوعي السياحي، وبخاصة نشر ثقافة السياحة العائلية بدبي.

أظهرت نتائج البحث أن هناك العديد من الجوانب في مجال السياحة العائلية، لذلك يوصي البحث بإجراء مزيد من البحوث والدراسات حول السياحة العائلية بما يدعم الأسس والمقومات الضرورية لها، حتى تكون دبي وجهة السياحة العائلية الأولى عالمياً.



قائمة المصادر

أ- المراجع العربية:

- ١- البيان، إمارات الخير: ٤٣ عاماً، دبي، مؤسسة دبي للإعلام، ٢٠١٤م.
- ٢- إدارة الأمن السياحي، القيادة العامة لشرطة دبي، إدارة الأمن السياحي، د.ت.
- ٣- أسامة غيث، الاستثمار الأجنبي المباشر: الشائعات والحقائق، القاهرة، الأهرام، س١٢٨، ع٤٢٩٥٠٤، ١٠ يوليو ٢٠٠٤م.
- ٤- حسين حسين شحاته، الضوابط الشرعية للسياحة، بحث قدم لندوة «السياحة من منظور إسلامي واقتصادي»، القاهرة، التي نظمها مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي: بجامعة الأزهر، ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥م.
- ٥- دائرة السياحة والتسويق التجاري، دبي، حجم السياح بدبي، ٢٢ فبراير ٢٠١٥م.
- ٦- سلطان بن أحمد الثقفي، معوقات الأمن السياحي وأساليب التغلب عليها، في «مركز الدراسات والبحوث، الأمن السياحي»، الرياض، مركز الدراسات والبحوث بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣م.
- ٧- عادل عبد الجواد الكردوسي، الإعلام وأمن الأسرة، دبي، بحث قدم لندوة «أمن العائلة»، الذي نظمه مركز البحوث والدراسات بشرطة دبي، ١١ إبريل ١٩٩٩م.
- ٨- عبدالرحمن عيسى العظب، تنظيم اجتماعات صندوق النقد والبنك الدوليين وأثره في تعزيز سياحة المؤتمرات في دبي، دبي، بحث قدم لدورة مناهج البحث العلمي السابعة، التي نظمها مركز دعم اتخاذ القرار، بالقيادة العامة لشرطة دبي، يناير ٢٠٠٤م.
- ٩- عبد الرحيم عبدالواحد، دبي... مدينة الأحلام، دبي، شركة النجار للدعاية والإعلان، ٢٠٠٤م.

- ١٠- علي بن فايز الجحني، وآخرون، الأمن السياحي، الرياض، مركز الدراسات والبحوث: بجامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ١٤٢٥هـ، ٢٠٠٤م.
- ١١- غرفة تجارة دبي، السياحة العائلية، دبي، غرفة تجارة دبي، ١٩ أغسطس ٢٠١٤م.
- ١٢- غريم ويلسون، تعريب شكري رحيم، راشد الأسطورة: جذور آل مكتوم وتاريخ دبي، دبي، ميديا بريما، ٢٠٠٦م.
- ١٣- مجلة الأعمال في دبي، مهرجان دبي للتسوق ٢٠٠٣: تشكيل كوني قل نظيره، دبي، مجلة الأعمال في دبي، مج ٣، ع ٢٥، غرفة تجارة وصناعة دبي، يناير ٢٠٠٣م.
- ١٤- الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، رؤيتي: التحديات في سباق التميز، دبي، موتيفيت للنشر، ط ٤، ٢٠٠٩م.
- ١٥- محمد حنفي محمود أحمد، السياحة من منظور إسلامي اقتصادي، بحث قدم لندوة «السياحة من منظور إسلامي واقتصادي»، القاهرة، التي نظمها مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي: بجامعة الأزهر، ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥م.
- ١٦- محمد شفيق شيا، الأمن السياحي في أبعاده الاجتماعية والثقافية، في «مركز الدراسات والبحوث، الأمن السياحي»، الرياض، مركز الدراسات والبحوث بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣م.
- ١٧- محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي: دراسة في طرائق البحث وأساليبه، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ط ٢، ١٩٨١م.
- ١٨- مصطفى النجار، قراءة في أحداث ونتائج بورصة لندن ٢٠٠٤، القاهرة، الأهرام، س ١٢٩، ع ٤٣٠٨١، ١٨/١١/٢٠٠٤م.

- ١٩- وائل الخطيب، وعلى الصمادي، دبي الـ١٦ عالمياً في مؤشر «مدن الفرص»، دبي، البيان الاقتصادي، ع١٢٦٤٣، الخميس ٢٩ يناير ٢٠١٥ م.
- ٢٠- وزارة شؤون مجلس الوزراء، القمة الحكومية، دبي، حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة، ط١، سبتمبر ٢٠١٤ م.
- ٢١- يسرى دعبس، العولمة السياحية: وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الإسكندرية، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، ط١، ٢٠٠٢ م.

ب- المراجع الأجنبية:

22- Borgatta . Edgar F.. Borgatta . Marie L. . Encyclopedia of sociology . New York . V:2 . Macmillan publishing company . 1992.

ج- المراجع على شبكة المعلومات الدولية:

٢٣- عيبر أبو شمالة، حمدان بن محمد: إستراتيجية دبي للاقتصاد الإسلامي، الموقع على شبكة المعلومات الدولية، الخميس الموافق ٢٢ يناير ٢٠١٥ م:

24- <http://www.alkhaleej.ae/economics/page/dddd98ec-0321-4fc1-b45c-339bf1bf3f91>

٢٥- مساعد الزباني، محمد بن راشد يطلق الخطة الإستراتيجية لتطوير قطاع الاقتصاد الإسلامي ودبي عاصمته العالمية، الموقع على شبكة المعلومات الدولية، الخميس الموافق ٢٢ يناير ٢٠١٥ م:

26- <http://classic.aawsat.com/details.asp?section=6&issueno=12731&article=745798>



الملاحق

أ- نماذج من الفنادق:

أولاً: البيئة العائلية بفندق جراند حياة دبي:

١- قرب فندق جراند حياة دبي من المراكز التجارية والمطار:

يمثل موقع فندق جراند حياة دبي ميزة نسبية لإقامة العائلات، نظراً لموقعه بالقرب من مناطق التسوق والمراكز التجارية، بالإضافة إلى قرب الفندق من مطار دبي الدولي، وما تم الإشارة إليه من فعاليات وأماكن معدة للأطفال سواء تمثل ذلك في المساحات الخضراء، وحصانة الأطفال، ومسبح الأطفال، والغرف الملحقة بالأجنحة،... إلخ هذه التسهيلات والفعاليات التي تمثل بيئة مناسبة لإقامة العائلات، بما يؤدي إلى دعم وتعزيز السياحة العائلية في دبي.



٢- بركة الأسماك والطيور لجذب الأطفال:

يشتمل فندق جراند حياة دبي على مطعم بجواره بركة للأسماك والطيور لجذب العائلات المقيمة بالفندق وبخاصة الأطفال، بتوفير بيئة ترفيهية ومسلية للعائلة والأطفال.



٣- الحدائق لجذب العائلة والأطفال:

كذلك يهتم فندق جراند حياة دبي بالحدائق فهو يحتوى على أكبر حديقة داخلية في دبي، فالحدائق بما تمثله من مساحات خضراء تعطى الراحة للعائلة والأطفال، لما توفره من متعة وراحة للنظر والنفس، وتمثل بيئة صحية لنزلاء الفندق.



٤ - حمامات السباحة لجذب العائلة والأطفال:

بالإضافة إلى أن فندق جراند حياة دبي يوجد به مجموعة من الأنشطة الخاصة بالأطفال كحمامات السباحة، ومرسم للأطفال ومساحات واسعة خضراء يقوموا باستغلالها الأطفال في أنشطة متنوعة تخصهم كاللعب، والجري والمشي، والاستمتاع بالمساحات الخضراء.



٥- الغرف المتصلة ببعضها لتوفير بيئة عائلية:

يتميز فندق جراند حياة دبي بوجود غرف متصلة ببعضها البعض للعائلات ومنها ما هو خاص بالأطفال ولكنها متصلة بعضها البعض الآخر، لتوفير الجو العائلي للأسر المقيمة بالفندق.



٦- الأجنحة المتصلة لاستقطاب العائلات:

يتميز فندق جراند حياة دبي بوجود أجنحة متصلة ببعضها أو يوجد بها غرفتان متصلتان ببعضها البعض للعائلات ومنها ما هو خاص بالأطفال، ولكنها متصلة بعضها البعض الآخر مع غرف الأسرة لتوفير بيئة عائلية لنزلاء الفندق.



٧- نادي الأطفال وجذب العائلة والأطفال:

كذلك يتضمن فندق جراند حياة دبي نادي خاص بالأطفال، بالإضافة إلى أنه يشتمل على حضانة خاصة بالأطفال، حيث يقوم باستعمالها الأطفال أبناء الأسر من نزلاء الفندق، لتوفير الراحة للأطفال وأسرهم وإدخال السعادة والبهجة على العائلة وأطفالها.



ثانياً: الإقامة العائلية بمجموعة الحبتور للفنادق:

لقد قدمت مجموعة الحبتور للفنادق بعض البرامج والفعاليات للسياحة العائلية، لأنه بالإمكان للعائلات زيارة أو تناول الطعام في الفنادق التابعة لمجموعة الحبتور والاستفادة من مجموعة متنوعة من الخدمات التي تجعل الاطفال يشعرون بجو ترفيهي ممتع.

١- ركن الطفل « الغابة »:

كذلك يوجد في مجموعة الحبتور للفنادق «ركن طفل الغابة» وهو مفتوح سبعة أيام في الأسبوع من الساعة السابعة صباحاً وحتى الثامنة مساءً والفندق على استعداد لتوفير مجموعة من الفعاليات والتسالي للأطفال.



٢- الطفل والرسوم المتحركة:

قامت مجموعة الحبتور للفنادق؛ بتوفير مكان خاص بالرسوم المتحركة للأطفال، حيث إنه في منزل الضيف يمكن الارتقاء الى نادي الفندق فيمكن للعوائل الاستفادة من زاوية الطفل في الفنادق في «جراند كلوب» والترفيه عن الطفل بمشاهدة الرسوم المتحركة المفضلة لديهم.



٣- الأطفال والسباحة:

كذلك أعدت مجموعة الحبتور للفنادق؛ مكان خاص بالسباحة ومن خلاله يمكن أن يتعلم الأطفال السباحة، وخلال النهار يمكن للأسرة أن تختار لأطفالها السباحة في البركة المخصصة للأطفال والتي تتميز بالانسيابية بصورة جميلة جدا.



٤ - الأطفال وتعلم التنس:

خصصت مجموعة الحبتور للفنادق؛ مكان خاص بلعبة التنس، وهذا المكان يمكن من خلاله أن يتعلم الأطفال التنس، وهناك أيضا دروس متاحة للأطفال في لعبة التنس طول السنة.



ثالثاً: الإقامة العائلية ببيت الشباب بدبي:

أشار أحد مسؤولي بيت الشباب بدبي للآتي:

حيث إن بيوت شباب الامارات بفروعها المنتشرة في إمارات الدولة تعد من الواجهات الهامة للسياحة العائلية وتستقطب بيوت الشباب العديد من الأسر والعائلات، من جميع الجنسيات وبشكل متزايد نظراً لما توليه بيوت شباب الإمارات من اهتمام خاص بالعائلات من خلال توفير الأجواء العائلية الآمنة والمريحة، وتلبية كافة احتياجات السياحة العائلية وتنفيذ جميع رغباتهم، ووضع الخطط والبرامج الترفيهية للعائلات، بالإضافة إلى إقامة رحلات اليوم المفتوح والتي تحتوي على العديد من الفعاليات الترفيهية والرياضية والثقافية والتراثية.

ولقد تم اختيار جمعية بيوت الشباب الإماراتية لتكون مقر الاحتفال بالعيد المئوي للاتحاد الدولي لبيوت الشباب، لما تتمتع به مدينة دبي كواجهة إستراتيجية للمؤتمرات الدولية الهامة، ولقد نجحت إدارة بيوت شباب دبي في تحقيق نجاح مسبق لإظهار الصورة المشرفة لمدينة دبي، والذي لاقى استحسان ورضا جميع أعضاء المكتب التنفيذي للاتحاد الدولي لبيوت الشباب، ولقد منح الاتحاد الدولي لبيوت الشباب الجمعية الإماراتية لبيوت الشباب شهادة تقدير من المستوى الأول.

