



تحقيقات16

أخبار الخليج

العدد (17495) – السنة الحادية والخمسون – الأحد 27 شعبان 1447هـ – 15 فبراير 2026م

www.akhbar-alkhaleej.com

قطاع السياحة.. إنجازات وتحديات

جائزة أفضل وجهة عالمية لسياحة الأعمال لعام 2025 ضمن جوائز السفر العالمية. في الوقت الذي تعكس هذه الأرقام إنجازات مشهودة، من الطبيعي أن يواجه القطاع تحديات مختلفة تستوجب ابتكار استراتيجيات مستدامة وتطوير المنتجات السياحية في ظل منافسة شديدة.

لتطوير البنية التحتية في تنوع الفعاليات والمناسبات الجاذبة وتعزيز الاستثمارات في الفنادق والمرافق الترفيهية، كل ذلك في إطار استراتيجية سياحية واضحة أسهمت في تحقيق إنجازات كبيرة منها نمو أعداد السياح وتسجيل أكثر من 15 مليون زائر خلال عام 2025، مقارنة بحوالي 12.4 مليوناً في 2023. كما حصلت النامة على

مع تنامي دور قطاع السياحة في البحرين كأحد المحركات الحيوية للاقتصاد الوطني وأحد دعائم جهود تنويع مصادر الدخل، نجحت المملكة في أن تخطو خطوات حثيثة في سبيل وضع بصمة واضحة على خريطة الوجهات السياحية الإقليمية، وساعدها على ذلك ما تمتلكه من مقومات طبيعية وثقافية وتاريخية وجهود



تحقيق: محمد الساعي.

سياحة التجارب.. الفعاليات الكبرى.. وتطوير البنية التحتية منظومة متكاملة أسهمت في نمو القطاع بحاجة إلى فعاليات مستدامة.. برامج طويلة الأمد.. تنوع المنتجات.. تطوير الكفاءات.. وتعزيز التسويق

المملكة، وتطور الخدمات السياحية والفندقية، إضافة إلى عودة الزخم الإقليمي والعالمي للسفر بعد فقرة من التباطؤ. كما أسهمت الفعاليات الكبرى والمواسم الترفيهية في جذب أعداد متزايدة من الزوار، إلى جانب القرب الجغرافي من الأسواق الخليجية، ما يجعلها كما يتمتع القطاع السياحي في البحرين بمناخ واضح، ويستند إلى مجموعة من نقاط القوة المهمة. وهنا يجب الإشارة إلى أن نجاح القطاع السياحي لا يمكن قياسه بعامل واحد فقط، بل هو نتاج تكامل عدة عناصر رئيسية، في مقدمتها عدد الزوار وحجم إنفاقهم، إضافة إلى عدد الغرف السياحية وجودتها، ومتوسط مدة الإقامة. فارتفاع أعداد السياح دون انعكاس ذلك على حجم الإنفاق أو مدة الإقامة قد لا يحقق القيمة الاقتصادية المرجوة. لذلك، فإن المؤشرات الحقيقية لنجاح السياحة تكمن في التوازن بين الكم والنوع، وبين حجم الطلب وقدرة البنية التحتية السياحية على استيعابه وتحوله إلى عائد اقتصادي مستدام.

أما فيما يتعلق بالسياحة المستدامة، فأرى أن التوجه نحو سياحة المؤتمرات والمعارض يمكن أن يشكل حجر الزاوية لمستقبل السياحة في البحرين.

في القطاع السياحي البحريني؟

كما أن تعزيز الشراكة مع السياحة في المملكة العربية السعودية عبر برامج ربط سياحي مشتركة يمكن أن يفتح آفاقاً جديدة.

في حين تسجل الوجهات القريبة متوسط إقامة لا يقل عن ثلاث ليال، وقد يصل إلى عشر ليال، وهو ما ينعكس بشكل مباشر على حجم الإنفاق السياحي.

أما فيما يتعلق بالبنية التحتية، فإن طبيعة ومساحة البحرين تفرض حدوداً معينة، ومع ذلك يمكن القول إن البنية الحالية تعد مناسبة في المرحلة الراهنة. كما يمكن مستقبلاً تنظيم وتطوير قطاع الإقامات السياحية البديلة مثل الشقق السياحية ومنصات التأجير القصير الأمد، والتي لا تزال حديثة نسبياً في البحرين وتحتاج إلى أطر تنظيمية واضحة.

وفي جانب التسويق، يلاحظ الاعتماد الكبير على السمعة السابقة للبحرين، وهو أمر لم يعد كافياً في ظل المنافسة الشرسة وحجم الإنفاق السياحي الإقليمي والعالمي. كما أن غياب التنسيق الفعال بين القطاعين الحكومي والخاص يحد من قوة التسويق الخارجي. وبالتالي فإنه من المؤكد أنه لو أُدبرت الفرص

بالترويج السياحي وتحسين البيئة العامة للقطاع والاستقرار الأمني، وسهولة الوصول إلى



محمود الجشي:
الفرص المتاحة
أعلن مما تحقق..
وما نحتاج إليه هو
إدارتها برزخم أكبر

تركز عليها الاستراتيجية السياحية القادمة التي ستعلن قريباً، في مقدمتها تنوع المنتجات السياحية مع الاستفادة من مقومات السياحة البيئية والبحرية والعلاجية والتعليمية الترفيهية، والعمل على تطوير فئات السكن الاقتصادي والمتوسط، وتطوير الكوادر السياحية الوطنية واستخدام التكنولوجيا والصناعات الاصطناعية في تقديم الخدمات السياحية مع ضرورة دعم المشاريع السياحية الصغيرة والمتوسطة التي يقوم على تقديمها الشباب البحريني.

ماذا عما يثار أحياناً من آراء حول القطاع في البحرين مثل ضعف التسويق العالمي ومحدودية المنتجات السياحية والاعتماد على سياحة المناسبات وغيرها؟

بالنسبة إلى البنية التحتية، شهد القطاع السياحي تطورات يجب المحافظة عليها من جانب، والاستمرار في تطويرها من جانب آخر، والتأخير في ذلك يجعلها في أسفل قائمة الوجهات السياحية المفضلة، وقد تقدم ما حققناه من إنجازات في عدد الزوار خلال العامين الماضيين. كما يجب التركيز على تفعيل التسويق الإقليمي والعالمي، لأن الواقع الحالي أقل من الطموح. ولا بد أن تكون هناك استراتيجيات أوسع لاستهداف الأسواق الأوروبية والآسيوية. كما يجب أن يستمر موسم السفن السياحية التي تزور البلاد بشكل أفضل مما هو عليه الآن حتى يكون الإنفاق أكثر.

محطة أخرى نناقش فيها واقع السياحة في البحرين مع الجشي رئيس تحرير جريدة «الرحلة» السياحية، والرئيس التنفيذي للنادي العربي للإعلام السياحي محمود الجشي، فهل يتفق مدحنا مع ما سبق من آراء؟ يقول الجشي: لا شك أن تحقيق البحرين أرقاماً قياسية في عدد السياح خلال عامي 2024 و2025 يعود إلى مجموعة من العوامل المرتبطة بالترويج السياحي وتحسين البيئة العامة للقطاع والاستقرار الأمني، وسهولة الوصول إلى



محمود النشيط:
نأمل أن تركز
الاستراتيجية على
التحديات والذكاء
الاصطناعي ودعم
مشاريع الشباب

السياحي. ولا ننسى هنا أهمية التسويق، وهناك بالفعل جهود من هيئة السياحة مع القطاع الخاص لاستقطاب المزيد من السياح وفتح مكاتب للترويج السياحي وجلب السفن السياحية.

تحديات رأي آخر حول واقع واحتياجات القطاع، نستقبله من نائب رئيس الاتحاد العربي للإعلام السياحي (فرع البحرين) المتخصص في الاعلام السياحي محمود النشيط الذي يؤكد أن الاستراتيجية السياحية 2023-2022 التي وضعتها وزارة السياحة وعملت بها على مدى الأعوام الماضية، قد حققت بعض أهدافها المرصودة بصورة طيبة، وتحقق نمو سياحي خاصة خلال العامين الماضيين لعدة عوامل منها التعافي من الجائحة والموقع الاستراتيجي الجغرافي للبلاد، وسهولة الوصول إليها عبر المنفذ الجوي والبحري والبري، يضاف إلى ذلك المشاركة في المعارض السياحية الإقليمية والعالمية لتسويق المواقع والأنشطة والفعاليات السياحية المتنوعة مع تقديم تسهيلات للسائح بشكل خاص والمستمرين بشكل عام.

عندما نتحدث عن نجاح القطاع، هل نقصد مثلاً نمو عدد السياح أم ارتفاع حجم إنفاقهم أم عوامل أخرى؟

بلا شك يعتبر حجم الإنفاق وفترة المبيت هي ركائز أساسية وذلك لما يخلفه من دعم اقتصادي مهم في تعزيز الناتج المحلي. ولكن هنا لا يمكن أن نركز في العدد على الكم فقط من دون النوع. بمعنى أن الأرقام يجب أن تفرق بين السائح الذي يبيتون وينفقون وبين من مرورا فقط. فالمسارون لا يعني بالضرورة أنهم قد أنفقوا على المبيت في الفنادق أو المتجعات، أو تناولوا الطعام في المطاعم أو الكافيات أو تسوقوا في الأسواق الشعبية والمجمعات التجارية العديدة.

ثم إن السياحة الناجحة هي التي تسجل عوائد اقتصادية واستثمارية من اتفاق السياح من الداخل والخارج على مدار السنة وليس في المناسبات أو خلال الفعاليات الموسمية التي في غالب أيامها لا يزيد على أسبوعين.

من خلال خبرتك إعلامي سياحي.. ما الجوانب التي بحاجة إلى التركيز عليها وتطويرها في القطاع السياحي بالبحرين؟ هذه الجوانب تشمل تحديات نأمل أن



ميرزا النشيط:
لدينا تجارب جيدة
ولكن لم نصل إلى
سياحة مستدامة
بمفهومها
الأكاديمي

ومن ذلك الإرث التاريخي الذي تتميز به المملكة من وجود حضارات متعاقبة حضارة دلمون وفترة الإسكندر الأكبر والتواجد البرتغالي، فهذا الكم من الحضارات لا يتوافر في بلدان الجوار. كما أن لدينا البنية التحتية من الفنادق العالمية والجزر والخدمات اللوجستية المتطورة وعنصري الأمن والأمان والأسعار التنافسية. وكل ذلك أدى إلى حصول البحرين على عدة ألقاب عالمية.

أضف إلى ذلك، استطاعت الفعاليات الموسمية التي تظلمتها هيئة السياحة أن تحدث فقرة نوعية في السياحة الداخلية.

في أي مدى نجحت البحرين في الانتقال من سياحة المناسبات إلى سياحة مستدامة على مدار العام؟

بالنسبة للاستدامة تعني إشراك فئات المجتمع وتوفير منافع مستدامة للأسر كافة. ونحن لدينا تجارب جيدة ومحاولات، ولكن في اعتقادي أننا لم نصل حتى الآن إلى تحقيق

سياحة مستدامة في مفهومها الأكاديمي، فمثلاً عندما نستثمر القرية التراثية وطريق اللؤلؤ والحرف التقليدية في القرى وتوفير موارد مادية طوال العام لهم تكون هذه بداية مشروع السياحة المستدامة.

وما الذي نحتاج إلى التركيز عليه أكثر للتحول بهذا القطاع بشكل أكبر؟

يمكن القول بأن القطاع مازال بحاجة إلى تطوير جوانب عديدة ومنها التسويق السياحي والإعلامي والاهتمام بجوانب أخرى مسندة، منها فتح مكاتب استعلامات سياحية، فمثلاً نجد أن آلاف السياح لا يوجد لهم مكتب سياحي إرشادي واحد! في حين أنه من الممكن مثلاً أن يكون أحدهم في مبنى باب البحرين الذي يمثل موقعاً استراتيجياً في العاصمة. كما أن مهنة الإرشاد السياحي تحتاج إلى تنظيم أكثر مما هو عليه، وتطوير البرامج السياحية لإدخال مراكز الحرف التقليدية وصناعة الفخار وإدراج أحد مواقع التقنيات الأثرية.

من جانب آخر، ربما مازال هناك محدودية في المنتج السياحي، فالبرامج السياحية وبالرغم من تنوعها فإنها فعلاً محدودة لسببين، أولهما عدم الاستثمار الصحيح للمواقع التاريخية والحرف اليدوية، وثانياً أن معظم المكاتب السياحية تعتمد على المواقع التي لا توجد عليها رسوم، وبالتالي فهي غير مهتمة بتطوير المنتج



فاطمة أحمد:
نمو مشهود في
القطاع.. والتطوير
الحقيقي يأتي
بالاستفادة من
الرؤى الناقدة

العام مع تجارب متنوعة لا تعتمد على المواسم بل على استقطاب مؤتمرات وفعاليات مهنية مستمرة.

وبنفس الوقت يجب الاعتراف بتحسين البنية التحتية كثيراً، لكن ما زلنا بحاجة إلى فنادق متوسطة التكلفة وخيارات إقامة قريبة ومختلفة المستويات، وشقق فندقية عائلية، وتطوير مناطق جديدة، ولا يمكن إغفال أثر ارتفاع الضرائب على الإشغال الفندقي.

وفيما يتعلق بضعف التسويق الدولي، فإنني بصراحة أتفق مع هذا الرأي. فالفرص الحقيقية موجودة في أسواق جديدة، والبحرين بحاجة إلى هوية تسويقية موحدة، وحملات مستمرة، وتوسع مدروس في أسواق جديدة.

أما بالنسبة للاعتماد على السائح الخليجي، فهو قوة استراتيجية لا يمكن الاستغناء عنها، وهو من أعلى الفئات إنفاقاً، وهو ما يجعل السوق الخليجي ركيزة أساسية للقطاع. لكن من المهم بالتوازي نحن بحاجة إلى تنوع الأسواق لضمان

استدامة النمو على المدى الطويل.

محدودية المنتج

يبقى في أجواء قطاع السياحة، ومحطتنا التالية مع الممثل الإقليمي للاتحاد العربي للمرشدين السياحيين، ورئيس المرشدين السياحيين (أصدقاء دلمون) السياحي المخضرم ميرزا النشيط، لنستفهم عن رؤيته حول واقع القطاع السياحي بالمملكة.

في الواقع – يبيحنا النشيط – نتمن جهود وزارة السياحة وهيئة البحرين للسياحة والمعارض على ما نتم إنجازة في الموسم السياحي 2024-2025. ولكن نود هنا أن نوضح أنه بحسب معايير هيئة الأمم المتحدة للسياحة، فإن هناك فرقاً ما بين السائح والزائر، وبحسب التصنيف يجب أن يقضي السائح مدة 24 ساعة على الأقل في البلاد لكي يطلق عليه مصطلح. والبحرين تستقبل كلا الفئتين.

عندما نتحدث عن العوامل الحقيقية التي تحدد نجاح القطاع السياحي، فإننا نقف أمام عناصر أهمها جودة المنتج السياحي ذاته، ومن ذلك البنية التحتية والبرامج السياحية ومستوى مهنة الإرشاد السياحي التي تشكل أحد زوايا مثلث صناعة السياحة وهي الموروث الثقافي والسائح والمرشد.

من جانب آخر، نجد أن قطاع السياحة يمتلك مميزات تمثل عوامل قوة إذا ما أحسن استثمارها،

سياحة التجارب

ما أبرز هذه التحديات؟ وما الذي يحتاج قطاع السياحة في المملكة أن يتم التركيز عليه؟ كما يقال، أهل مكة أدري بشعابها. وهذا ما دفعنا إلى محاولة عدد من المختصين والعاملين في القطاع السياحي بالمملكة، في مقدمتهم رئيسة جمعية مكاتب السفر والسياحة الجبرينية، وصاحبة كل من «ابن فرانس للسفر والسياحة» و«سحاب للسفر» فاطمة أحمد، التي تعلق بدورها على واقع القطاع السياحي قائلة: لا شك أن البحرين شهدت في الفترة الماضية نمواً ملحوظاً في عدد السياح وتنوع أسواقهم، وهو نمو يعكس تطوراً حقيقياً في القطاع وليس مجرد ارتفاع موسمي. هذا النمو جاء نتيجة مجموعة من العوامل المتكاملة، أبرزها:

أولاً: التركيز على «سياحة التجارب»، فالسائح يبحث عن تجربة وليس مجرد زيارة، والبحرين نجحت في تقديم تجارب متنوعة تشمل تجارب ثقافية وتراثية وبحرية وفنية وموسيقية وعائلية.

ثانياً: تنظيم فعاليات كبرى غنية ومتنوعة على مدار العام، وهي فعاليات خلقت حركة سياحية مستمرة ورفعت نسب الإشغال الفندقي. ثالثاً: تحسّن البنية التحتية السياحية وافتتاح فنادق جديدة. كما كان لإعادة إحياء جزر حوار كمقصود سياحي فاخر أثر واضح في تعزيز الجاذبية السياحية.

رابعاً: زيادة الرحلات الجوية وفتح خطوط جديدة والربط الإقليمي وزيادة عدد الرحلات.

خامساً: الترويج الإقليمي للبحرين كوجهة عائلية وثقافية مع التركيز على السوق الخليجي وهو الأعلى إنفاقاً.

أضف إلى ما سبق، من أهم عناصر القوة لدينا هو الإنسان البحريني الذي يمثل محور التجربة السياحية. وكذلك المجتمع المتعايش والمفتوح، والموقع الجغرافي الاستراتيجي.

بالمقابل.. ما الجوانب التي مازالت بحاجة إلى تطويرها في القطاع السياحي البحريني؟

بالحديث عن التطوير بطول، ليس لقصور في العمل، بل للتغيرات المتسارعة في عالم السياحة عالمياً وإقليمياً. ومع ذلك، تبقى الأولويات واضحة:

1. تنويع المنتجات السياحية: البحرية، البيئية، المغامرات، والتجارب التراثية الحديثة. 2. تطوير الكفاءات البشرية عبر التدريب والاعتماد المهني. 3. تعزيز التسويق الدولي بهوية موحدة ورسالة واضحة.

4. تسهيل الاستثمار السياحي لجذب مشاريع جديدة ودعم الشركات المحلية.

في رأيك، أي مدى نجحت البحرين في الانتقال من سياحة المناسبات إلى سياحة مستدامة؟

بالبحرين قلعت شوطاً مهماً في هذا الاتجاه، وبدأت بالفعل في بناء نموذج سياحي أكثر استدامة. ونحن نتمن الجهود الحثيثة للوزارة وهيئة السياحة في التخطيط المشترك والعمل الجاد لتطوير المنتج السياحي البحريني.

ولكن في اعتقادي هناك حاجة إلى المزيد من فعاليات مستدامة تقام في نفس التوقيت سنوياً، وإلى برامج سياحية طويلة الأمد، مع تطوير السياحة البيئية والبحرية، وتعزيز التجارب التراثية والثقافية.

نقرأ أو نسمع أحياناً مقالات وآراء حول واقع السياحة في البحرين مثل الاعتماد على سياحة المناسبات، أو محدودية البنى التحتية، أو ضعف التسويق الدولي مع الاعتماد على السائح الخليجي، ما رأيك بذلك؟

من المهم دائماً الاستماع لكل الآراء النقدية ومناقشتها بموضوعية، لأن التطوير الحقيقي لا يأتي من نقاد النقد أو تجاهله، بل من فهمه والاستفادة منه.

وعندما ننظر إلى جانب الاعتماد على المناسبات، قد يجعل جزءاً من الصحة، لكن البحرين اليوم تتحرك نحو فعاليات على مدار

من الضروري تحديد هوية سياحية واضحة.. وليس من المصلحة التأخير في برامج التطوير