

سوق العمرة في المملكة العربية السعودية... بين الواقع والتطلعات

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية



إعداد:

Safa Safa

Technology for leaders in Umrah

تكنولوجييا لرؤاد الحج والعمره

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



٢

تقديم

٣

• أهمية سوق العمرة

٤

• أدوار شركات ووكالات السفر عالمياً

٥

سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص

٦

• أعداد المعتمرين

٧

• الدول الأعلى من حيث القدوم

٩

• موسمية القدوم

١٠

• أثر جائحة كورونا على نمو الطلب مستقبلاً

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية:

١٣

بين الواقع والتحديات والفرص

١٤

• تمويل شركات ووكالات العمرة في سلسلة رحلة العمرة

• التحديات التي تواجه شركات العمرة السعودية

١٦

• ووكالات العمرة الخارجية

٣٠

• أثر جائحة كورونا على شركات ووكالات العمرة

برامج الدعم المقدمة من قبل الحكومات لقطاع السياحة

٣٤

• المملكة العربية السعودية

٣٥

• إندونيسيا

٣٥

• الأرجنتين

٣٥

• أستراليا

٣٦

• مصر

٣٦

• الاتحاد الأوروبي

٣٧

التوصيات

٤٠

ملحق (١): فهرس الرسوم التوضيحية

٤١

ملحق (٢): تحليل الاستبيان

٤٦

فريق الإعداد

٤٧

نبذة عن صفا





تقديم



أهمية سوق العمرة

تمكنت قيادة المملكة من اتخاذ العديد من الخطوات في سبيل تعزيز قطاع العمرة، بدءاً من التوسعة المستمرة للبنية التحتية للحرمين والمطارات لاستيعاب الأعداد المتزايدة، إذ أنه في عام ٢٠١٥ تم إنجاز التوسعة الثالثة للمسجد الحرام بمقابلة المكرمة لتصل طاقتها الاستيعابية إلى مليون و٨٠ ألف مصلٍ، أما في عام ٢٠١٩ فقد وصلت الطاقة الاستيعابية إلى ٢,٥ مليون مصلٍ، كما عملت الحكومة على تطوير الخدمات في الحرمين المكي والمدني، وبناءً على هذه التسهيلات فقد حقق قطاع الحج والعمرة نمواً متضاعداً خلال السنوات الماضية، إذ يساهم قطاع الحج والعمرة بما مقداره (٧٠) مليار ريال من الناتج المحلي السعودي وهو ما يعادل (٦٠٪) من إجمالي الناتج المحلي (١١,٦٪) من إجمالي الناتج المحلي غير النفطي لعام ٢٠١٩، ومن المتوقع أن يصل إلى (٣٠) مليار ريال من الناتج المحلي في عام ٢٠٣٠.

تمر رحلة العمرة بمراحل متعددة بدءاً من بلد الإقامة الخاص بالمعتمر حيث يقوم بحجز رحلة العمرة من خلال وكالات العمرة الموجودة في بلده، ومن ثم قيام وكالة العمرة بالتواصل مع شركة العمرة السعودية المسؤولة عن توفير المتطلبات الحكومية للتأشيرات انتقالاً إلى حجز الفنادق وتذاكر الطيران واستكمال بقية المتطلبات الحكومية السعودية لتأمين وصول المعتمرين بطريقة رسمية وحصولهم على الخدمات الالزمة على أكمل وجه.

والمتبوع لرحلة العمرة يجد بأن هناك عناصران أساسيان فيها هما شركات ووكالات العمرة، واللتان يقع على عاتقهما الدور الأكبر في تسهيل رحلة المعتمرين والتتأكد من تقديم خدمات ذات جودة عالية لهم، وقبل كل هذا يقع على عاتقهما الدور الأكبر في جذب المعتمرين وتحفيزهم لزيارة المملكة العربية السعودية وأداء العمرة، وذلك من خلال الحملات التسويقية والتوعوية والعروض الترويجية.

ولكن ما تزال هناك العديد من التحديات التي تواجه قطاع العمرة عامة وشركات ووكالات العمرة خاصة وهذه التحديات تحتاج إلى جهود متكاملة من الحكومة والقطاع الخاص للتغلب عليها، وفي هذا التقرير نسلط الضوء على حلقتين مهمتين في سلسلة رحلة العمرة هما شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية واللتين تعانيان من مجموعة من التحديات التي تحد من مساهمتهما في رفع قدرات القطاع بالإضافة إلى ضعف تطوير كفاءة منظومة الخدمات المقدمة من خلالهما، ونحاول إيجاد بعض الحلول للارتفاع بجهودها وتعزيز أدوارها في تطوير قطاع العمرة، إذ سيتمتناول المحاور التالية:

- **سوق العمرة بين الواقع والتحديات والفرص:** إذ سيتم تناول تحليل لأعداد المعتمرين الخارجيين القادمين للمملكة عبر المواسم الماضية واتسامها بالموسمية، وتسلیط الضوء على الدول الأعلى من حيث أعداد القدوم، بالإضافة إلى توضیح أثرجائحة كورونا على نمو الطلب مستقبلاً.
- **شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص:** إذ سيتم توضیح تمویل شركات ووكالات العمرة في سلسلة رحلة العمرة، وتسلیط الضوء على التحديات التي تواجه شركات ووكالات العمرة، وأثر جائحة كورونا عليها.



- برامج الدعم المقدمة من قبل الحكومات لقطاع السياحة: سيتم تسليط الضوء على عدد من الدول العالمية وما قدمته من برامج لمساعدة قطاع السياحة فيها، وما قدمته المملكة لشركات العمرة السعودية من برامج لمواجهة أثر جائحة كورونا عليها.
- التوصيات: سنقدم عدداً من التوصيات التي نأمل أن تسهم في إنعاش القطاع من جديد واستقطاب أعداد أكبر من المعتمرين للمملكة خلال المواسم القادمة.

أدوار شركات ووكالات السفر عالمياً

إن الدور الأساسي لشركات ووكالات السفر بشكل عام هو مساعدة العملاء في حجز تذاكر السفر والإقامة في الأماكن التي سيتوجهون إليها، ولكن هذه الشركات والوكالات أصبحت تطور من مجدها وخدماتها لتقديم الأفضل والمنافسة في هذا المجال، إذ لا بد من الاهتمام ومساعدة العملاء في تحديد وجهاتهم التي ينونون السفر إليها، ومساعدتهم في بناء جدول رحلاتهم طيلة فترة إقامتهم، بالإضافة إلى تأمين الخدمات الأرضية من الاستقبال في المطار والنقل من وإلى الفنادق وغيرها من الخدمات.

كما أنه لا بد لهذه الشركات والوكالات من الاهتمام بجودة الخدمات المقدمة منذ لحظة وصول العميل إليهم إلى أن ينهي رحلته ويعود إلى بلده سالماً، ومما تجدر الإشارة إليه ضرورة مراعاة اللغة التي يتحدث بها العميل وهذا يتطلب إتقان موظفي الشركة أو الوكالة لعدة لغات للتسهيل من التواصل مع العملاء وتقديم الخدمة لهم.

ومع مرور الوقت وظهور التطور التكنولوجي وتحول الكثير من القطاعات لتقديم خدماتها عبر الإنترنت فإن هذا يقتضي أيضاً من قطاع السياحة مواكبة هذا التطور والعمل على تقديم بعض الخدمات من خلال صفحات الويب والتطبيقات الذكية، مما يسهم في تقديم خدمة سريعة وسهلة للعملاء، ولكن بشرط أن لا يؤثر ذلك على جودة الخدمات المقدمة والمتابعة الدائمة مع العميل لضبط جودة الخدمات ورضا العملاء، كما تلأ العديد من وكالات وشركات السياحة إلى استحداث برامج الولاء للعملاء وذلك لتشجيعهم على القيام بالسفر وحجز الخدمات جميعها من خلالهم مقابل مزايا عديدة تعتمد على نظام تجميع النقاط وجميع هذه التطورات غيرت الدور القائم لشركات السياحة من مجرد موقع لجز التذاكر والإقامة إلى شركات متخصصة في إدارة الوجهات تساهم في تحسين وإثراء تجربة الضيف من البداية وحتى العودة لمنزله.

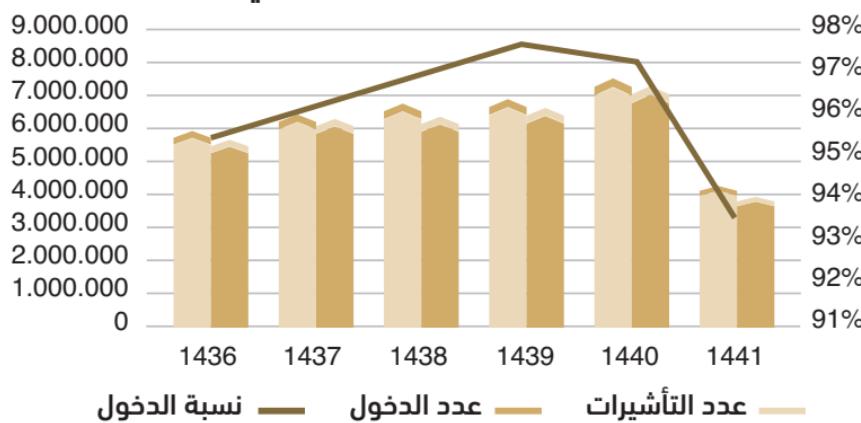


سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص

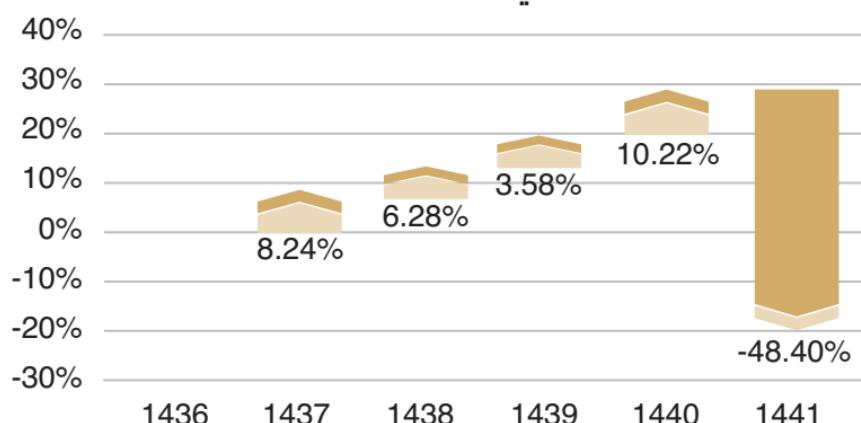


أعداد المعتمرين

عدد التأشيرات الصادرة وعدد الدخول الفعلي حسب الموسم



نسب التغيير في أعداد الدخول عبر المواسم



رسم توضيحي ا: التغير في أعداد الدخول والتأشيرات
عبر الموسماً ١٤٣٦ - ١٤٤١ هـ

نجحت المملكة في تحقيق نسبة نمو سنوية متوسطها (٧,٨٪) خلال السنوات الخمسة الماضية (١٤٣٦ - ١٤٤٠ هـ) متغيرة على متوسط النمو العالمي في قطاع السفر والذي يتراوح بين (٤٪ - ٥٪)، ويظهر الرسم التالي ارتفاع أعداد معتمري الخارج خلال الأعوام (١٤٣٦ - ١٤٤١ هـ) إذ ازدادت عام ١٤٤٠ هـ بنسبة (١٠,٢٣٪) مقارنة بعام ١٤٣٩ هـ، كما ارتفعت أعداد التأشيرات الصادرة للفترة نفسها بنسبة (١٠,٦٣٪)، وقد عانى موسم العمرة لسنة ١٤٤١ هـ من الإغلاقات للمطارات عالمياً بسبب جائحة كورونا والقرار السعودي بإيقاف العمرة مؤقتاً إلى حين استقرار الوضع الوبائي حفاظاً على سلامة الضيوف، مما أدى إلى انخفاض أعداد المعتمرين بنسبة (٤٨,٤٪) عن الموسم السابق (١٤٤٠ هـ).

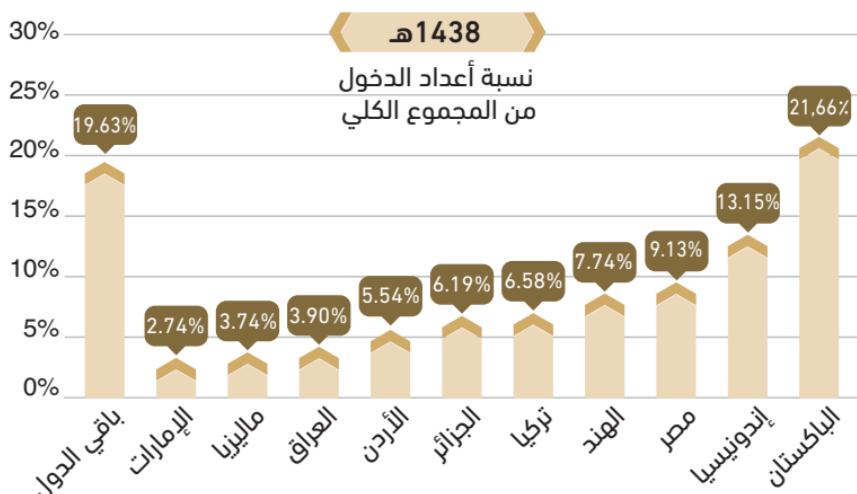
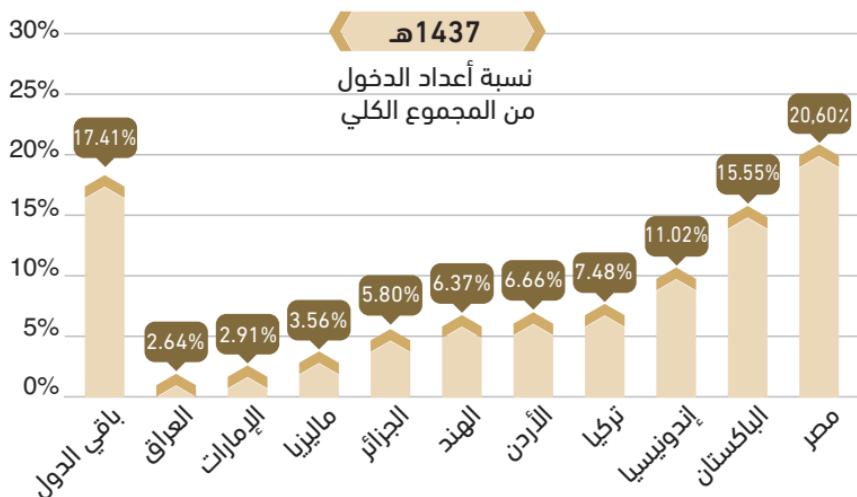
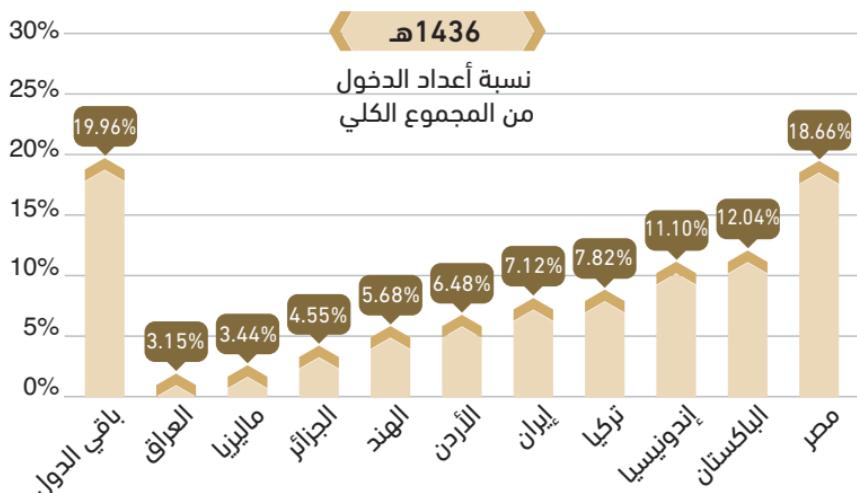
سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص



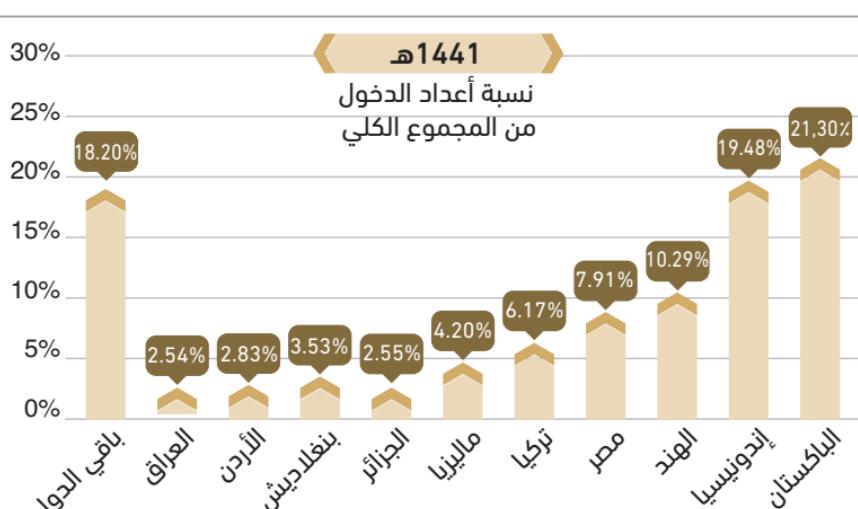
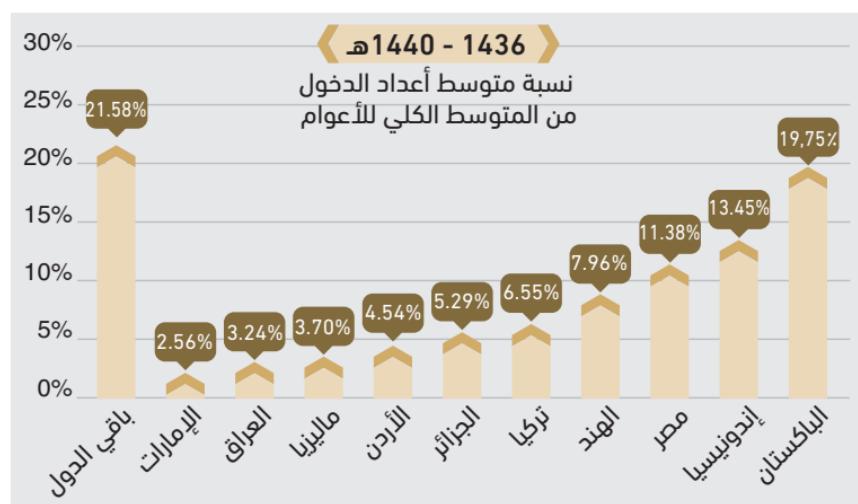
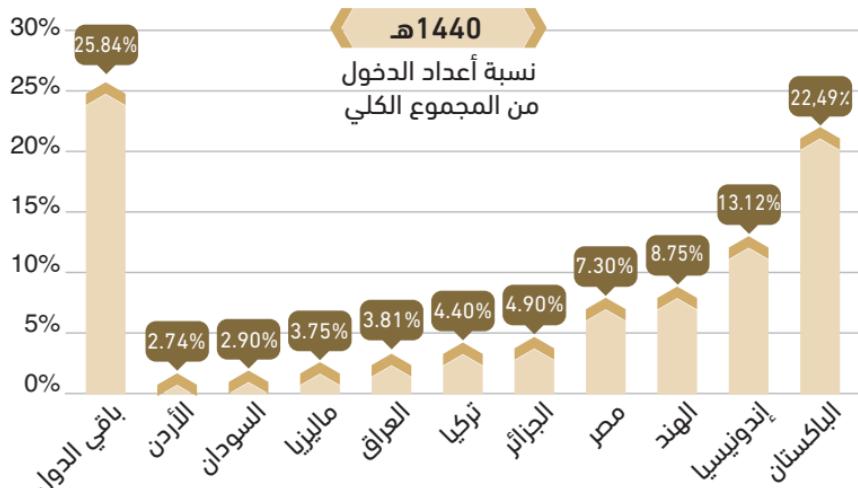
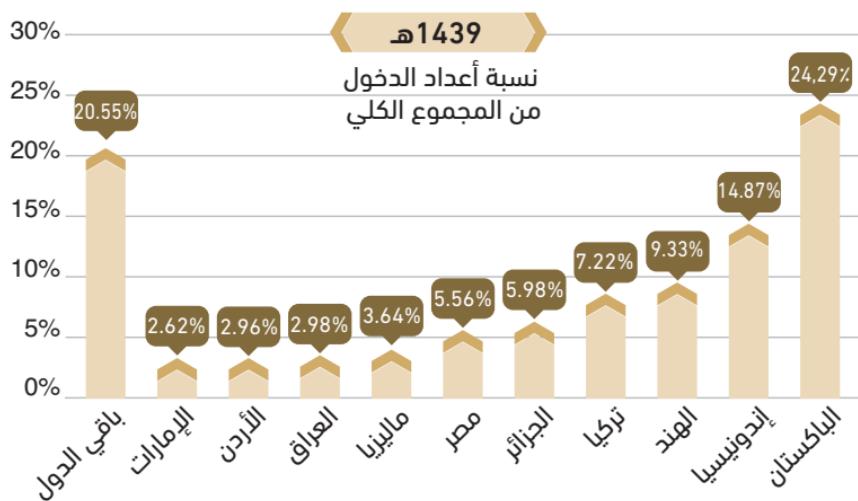
الدول الأعلى من حيث القدوم

تتصدر الباكستان قائمة الدول الأعلى من حيث أعداد المعتمرين منذ موسم ١٤٣٨هـ، تليها إندونيسيا فالهند فتركيا، وهي تشكل معاً لموسم ١٤٤٠ نسبـة (٧٤,١٦٪) من أعداد المعتمرين الكـلـيـ.

رسم توضيحي ٢: الدول الأعلى نسبة دخول حول العالم
للمواسم ١٤٣٦ - ١٤٤١ هـ



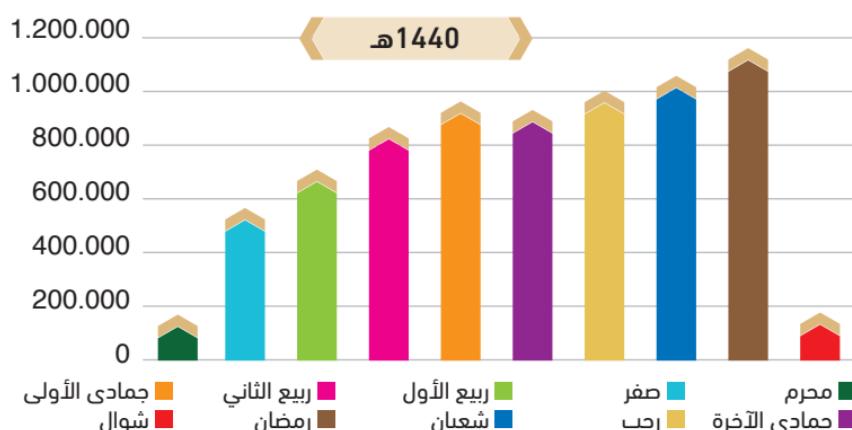
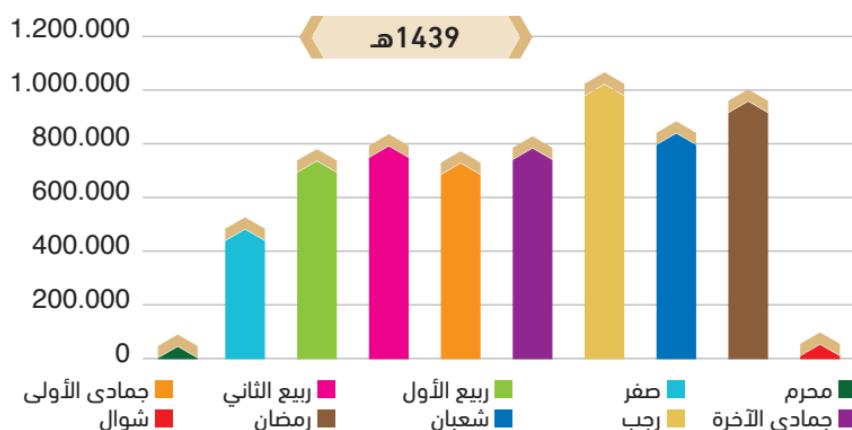
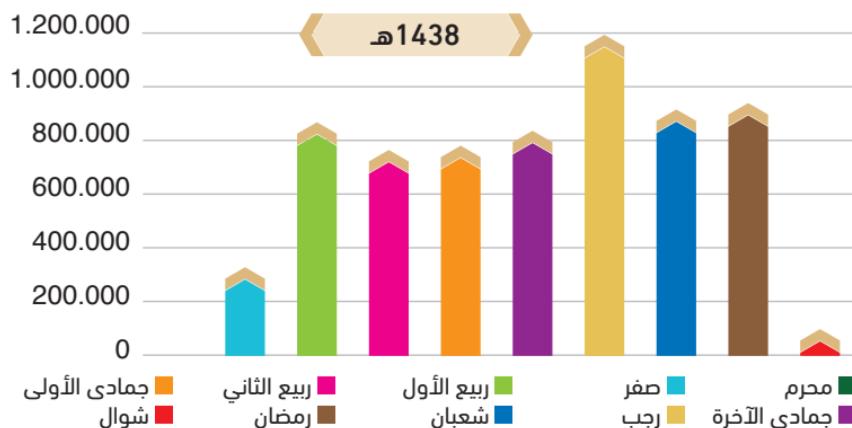
سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص





موسمية القدوم

رسم توضيحي ٣: أعداد الدخول بحسب الأشهر
للمواسم الثلاث الأخيرة ١٤٣٨ - ١٤٣٩ - ١٤٤٠ هـ



يتسم الطلب على العمرة بالموسمية عبر الأشهر، إذ تزداد أعداد المعتمرين بشكل ملحوظ في أشهر رجب وشعبان ورمضان، ولكن هذا النمو يتغير صعوداً وهبوطاً وفقاً للسياسات الحكومية من المملكة أو دول المصدر تجاه السوق من سنة إلى أخرى، بينما تكون الأعداد ضئيلة في أشهر شوال ذو القعدة ومحرم، وقد تكون هذه الأشهر فرصة مناسبة لشركات ووكالات العمرة لإبراز دورها في إنعاش سوق العمرة من خلال استقطاب أعداد من المعتمرين خلالها وزيادة أعدادهم، وذلك عن طريق التركيز على فئات محدودي الدخل من الراغبين في أداء العمرة من الدول المختلفة بتقديم عروض مميزة بأسعار مغرية لهم.

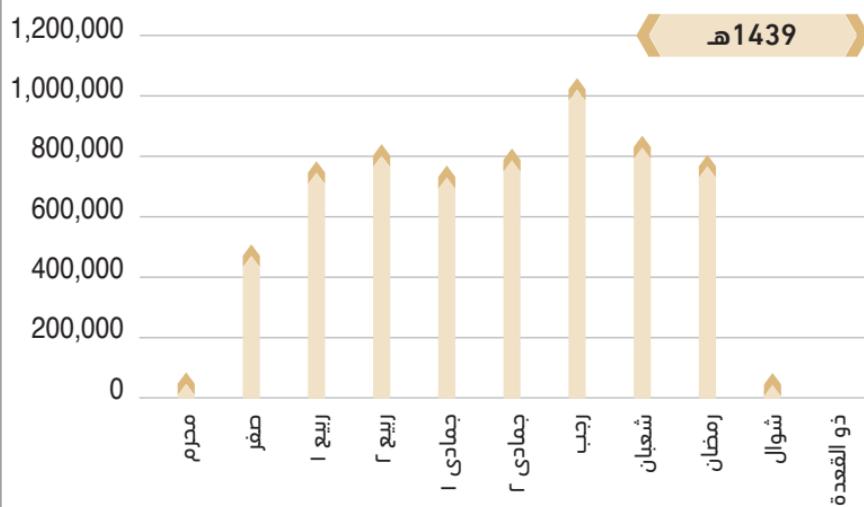
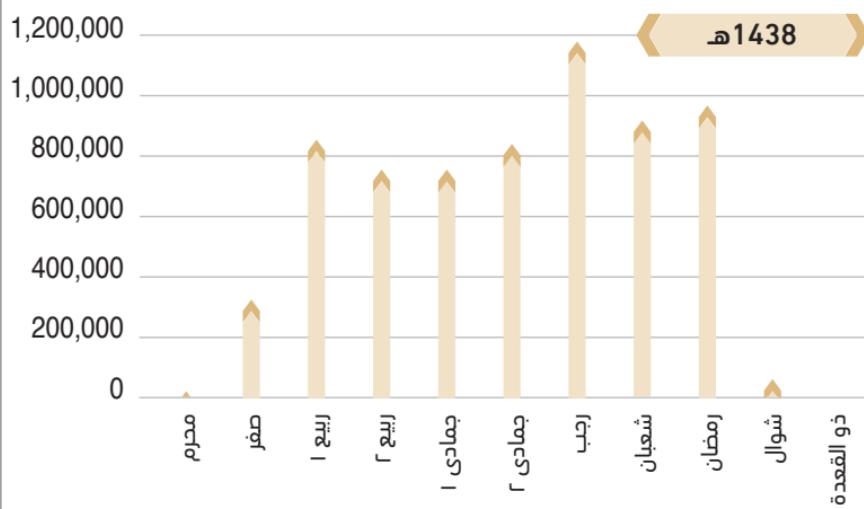
سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص



أثر جائحة كورونا على نمو الطلب مستقبلاً

تفاجأ العالم بالانتشار السريع لفايروس كوفيد-١٩ المستجد والذي سرعان ما تفشي في دول العالم جميعها، مما اضطر الدول لاتخاذ الإجراءات الاحترازية المشددة ومنها أن قامت الحكومة السعودية بإيقاف موسم العمرة تماماً وإغلاق المطارات كحال معظم دول العالم، والذي أدى إلى فقدان القدرة على استقبال أعداد المعتمرين الذي كان مخططاً له لموسم ١٤٤١هـ، إذ كان من المتوقع أن يصل ما يقارب (١٠) مليون معتمر، إلا أنه وبسبب الجائحة فقد وصل فقط (٣,٨٥٧) مليون معتمر من بداية شهر محرم إلى شهر رجب، وهذا بالتأكيد قاد إلى نسب خسائر كبيرة جداً في العديد من القطاعات المرتبطة بالحج والعمرة ومنها شركات العمرة السعودية ووكالات الحج والعمرة الخارجية.

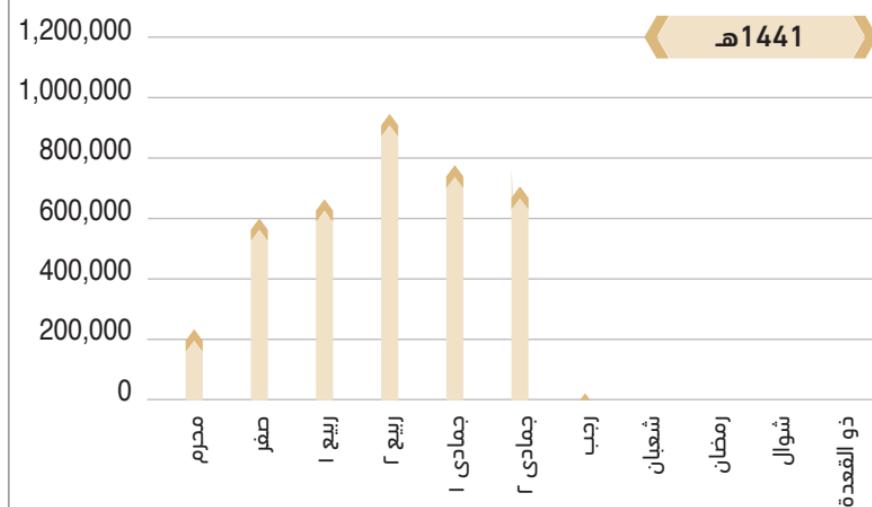
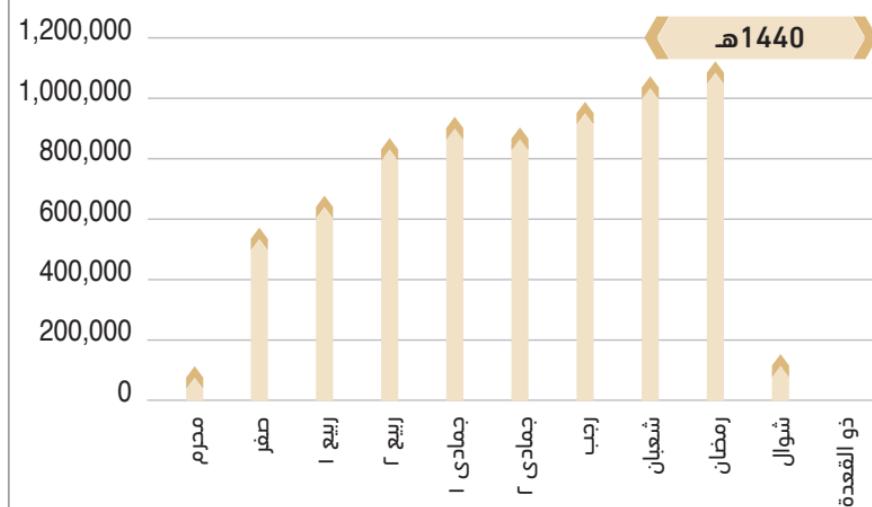
رسم توضيحي ٤: أعداد الدخول بحسب الأشهر للمواسم الأربع الأخيرة



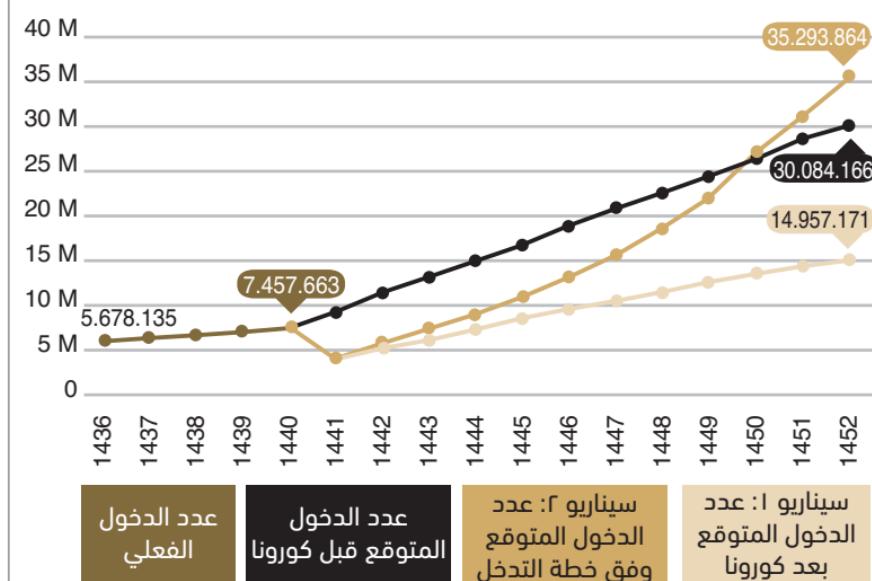
سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص



رسم توضيحي ٥: أعداد الدخول بحسب الأشهر
للمواسم الأربع الأخيرة



رسم توضيحي ٦: سيناريوهات توقع الزيادة في أعداد الدخول
لغاية موسم ١٤٥٢ هـ





ويتضح جلياً أن المملكة كانت متوجهة لتحقيق مستهدفاتها لموسم ١٤٤١هـ إذ كانت أعداد المعتمرين في تزايد، ولكن جاءتجائحة كورونا وما ترتب عليها من القرارات العالمية وأدى إلى انخفاض الأعداد منذ شهر جمادى الأولى (والذى يوافق بداية السنة الميلادية ٢٠٢٠)، إلى أن تم إيقاف استقبال المعتمرين الخارجيين في شهر مارس والذي يوافق شهر رجب بالتقويم الهجري، إذ لم يعد هناك أعداد للمعتمرين الخارجيين

أما أثناء جائحة الكورونا فإن تقدير أعداد الدخول لم يعد بالأمر السهل بتاتاً وذلك يعود لصعوبة القدرة على التنبؤ بالأنعداد التي تخص الرغبة في الطيران حول العالم لأسباب عديدة أبرزها تخوف الأشخاص من الإصابة بالفايروس والتنقل في المطارات وبين الدول، والقوانين المفروضة من قبل الدول والتي تتغير بشكل متتسارع بين السماح بحركة الطيران ومنعها والإجراءات المتخذة في المطارات والطائرات، وتخوف الأشخاص والحكومات من موجات جديدة من المرض، بالإضافة إلى عامل مهم جداً وهو خروج عدد من شركات الطيران من السوق بسبب الجائحة إذ أعلنت العديد من الشركات إفلاسها، وأحالت شركات أخرى طائراتها إلى التقاعد لعدم قدرتهم على صيانتها وتجديدها، وهذا حتماً يؤدي إلى تقليل أعداد الطائرات العاملة وخطوط الطيران الفعالة وعدد المقاعد المتاحة.

في ظل هذه الظروف كلها هناك سيناريوهين أمام المملكة:

السيناريو الأول: يتوقع أن تصل أعداد الدخول في موسم (٢٠٣٠) إلى (١٥) مليون معتمر من خارج المملكة، وذلك بناء على محددتين أولًا: استشراف خبراء الطيران العالميين بأن حجم الطلب لن يعود إلى سابق عهده إلا في عام (٢٠٢٢) أو (٢٠٢٣)، وهو ما أكد عليه كبير الخبراء بنيامين كانى (Benjamin Cany)، رئيس إجادة التسعيرو تركيب العروض التجارية لدى شركة أماديوس (Amadeus) لتكنولوجيا النقل الجوي الأولى في العالم، ثانياً: أن تستمر نسب النمو في أعداد المعتمرين لنمواً طبيعياً قبل الجائحة دون تدخل تحفيزي من أي جهة كبيرة ذات علاقة.

السيناريو الثاني: توجه المملكة لخطة تدخل تقوم من خلالها باتخاذ إجراءات عديدة من شأنها تسهيل الإجراءات وتتوسيع تكاليف برامج العمرة على القادمين من خارج المملكة، وتعزيز خطط التسويق لاستقطاب المعتمرين من شتى أنحاء العالم، وتهدف هذه الخطة إلى تحقيق أهداف المملكة ٢٠٣٠ بالوصول إلى (٣٠) مليون معتمر بحلول عام ٢٠٣٠، وهذا يتطلب نمواً متتسارعاً في أعداد المعتمرين عبر السنوات القادمة إذ ستصل نسبة النمو في بعض السنوات إلى (٣٠٪) وهي نسبة كبيرة جداً ويصعب تحقيقها إلا من خلال التخطيط السليم لهذه المرحلة، وتكافف الجهات الحكومية والخاصة من خلال تقديم التسهيلات الحكومية للشركات والوكالات، وتحسين الميزانيات لدعم الطيران وذلك بالاتفاق مع شركات الطيران لاستقطاب أعداد المعتمرين المستهدفة خاصة وأن شركات الطيران والخطوط الحالية لا تخصص طائرات وأعداد مقاعد كافية لنقل هذه الأعداد، بالإضافة إلى تأهيل قدرات شركات العمرة السعودية والوكالات الخارجية لتحسين القيمة المضافة ونوعية وجودة الخدمات المقدمة، ومن النواحي التسويقية أيضاً.





شركات العمرة السعودية ووكالات العمرمة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



تموضع شركات ووكالات العمرة في سلسلة رحلة العمرة

رسم توضيحي ٧: عناصر سلسلة رحلة العمرة



إن الزيادة في أعداد المعتمرين حتماً سبقاً له زيادة في حجم الاستثمارات المخصصة من قطاع الأعمال في مختلف الخدمات، سواء على مستوى قطاع الطيران، أو قطاع الضيافة أو قطاع شركات العمرة ووكالات العمرة الخارجية، أو غيرها من أجزاء السلسلة التي تكون رحلة العمرة.

وتعتبر شركات ووكالات العمرة ذات أهمية كبيرة جداً -إن لم تكن الأهم- في سلسلة رحلة العمرة، إذ ترتبط شركات ووكالات العمرة بالعمل مباشرة مع المعتمرين من جهة ومع الأطراف الحكومية من جهة أخرى، إذ تمتد أدوارهم منذ بداية إعداد البرامج التشويقية لاستقطابهم، مروراً بتأمين تأشيرة العمرة من الجهات الحكومية السعودية، وتوفير حجوزات الطيران والفنادق، فالاستقبال بالمطار وتأمين الخدمات الأرضية لهم، والتأكد من تقديم جميع الخدمات بجودة عالية تضمن رحلة ممتعة وتجربة فريدة للمعتمرين.

وتختلف شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية عن بعضها البعض بحجم أعمالها وخدماتها المقدمة، إذ سنجد في هذا التقرير لاحقاً بأن هناك نسبة معينة من شركات العمرة ووكالات العمرة تسيطر على الحصة الأكبر من سوق العمرة سنوياً، لذا فقد ارتأينا في هذا التقرير أن نقوم بتصنيف الشركات والوكالات إلى فئات بحسب حجم أعمالهم فيما يخص العمرة وبناء عليه تم تصنيفهم إلى ثلاثة فئات (أ، ب، ج) كما سيتم توضيحه لاحقاً.

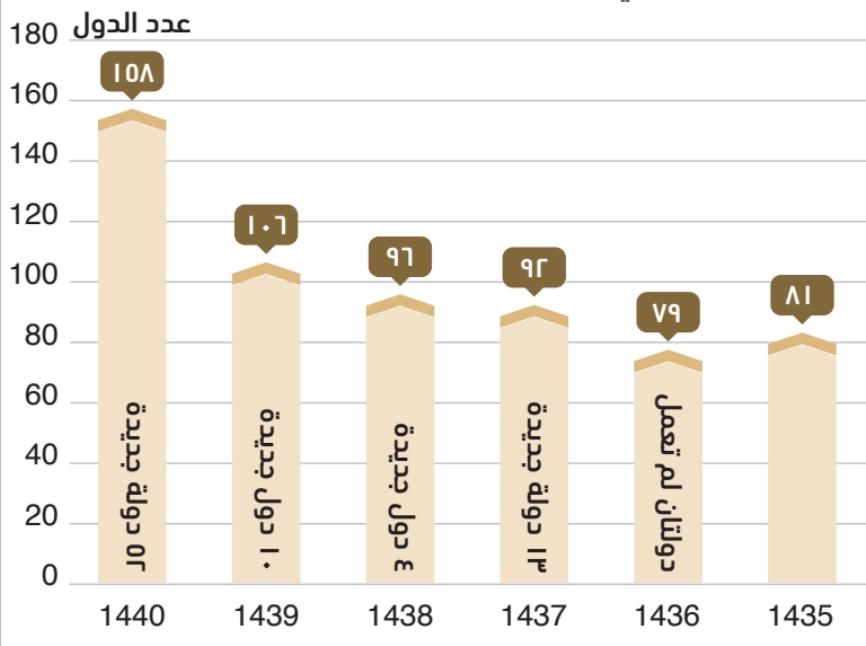
جدول ١: ترتيب شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية حسب أعمالها (لغایات الدراسة فقط)

فئة التصنيف (لغایات الدراسة فقط)	عدد التأشيرات المصدرة في العام من قبل شركات العمرة السعودية	عدد الدخول في العام من خلال وكالات العمرة الخارجية
الفئة أ	٩٠,٠٠٠ تأشيرة فما فوق	١٠,٠٠٠ معتمر فما فوق
الفئة ب	٩٤,٩٩٩ تأشيرة إلى ١٠,٠٠٠	٩,٩٩٩ إلى ١,٠٠٠ معتمر
الفئة ج	أقل من ١٠,٠٠٠ تأشيرة	أقل من ١,٠٠٠ معتمر

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



رسم توضيحي ٨: تزايد أعداد الدول التي يأتي منها المعتمرين عبر المواسم



إن تسهيل إجراءات ترخيص وكالات العمرة الخارجية، بتخفيف متطلبات الضمان البنكي بدلًا من إيداعه في البنوك تم استبداله بضمان ورقي موقع حسب الأصول، أدى إلى فتح أسواق جديدة وتواجد المعتمرين من بلدان جديدة حيث انضمت (١٠) دول جديدة إلى قائمة الدول التي يتواجد منها المعتمرون، وازدادت هذه القائمة لتصل إلى (١٠٨) دولة في موسم ١٤٤٠ هـ. بنسبة زيادة (٤٩٪) عن الموسم الذي سبقه، وهذا يعد إنجازاً يسجل للحكومة السعودية، ويثبت أن تسهيل الإجراءات من قبل الحكومة السعودية وتخفيف الأعباء على الوكالات والمعتمرين سيؤدي بالتأكيد إلى زيادة أعداد القادمين سنويًا وفتح أسواق أخرى جديدة.

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص

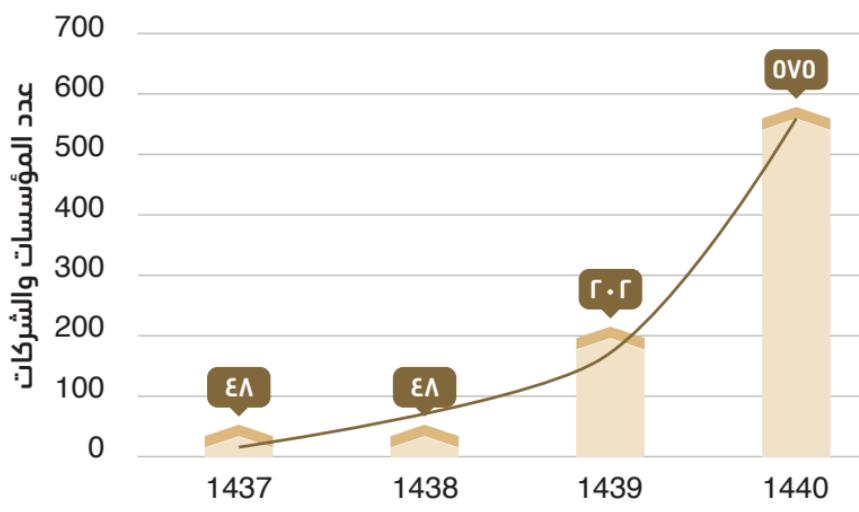


التحديات التي تواجه شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية

إن المطلع على حال شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية يلحظ بعض التحديات في تطوير أدائها، بالإضافة إلى أنها تواجه العديد من المشاكل التي تؤثر بشكل مباشر على هذا الأداء وعلى الأسعار المفروضة على المعتمرين، ومن هذه المشاكل ما يلي:

١. النمو السنوي المطرد في أعداد شركات العمرة السعودية والذي لا يقابلها نسبة نمو مماثلة في وكالات العمرة الخارجية أو أعداد المعتمرين

رسم توضيحي ٩: عدد مؤسسات وشركات العمرة عبر المواسم ١٤٣٧ - ١٤٤٠ هـ



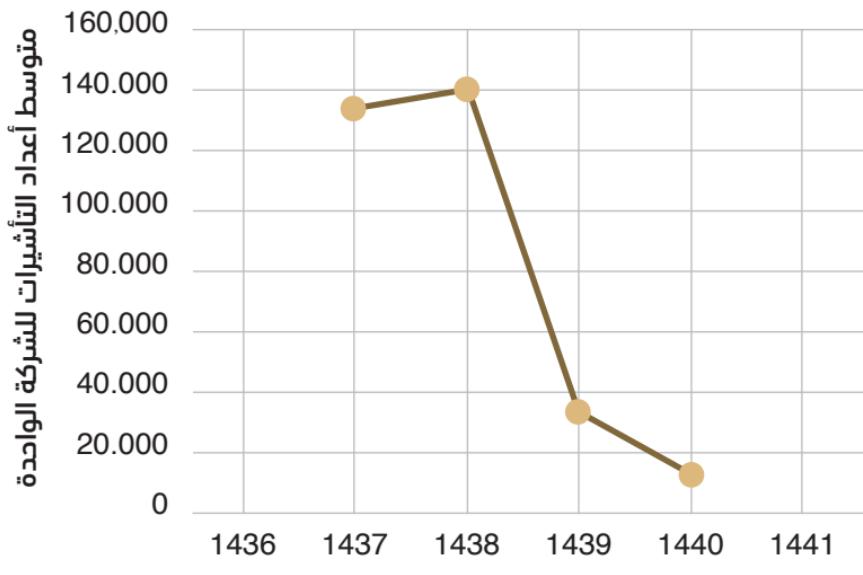
سمحت قوانين وأنظمة وزارة الحج بزيادة أعداد مؤسسات وشركات العمرة السعودية بنسبة كبيرة ومتسرعة حيث ازداد عددها من (٤٨) شركة في موسم ١٤٣٨ هـ إلى (٢٠٢) شركة في موسم ١٤٣٩ هـ، بنسبة زيادة (%) ٣٢٠، كما تابعت ازديادها المطرد في موسم ١٤٤٠ هـ لتصبح أعداد الشركات (٥٧٠) شركة بنسبة زيادة تساوي (%) ١٨٤,٧ عن الموسم الذي سبقة.

لكن هذا التزايد لم يكن متراجعاً مع نمو مماثل في وكالات العمرة الخارجية الجديدة أو في نمو أعداد المعتمرين كما أن هذه الأعداد لم يكن لها منظومة جديدة القيم أو الخدمة المضافة تجعلها قادرة على المنافسة مع الشركات العاملة في السوق لسنوات طويلة. فعندما كانت أعداد الشركات قليلة (٤٨) شركة كان لها أدوار متعددة وتركيز كبير في تقديم خدمات حجز الفنادق والخدمات الأرضية، ومع التزايد الكبير في أعداد الشركات فإن الفائدة الاقتصادية انخفضت للجميع، وبقيت وكالات العمرة الخارجية معتمدة على الشركات السابقة وتنق بها، فاستمرت هذه الشركات بتقديم الخدمات كافة، واقتصر دور الشركات الجديدة على تسهيل عمليات التأشيرة للمعتمرين الخارجيين، بالإضافة إلى تقديم بعضها للخدمات الأرضية.

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص

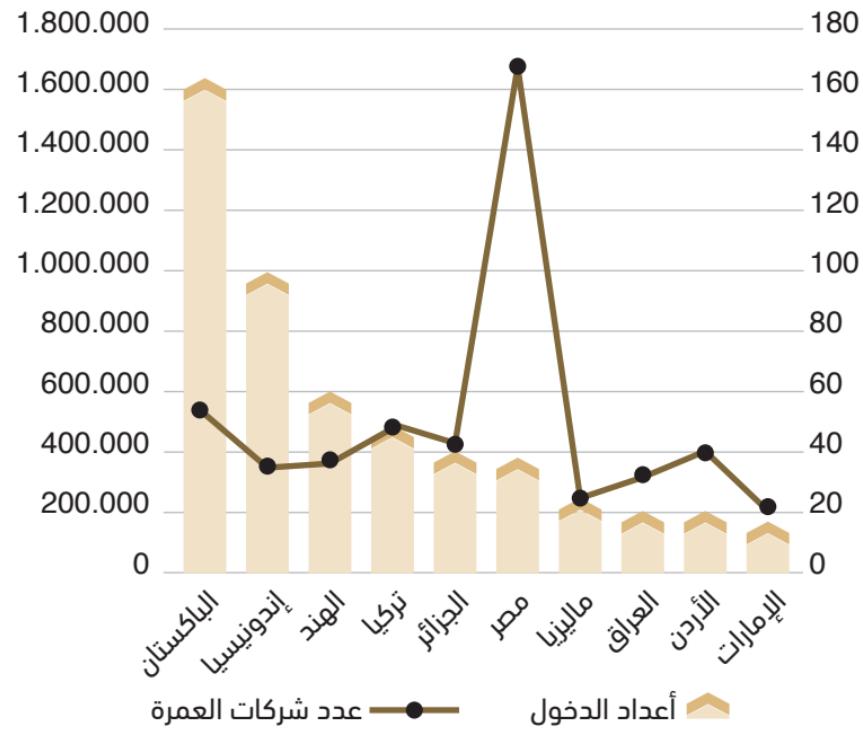


رسم توضيحي ١٠: متوسط أعداد التأشيرات الصادرة للشركة الواحدة من شركات العمرة عبر المواسم الأربع الأخيرة



إن الازدياد الكبير في أعداد شركات العمرة المحلية أدى إلى تخفيض الحصة السوقية للشركة الواحدة بنسبة كبيرة جداً كما هو واضح في الرسم السابق.

رسم توضيحي ١١: مقارنة أعداد الدخول للدول العشر الكبرى مقارنة بأعداد شركات العمرة المستقطبة لهذه الأعداد



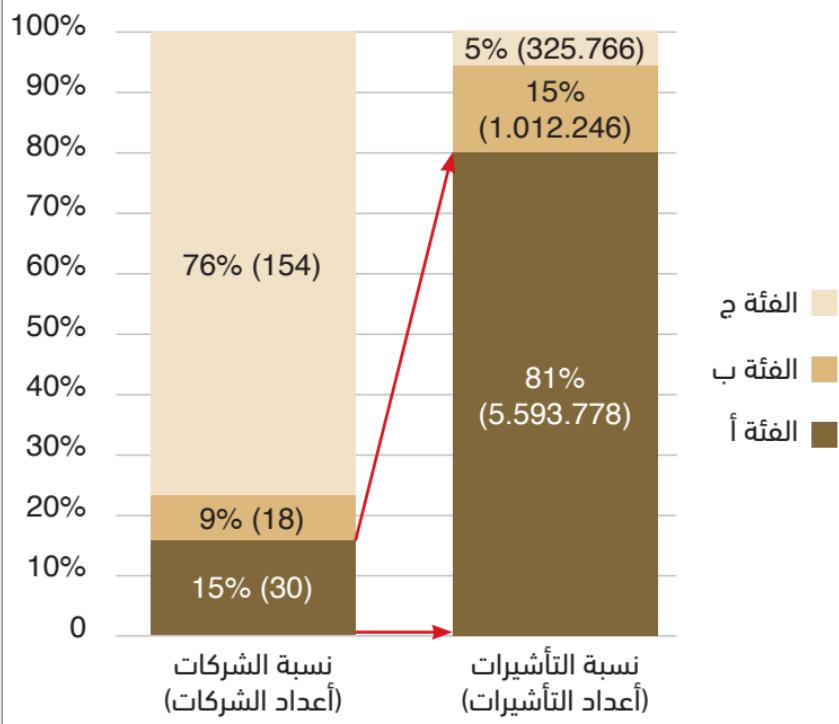
وإذا قمنا بمقارنة أعداد الشركات بأعداد الدخول فإننا لا نجد تناسباً بين أعداد الدخول وأعداد الشركات المستقطبة لهم، وهذا يدل على عدم اعتماد زيادة الأعداد في الدخول على زيادة أعداد الشركات.

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



٢. محدودية القيمة المضافة لشركات العمرة في ظل هيكلة السوق القائمة

رسم توضيحي ١٢: توزيع نسب التأشيرات التي تمت عن طريق شركات العمرة السعودية لموسم ١٤٣٩ هـ



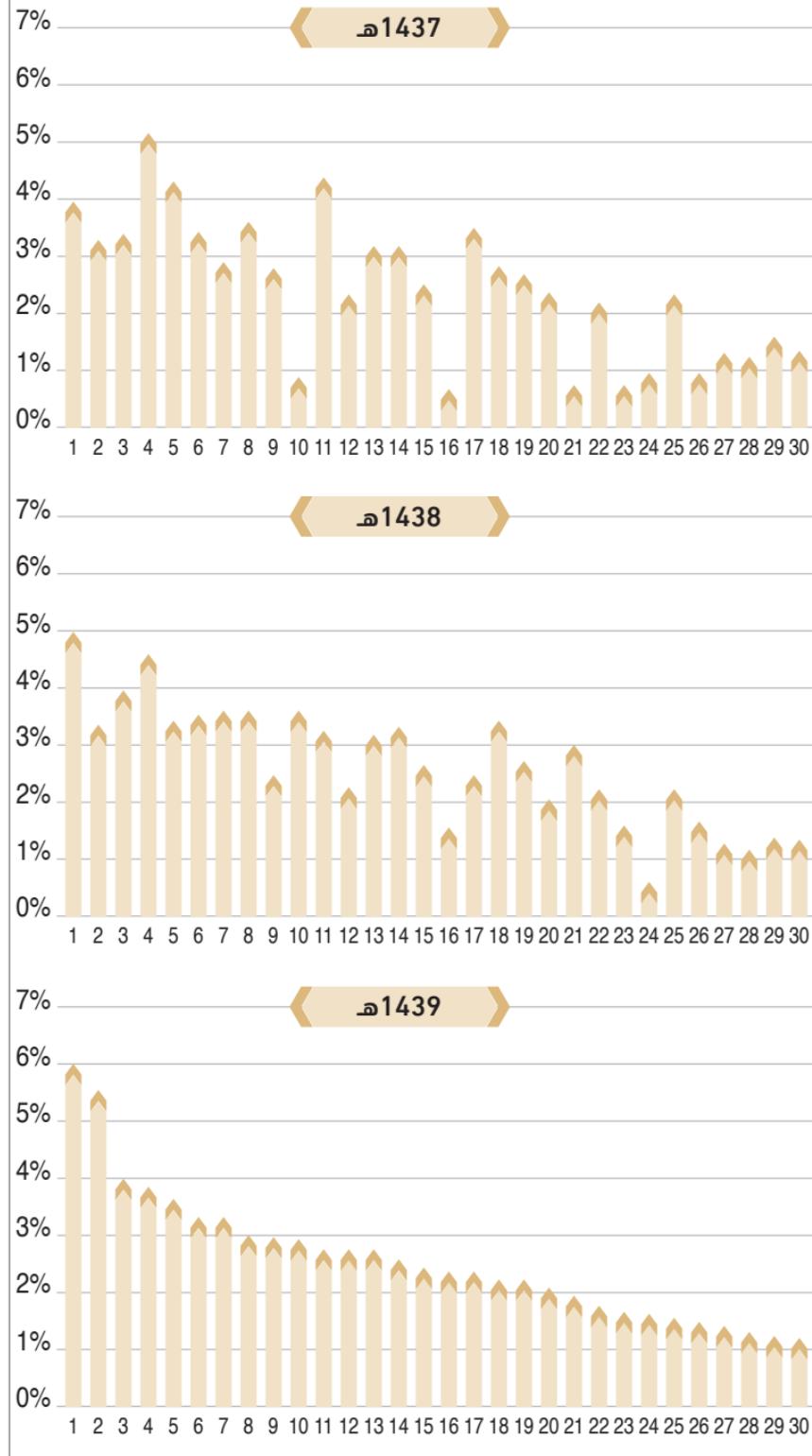
يتم تسهيل ٨١٪ من خدمات المعتمرين من قبل ١٠٪ فقط من شركات العمرة السعودية الفاعلة وهي شركات الفئة (أ) ذات متوسط عدد المعتمرين المرتفع، أما الفئة (ج) فهي توضح عدد الشركات ذات متوسط عدد المعتمرين المنخفض ونسبة هذه الشركات تمثل (٧٦٪) من عدد شركات العمرة السعودية الإجمالي وهي تسهل فقط (٠٪) من أعداد المعتمرين الكلي.

تظهر هذه النسبة بأن هناك عدداً كبيراً من الشركات السعودية مهددة بالإغلاق بسبب قلة أعداد المعتمرين القادمين من خلالها وبالتالي ضعف دخل هذه الشركات القادم من متابعة وتسهيل التأشيرات، مع ضعف دورها في تجهيز برنامج الرحلة من طيران ونقل وسكن. بالإضافة للضررية القاسية للتدفقات النقدية لهذه الشركات خلال جائحة كورونا.

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



رسم توضيحي ١٣: مقارنة نسب التغير في أعداد الدخول للشركات الـ(٣٠) الأعلى في أعداد الدخول



يتضح من الشكل السابق بأنه وبالرغم من زيادة أعداد شركات العمرة إلا أن الشركات الأعلى بأعداد الدخول حافظت على موقعها في السوق، بالرغم من التغيرات في توزيع الحصة السوقية إذ ارتفعت الحصة السوقية لبعض الشركات وأنخفضت لبعضها الآخر خلال موسم ١٤٣٩هـ، لكنها بالمجمل حافظت على أعداد دخول عالية وبقيت الـ(٣٠) شركة مسيطرة على (٨١٪) من أعداد الدخول.

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



تم احتساب متوسط أعداد التأشيرات الصادرة عن كل فئة لموسم ١٤٣٩هـ لتكون كما يلي:

جدول ٢: متوسط أعداد المعتمرين لكل فئة من فئات الشركات

الفئة	عدد الشركات في كل فئة	متوسط أعداد التأشيرات للشركة
الفئة أ	٣٠	١٨٦,٤٥٩
الفئة ب	١٨	٥٦,٢٣٦
الفئة ج	١٥٤	٢,١١٥

وعدد الموظفين في شركات العمرة والحج بحسب وزارة الحج والعمرة لعام ١٤٤٠هـ هو كما يلي:

جدول ٣: توزيع أعداد موظفي شركات العمرة بحسب الجنس

البند	العدد	النسبة
عدد الموظفين الذكور	١٢,٦٦٤	% ٨٦,٩٠
عدد الموظفات الإناث	١,٩٠١	% ١٣,٠٠
مجموع الموظفين	١٤,٥٦٥	% ١٠٠,٠٠

وبما أن عدد الشركات كان في موسم ١٤٤٠هـ يساوي (٥٧٥) شركة، فإن متوسط أعداد الموظفين للشركة الواحدة سيكون حوالي (٢٥) موظفاً للشركة الواحدة، مع العلم بأن القوانين السعودية تفرض أن يكون الحد الأدنى للموظفين في شركات العمرة هو (٢) موظفاً، وبناء على ذلك فإن متوسط تكلفة الرواتب على المكاتب هي كما يلي:

جدول ٤: حساب متوسط تكلفة الرواتب على مكاتب العمرة السعودية

البند	المقدار	القيمة (١٤٤٠هـ)
متوسط الأجر الشهري للموظف ^١	٧,٥٨٤ ريال	
متوسط عدد الموظفين لكل شركة	٢٥	
متوسط قيمة الرواتب الشهرية لكل شركة	١٨٩,٦٠٠ ريال	
متوسط قيمة الرواتب السنوية المتوقعة لكل شركة (على فرض الالتزام بالسياسات)	٢,٣٧٥,٢٠٠ ريال	

وهذا يعني بأن شركات العمرة السعودية لا يمكن أن تقوم وتستمر في العمل بالاعتماد فقط على تسهيل إجراءات التأشيرات بمختلف فئاتها التصنيفية، لذا قد تلجأ بعض من الشركات السعودية إلى توسيع الأعداد المطلوبة صورياً وتدفع لهم مبلغاً زهيداً مقابل استخدام اسمه في سجلات الشركة لدى التأمينات الاجتماعية، وتوظّف شخصاً أو شخصين من المقيمين للقيام بالمهام كاملة.

١- مؤشر العمرة الأسبوعي الصادر عن وزارة الحج والعمرة
موقع الهيئة العامة للإحصاء <https://www.stats.gov.sa/ar/news/228>



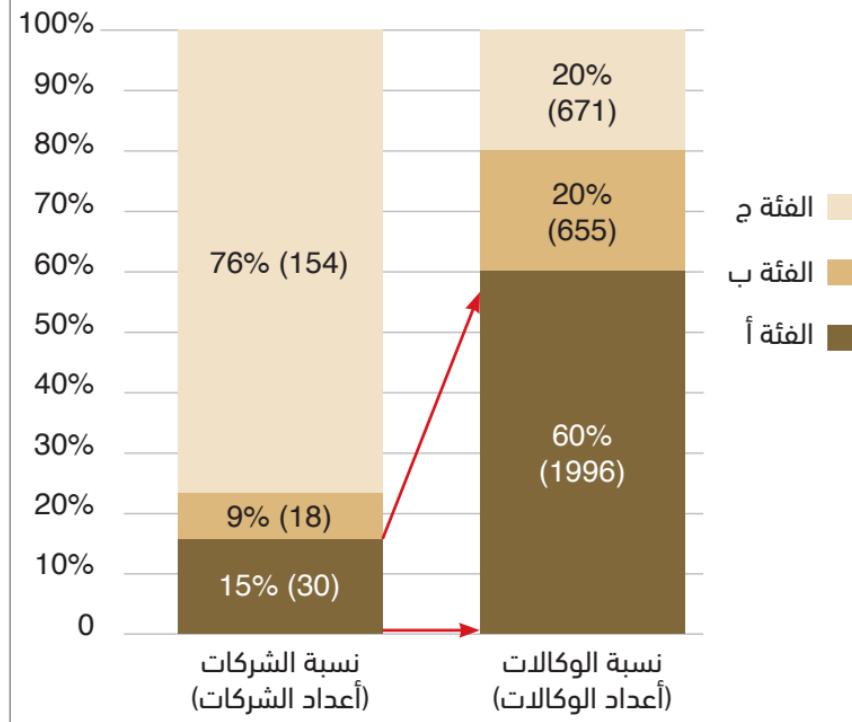
٣- المصاريق التشغيلية المرتفعة على شركات
العمرة وانخفاض نموذج الإيرادات

هناك العديد من المصادر التشغيلية المرتفعة على شركات
العمراء السعودية (قبل كورونا)، حيث إن النظام منذ عام ٢٠١٨
ازمههم بفتح مكاتب في مكة والمدينة وتوظيف ٢٠ سعودياً
لكل شركة كحد أدنى، ما يضغط على الشركات ويزيد من أعبائهما
المالية مع حسابات غير دقيقة لحجم الإيراد المتوقع من قبل بعض
الشركات مقاومة بالتكلف المالية

كما أن ربط حجوزات منصة مقام بوكالء العمارة الدوليين مباشرةً بمحافظة مالية مباشرة للوكالء يقدر ما أفاد في عملية الشفافية في القطاع بقدر ما أدى إلى تحجيم أدوار شركات العمارة؛ إذ استغلت وكالات العمارة الخارجية هذا الأمر وأصبحت تعتمد على شركات العمارة فقط في تسهيل إجراءات التأشيرات واستغفت عن الخدمات الأخرى لهذه الشركات، ولجأت لمزودي الخدمات بشكل مباشر للحصول على خدماتهم كحجز تذاكر الطيران أو الفنادق أو غيرها من الخدمات الأرضية.

٤. ضعف رغبة وكالات العمرة الخارجية في التعامل مع شركات العمرة الجديدة

رسم توضيحي ١٤: نسب شركات العمرة السعودية والوكالات المتعاملة معها لموسم ١٤٣٩هـ



تليجاً ٦٠% من الوكالات الخارجية للتعامل مع شركات العمرة السعودية، من الفئة (أ) والتي تمثل (١٥%) فقط من شركات العمرة السعودية، بينما يتعامل ٢٠% من تلك الوكالات مع الشركات من الفئة (ب) و(٢٠%) من الوكالات مع الشركات من الفئة (ج)، ويعود ذلك لافتقار الشركات من الفئتين (ب) و(ج) للمقومات المؤسسية التي:

أولاً: الثقة المتبادلة بين الشركات من الفئة (أ) والوكالات الدولية على مدى سنوات طويلة.

ثانياً: الفئة (أ) شركات كبيرة تمتلك سيولة نقدة مناسبة ترفع من

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



القيمة المضافة لخدماتها.

ثالثاً: تستطيع الفئة (أ) التغلب على المعوقات التي تحول دون تحصيلها لعروض أسعار من مزودي الخدمات تنافس تلك التي تستطيع الوكالة الخارجية الواحدة تحصيلها من مزودي الخدمات بشكل مباشر.

بالرغم من كون هذه الشركات تتعامل مع عدد كبير من الوكالات وبالتالي فهي قادرة على جلب أعداد ضخمة من المعتمرين تفوق الأعداد التي تستقطبها الوكالة الواحدة، لذا فهي تمتلك فرصة سانحة لتحصيل أسعار غالية في التنافسية، بالمقارنة مع الوكالات المنفردة، إلا أن ذلك نادراً ما يحصل إلا مع شركات العمرة الكبيرة التي تمتلك شركات لتزويد الخدمات

٥. ارتكاب المخالفات أثناء تقديم الخدمة

وفقاً لوزارة الحج والعمرة فقد تم رصد (٣٢,٤٢٩) مخالفة خلال موسم ١٤٤٠هـ أثناء تقديم الخدمة للمعتمرين، وقد توزعت هذه المخالفات على الأنواع التالية:

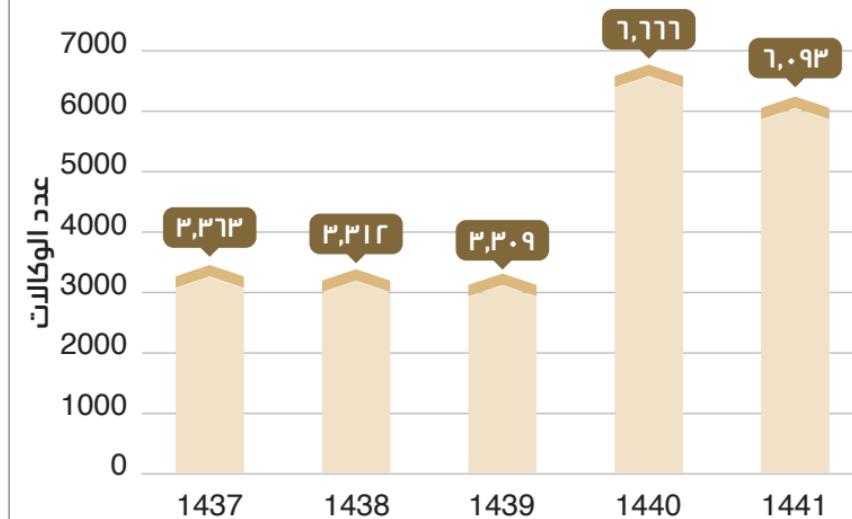
جدول ٥: المخالفات المرتكبة خلال موسم ١٤٤٠هـ

نسبة المخالفات	نوع المخالفة
%٢٢	زيارة مكاتب العمرة
%٠٦	مخالفات الاستقبال
%٨	مخالفات الإسكان ومتابعة المعتمرين
%٣١	مخالفات المغادرة
%٤	مخالفة إرشاد المعتمرين

إن هذه المخالفات ستؤدي بالتأكيد إلى التأثير على تجربة المعتمرين والتقليل من جودتها، إذ أن المخالفات السابقة أثرت على ١٠١,٨٩٢ معتمراً خلال موسم ١٤٤٠هـ.

٦. تذبذب أداء الوكالات بين الدول المختلفة

رسم توضيحي ١٠: أعداد وكالات العمرة الفاعلة التي نجحت في استقطاب معتمرين خلال المواسم الماضية



شركات العمرة السعودية وكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص

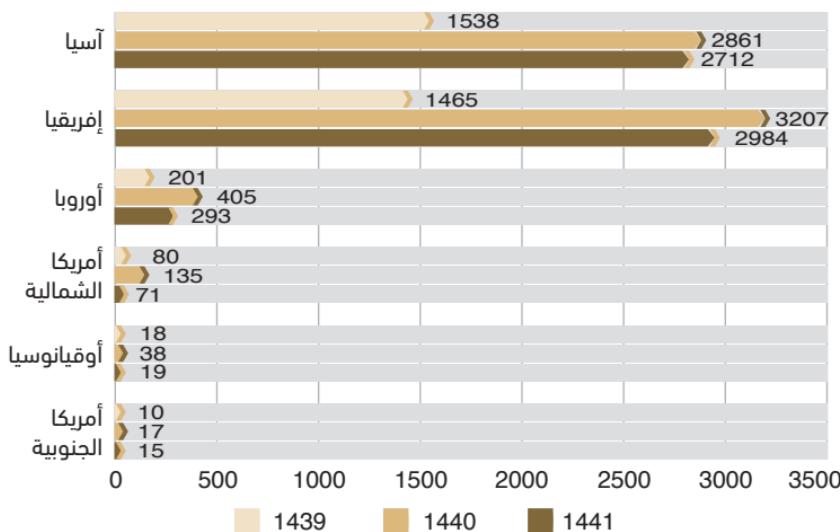


تزايدت أعداد وكالات العمرة العاملة بشكل مباشر بنسبة ١٠٠% خلال موسم ١٤٤٠هـ، وذلك يعود للإجراءات التي اتخذت آنذاك لتسهيل ترخيص وكالات العمرة الخارجية من خلال الاستغناء عن شرط إيداع الضمان البنكي في الحسابات البنكية مباشرة وإحلال الضمان الكتافي الموقوع بدلًا عنه، وبالتالي فقد تحولت الكثير من الوكالات غير المرخصة (تسمى في مصطلح السوق وكالات فرعية) في العديد من البلدان إلى وكالات مرخصة وتمارس أعمالها بشكل مباشر مع شركات العمرة السعودية، إلا أن هذه الزيادة ليست مؤشرًا على زيادة عدد وكالات العمرة الدولية وذلك لأن الزيادة الحاصلة هي لوكالات كانت تعمل بشكل غير مباشر كما أن هناك زيادة جوهرية من جمهورية مصر العربية بعد تغير مجموعة من السياسات في السوق المصري.

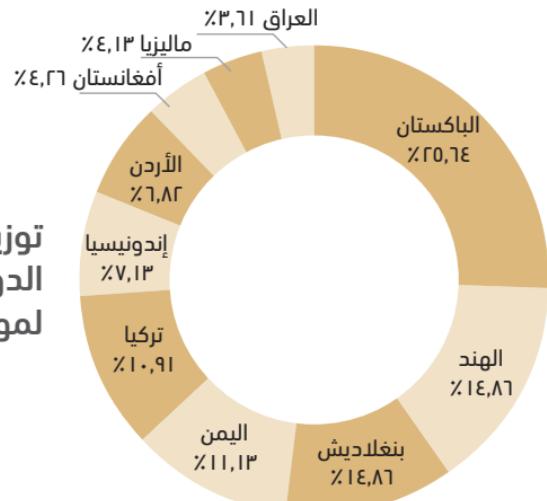
وتشير الأشكال التالية توزيع الوكالات حسب القارات وتوزيعها حسب الدول في قاريي آسيا وأفريقيا

رسم توضيحي ١٦: الدول الأعلى من حيث أعداد الوكالات في قاريي آسيا وأفريقيا

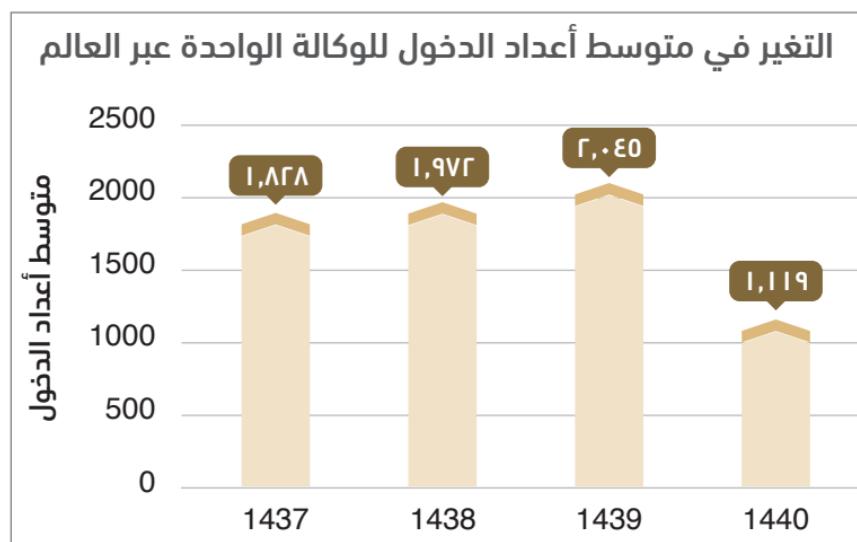
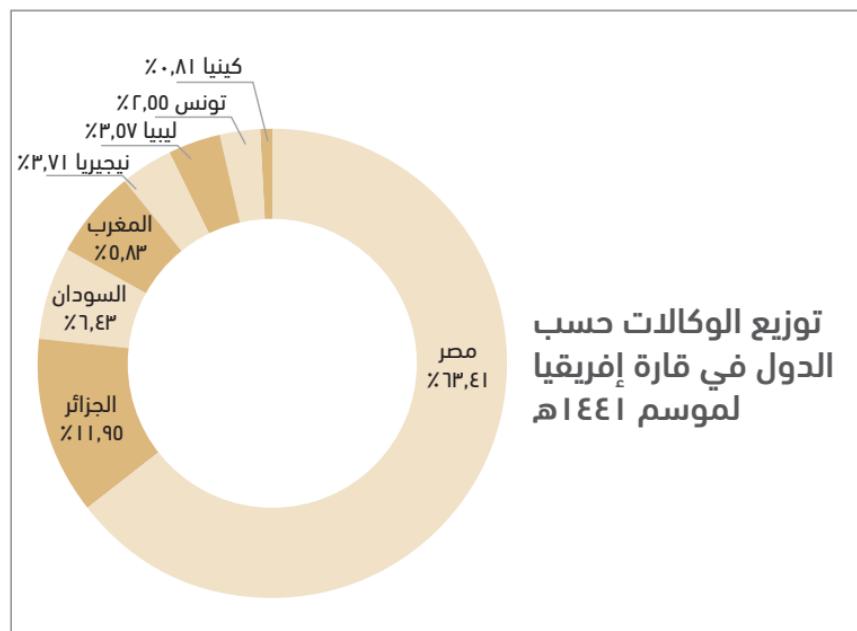
توزيع الوكالات حسب القارات



توزيع الوكالات حسب الدول في قارة آسيا لموسم ١٤٤١هـ



شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص

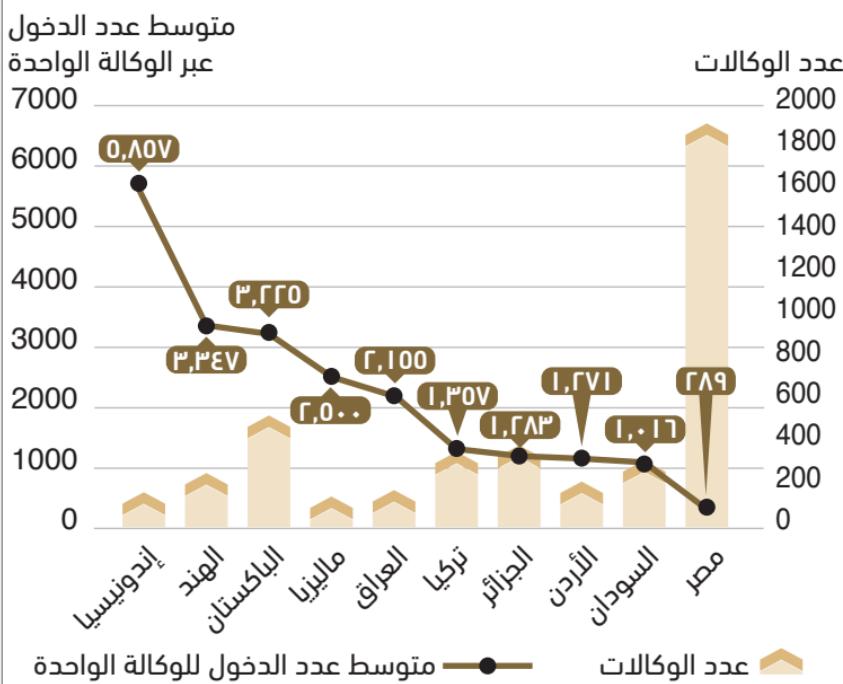


تقوم وكالات العمرة بدور كبير في استقطاب أعداد متزايدة سنويًا من بلدانها لأداء العمرة في المملكة، إذ ازدادت أعداد المعتمرين بنسبة (٢١,٣٪) بن موسمي ١٤٣٧هـ و ١٤٤٠هـ، إلا أن الزيادة في أعداد الوكالات والتي بلغت لنفس الفترة ما نسبته (٩٨٪) ساهمت في انخفاض متوسط أعداد الدخول عبر الوكالة الواحدة بنسبة (٣٨,٨٪) وهذا ينذر بازدياد حدة المنافسة بين هذه الوكالات والذي قد يؤدي إلى عدد من الآثار السلبية على واقع الوكالات المتوسطة والصغريرة.

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



رسم توضيحي ١٧: مقارنة أعداد الوكالات في الدول العشر الكبرى مع متوسط أعداد القادمين عبر الوكالة الواحدة لموسم ١٤٤٠ هـ

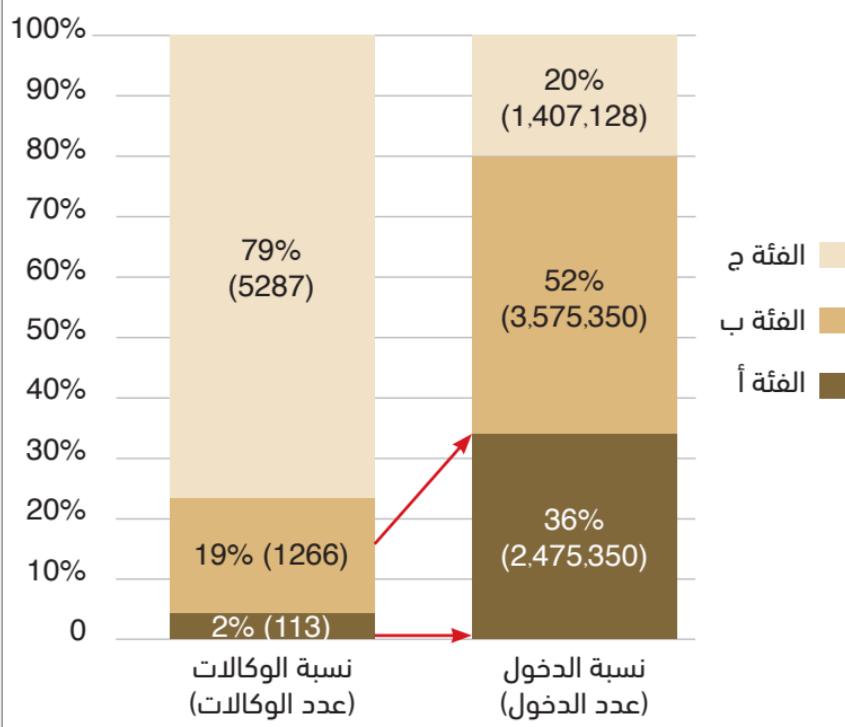


يتضح من الشكل السابق لموسم ١٤٤٠ هـ بأن ازدياد أعداد الوكالات يقلل من الحصة السوقية للوكالة الواحدة على مستوى الدولة، إذ يظهر بأن الوكالة الواحدة في إندونيسيا - ذات عدد الوكالات القليل نسبياً- تجلب ما متوسطه (٠,٨٥٧) معتمراً في السنة، بينما في مصر - ذات عدد الوكالات الكبير- تجلب الوكالة الواحدة فيها ما متوسطه (٢٨٩) معتمراً في السنة.

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



رسم توضيحي ١٨: نسب وكالات العمرة الخارجية وأعداد الدخول القادمة من خلالها لموسم ١٤٤٠هـ



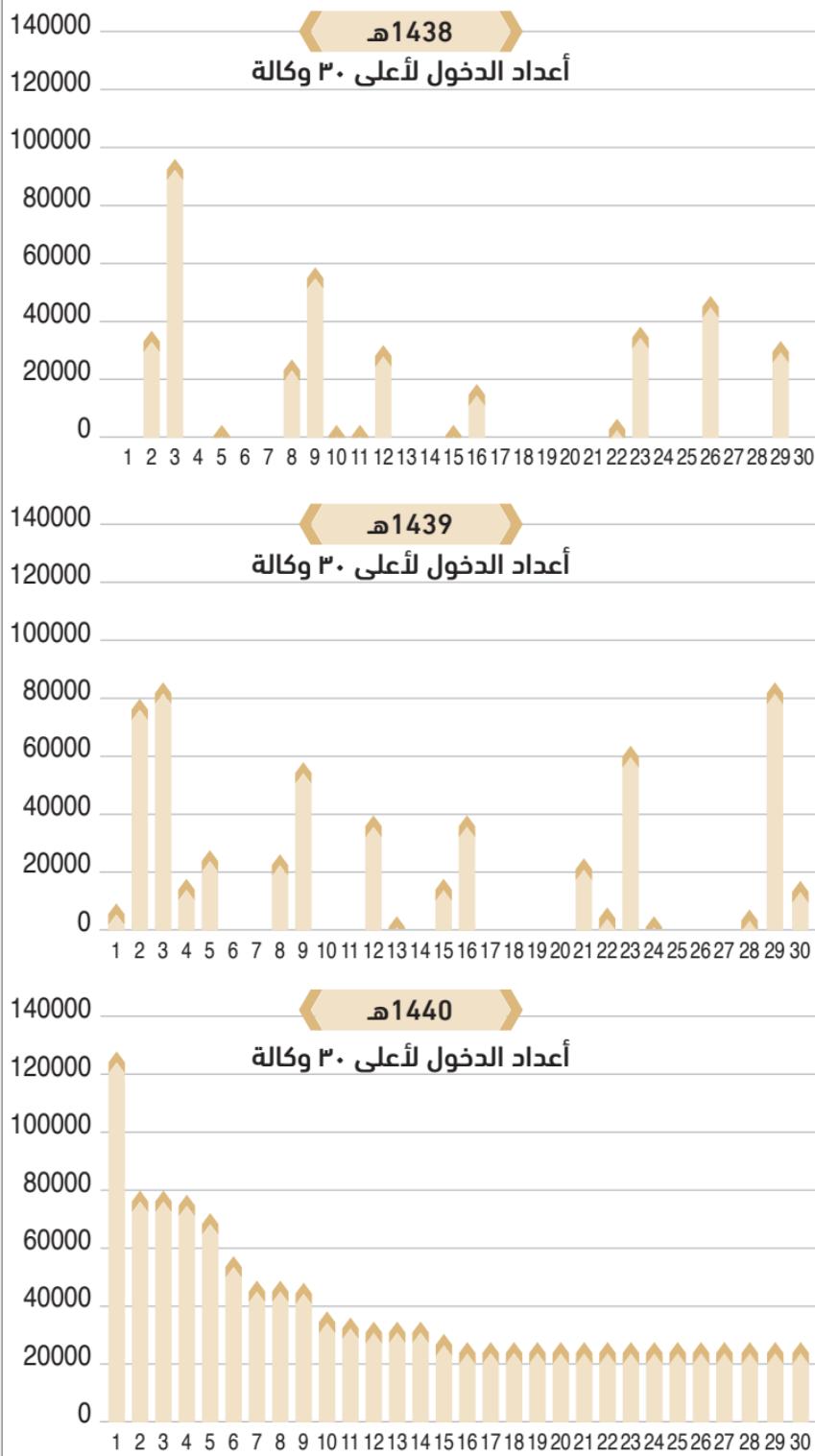
يتضح من الرسم أعلاه بأن (٨٨٪) من معتمري الخارج من حول العالم قد قدموا من خلال (٢١٪) من الوكالات الفاعلة، وهذا يعني بأن (٧٩٪) من وكالات العمرة الخارجية قد تنافست بشدة للاستحواذ على (١٢٪) فقط من السوق.

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرمة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



٧. تذبذب الأداء السنوي للوكالات الثلاثين الكبرى من موسم إلى آخر

رسم توضيحي ١٩: أعداد الدخول للوكالات الـ (٣٠) الأعلى للمواسم ١٤٣٨، ١٤٣٩، ١٤٤٠ هـ



شركات العمرة السعودية وكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



٨. ضعف فاعلية وكالات العمرة في جذب المعتمرين

يتناول متوسط أعداد الدخول عبر الوكالات كما يتضح في الجدول التالي:

جدول ٦: أعداد الوكالات حسب الفئات ومتوسط أعداد الدخول لكل فئة ودخل الوكالة الواحدة من الدخول

الفئة	عدد الوكالات في كل فئة	مجموع أعداد الدخول لكل وكالة	متوسط أعداد الدخول من كل فئة	متوسط الدخل السنوي للوكالة من الدخول (ريال)
الفئة أ	١١٣	٢,٤٧٠,١٨٠	٢١,٩٠٤	١٨,٢٢٤,١٢٨
الفئة ب	٦٦١	٣,٥٧٠,٣٥٠	٢,٨٢٤	٢,٣٤٩,٥٦٨
الفئة ج	٥,٢٨٧	١,٤٠٧,١٢٨	٢٦٦	٢٢١,٣١٢

يغلب على المعتمرين تفضيل التعامل مع وكالات العمرة ذات السمعة والشهرة والموثوقية العالية، والتي تقدم خدمات متعددة ذات قيمة مضافة، ولها القدرة على الوصول إلى الناس عبر القنوات التسويقية المختلفة وتقديم الخصومات الموسمية، ويبدو بأن معظم هذه الوكالات تقع ضمن الفئة (أ) من التصنيف المستخدم في هذا التقرير لأغراض الدراسة، ويتضح مما سبق وجود عدد كبير من الوكالات الخارجية من الفئتين (ب) و(ج) التي تحتاج إلى الدعم لتحسين قدراتها التسويقية لاستئمالة واستقطاب أعداد أكبر من القادمين إلى العمرة، إذ إن ما يقارب من ٩٢٪ من وكالات العمرة الخارجية تصنف على أنها مؤسسات وشركات صغيرة ومتناهية الصغر ذات قدرات وجدارات ائتمانية متواضعة، تدفع ما يناهز ٣٠٪ منها إلى شراء بعض من خدمات السفر بالآجل من وكالات أخرى -تصنف كشركات متوسطة أو كبيرة ذات قدرات ائتمانية عالية- مثل حجوزات الفنادق وتذاكر الطيران، ولكن هذه الطريقة ترفع من التكلفة على المعتمر، أو تقلل من هامش ربح الوكالة، كما تزيد من نسبة المخاطر على مُجمل السوق بسبب تعدد الوسطاء.

٩. صعوبة عمل التحويلات المالية الكبيرة عبر منصات العمرة نظراً لوجود قيود مالية مختلفة لكل دولة

قامت شركة صفا بإجراء دراسة استطلاعية خلال موسم ١٤٤١هـ حول تأثير جائحة كورونا على وكلاء العمرة الخارجيين، شارك فيها (٣٧٢) وكالة من (٢٢) دولة، وكان من أهم نتائج الدراسة صعوبة إجراء التحويلات المالية الكبيرة نظراً لقيود المفروضة من كل دولة. بالإضافة لارتفاع العمولات على منصات الحجوزات مما أدى إلى ظهور البرامج الوهمية التي تهدف فقط إلى إنهاء الإجراءات بحجوزات منخفضة الأسعار لتجنب دفع رسوم عالية:

١. متوسط دخل وكالة العمرة الخارجية من المعتمر الواحد يبلغ (٨٣٢) ريالاً



٤. عدم معيارية الخدمات المقدمة من قبل ووكالات العمرمة الخارجية وشركات العمرة السعودية

تقوم كل من شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية بتقديم خدماتها بحسب معاييرها الخاصة ودون وجود نظام أو معايير موحدة يجب الالتزام بها والعمل من خلالها، وعدم وجود تصنيف واضح ومعتمد لهذه الشركات والوكالات يؤشر على مستوى أدائها وخدماتها المقدمة، وهذا يؤدي إلى تفاوت مستويات الخدمات المقدمة وربما يكون هذا أحد أسباب تركيز تعامل المعتمرين مع عدد معين من الوكالات، وتركز تعامل الوكالات مع عدد معين من شركات العمرة السعودية دون غيرها.

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



أثر جائحة كورونا على شركات ووكالات العمرة

تأثر قطاع شركات ووكالات العمرة، كما جميع القطاعات الاقتصادية، بجائحة كورونا العالمية التي سيطرت على العالم وعطلت النشاطات الاقتصادية جميماً، وقد أدت إلى اضطرار الحكومة السعودية إلى إيقاف موسم العمرة تماماً واقتصر موسم الحج على عدد محدود من جميع الجنسيات من داخل المملكة فقط، وهذا بالتأكيد انعكس على توقف أعمال شركات ووكالات العمرة.

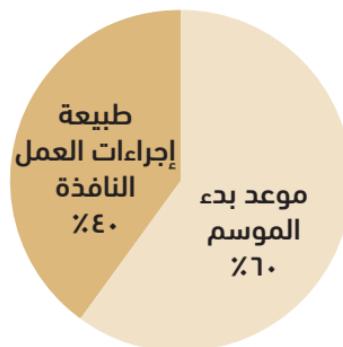
وقد قامت شركة صفا بعمل استبيان تستطلع به آراء وكالات العمرة الخارجية بالوضع الحالي وتأثيرات جائحة كورونا على أعمالهم، ويتبين جلياً من نتائج الاستبيان تضرر الوكالء نتيجة أزمة كورونا إذ أن (٤٩٪) منهم يفكرون بالاندماج في تحالفات للعمل في المجال، ويرى (٦٠٪) من الوكالء بأن موعد بدء الموسم القادم سيكون له الأثر الأكبر على قرار الاستمرار في عملهم الموسم القادم، كما يرى (٤٠٪) منهم بأن الآلية التي سيتم العمل بها هي ما سيحدد قرارهم.

رسم توضيحي ٢٠: نسبة الوكالات التي تفكر بالاندماج الموسم القادم



هل تتطلع إلى الاندماج أو تشكيل تحالفات مع وكالات أخرى لتحسين اقتصاديات العمل؟

رسم توضيحي ٢١: العوامل التي تؤثر في قرار الوكالات على استمرار بالعمل الموسم القادم



ما العوامل التي تؤثر على قرار استمرارك بالعمل لموسم ١٤٤٢هـ؟

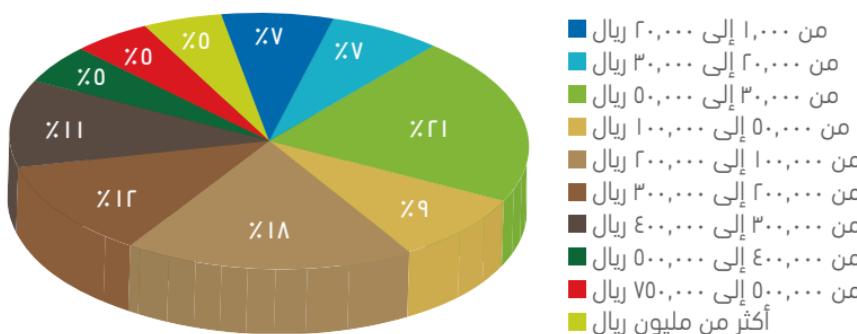
شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



ومن أبرز التأثيرات التي ظهرت ما يلي:

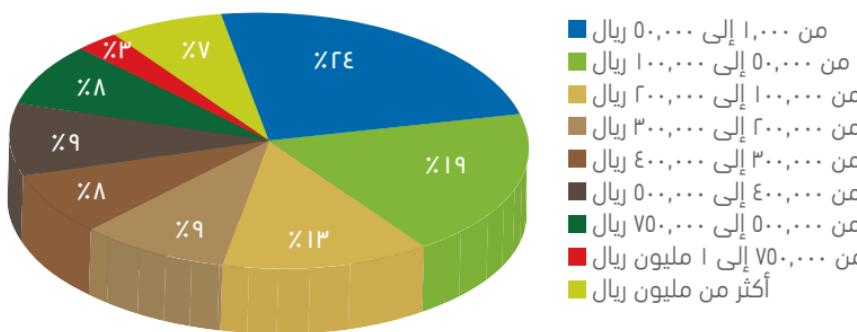
- إلغاء حجوزات الطيران والفنادق التي تم تقديمها من قبل الوكالات، إذ أشارت نتائج الاستطلاع إلى أن (٤٠٪) من هذه الوكالات قد تعرضت لـإلغاء حجوزات طيران من خلالها بما قيمته (من ألف ريال إلى ١٠٠ ألف ريال)، و(٤٤٪) تعرضت لـإلغاء حجوزات بمقدار (من ١٠٠ ألف ريال حتى ٥٠٠ ألف ريال).

رسم توضيحي ٢٢: توضيح لقيمة الإلغاءات المالية لحجوزات الطيران للكوالات



- أما فيما يخص حجوزات الفنادق فقد أشارت نتائج الاستطلاع إلى أن (٤٢٪) من هذه الوكالات قد تعرضت لـإلغاء حجوزات فنادق من خلالها بما قيمته (من ألف ريال إلى ١٠٠ ألف ريال)، و(٤٤٪) تعرضت لـإلغاء حجوزات بمقدار (من ١٠٠ ألف ريال حتى ٥٠٠ ألف ريال).

رسم توضيحي ٢٣: توضيح لقيمة الإلغاءات المالية لحجوزات الفنادق للكوالات

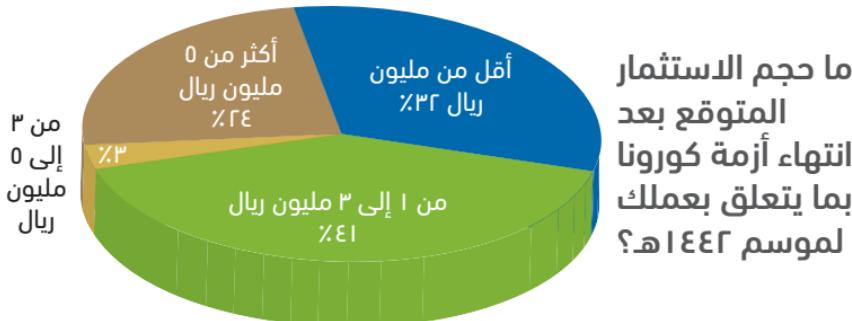
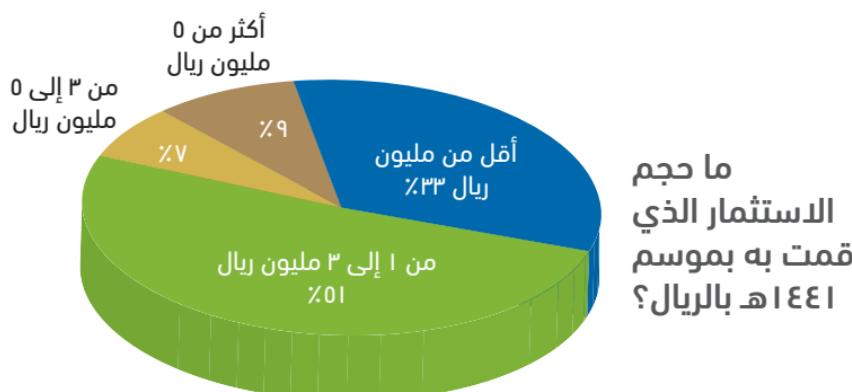


شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



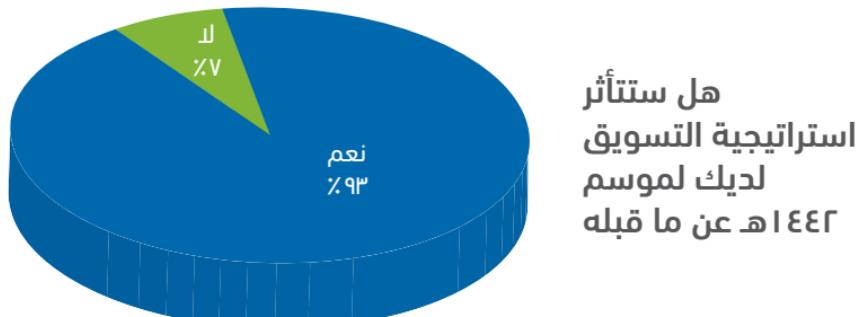
- الحاجة لزيادة حجم الاستثمار للاستمرار بالعمل في المواسم القادمة، إذ أظهرت نتائج الاستبيان توجه عدد من المستثمرين لزيادة قيمة استثماراتهم في السوق لتسهيل الاستمرار في العمل وتقديم الخدمات

رسم توضيحي ٢٤: مقارنة حجم الاستثمار الذي قام به الوكالات موسم ١٤٤١هـ وحجم الاستثمار المتوقع لموسم ١٤٤٢هـ



- تفاقم مشكلة التسويق التي تعاني منها الوكالات وحاجتها للدعم والتوجيه، إذ أظهرت نتائج الاستبيان بأن (٩٣٪) من الوكالات أكدت على تأثير استراتيجية التسويق الخاصة بها نتيجة جائحة كورونا

رسم توضيحي ٢٥: رأى الوكالات بتأثير استراتيجية التسويق للموسم القادم نتيجة كورونا





**برامج الدعم المقدمة من قبل
الحكومات لقطاع السياحة**

برامج الدعم المقدمة من قبل الحكومات لقطاع السياحة



تعتبر السياحة الدولية أحد أهم الأنشطة الاقتصادية ومصدراً هاماً لإيرادات العملات الأجنبية وتحقيق النمو الاقتصادي وخلق فرص الشغل في العديد من البلدان، حيث يقوم هذا القطاع بالمساهمة بحوالي (١٠٪) من الناتج المحلي الإجمالي في العالم، كما يخلق قطاع السياحة وظيفة من بين كل (٤) وظائف جديدة في جميع أنحاء العالم^١، وشدد المجلس العالمي للسفر والسياحة WTTC على أنّ (١٠٠,٨) مليون وظيفة معرضة للخطر عالمياً نتيجة الجائحة^٢.

أما على مستوى دول منظمة التعاون الإسلامي، شكلت السياحة الدولية في عام ٢٠١٩ ما نسبته (٨٪) من مجموع الناتج المحلي الإجمالي لها، ووفرت فرص عمل لأكثر من ٤٠ مليون شخصاً.

هذا وقد قدّر المختصون في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) حجم التهاوي في الاقتصاد العالمي السياحي بنسبة تتراوح بين (٦٠٪ - ٨٠٪) مع نهاية عام ٢٠٢٠ نتيجة جائحة كورونا، لذا فإن حكومات الدول التابعة لهذه المنظمة تتسابق على إيجاد الحلول العملية في سبيل إنعاش القطاع السياحي لديها من جديد لإنقاذ هذا القطاع الحيوي الذي يشغل بالمتوسط (٦١,٩٪) من القوى العاملة لديها، والذي يساهم بشكل مباشر بمتوسط (٤,٤٪) في إجمالي ناتجها المحلي، أما على مستوى المملكة فإن القطاع السياحي يساهم بنسبة (٣,٨٪) من إجمالي الناتج المحلي ويشمل (٦١٥) ألف وظيفة في القطاع^٣.

وفيما يلي عدد من البرامج المقدمة من قبل بعض الدول لدعم القطاع:

المملكة العربية السعودية

قدمت وزارة الحج والعمرة (٩) تسهيلات لشركات ومؤسسات العمارة لتحفيز القطاع وتحفيض الآثار المتربعة على تعليق العمارة بسبب فايروس كورونا، وتمثلت هذه التسهيلات فيما يلي:

- خفض قيمة الضمان المالي لشركات العمارة السعودية الفاعلة التي لم ترتكب أي مخالفة جوهرية إلى (٢٠) ألف ريال لمدة ستة أشهر قابلة للتمديد بناء على تقييم الوزارة.
- السماح لشركات العمارة السعودية بالاعتذار عن العمل لمدة سنة كاملة.
- السماح بالعمل بالحد الأدنى من الموظفين خلال فترة تعليق العمارة.
- إعداد ورش عمل وبرامج تأهيلية لشركات العمارة السعودية بشأن الاستراتيجيات المؤسسية للتعافي من الأزمة.
- تحفيز عمليات تطوير الأعمال، والاندماج والاستحواذ (Merger and Acquisition – M&A)، والاستثمار في شركات العمارة السعودية.

١ الآثار الاجتماعية والاقتصادية لجائحة كوفيد-١٩ في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي (الاتفاق والتحديات). منظمة التعاون الإسلامي - مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، مايو ٢٠٢٠

٢ OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19): Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19), June 2020

٣ الآثار الاجتماعية والاقتصادية لجائحة كوفيد-١٩ في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي (الاتفاق والتحديات). منظمة التعاون الإسلامي - مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، مايو ٢٠٢٠

٤ OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19): Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19), June 2020

برامج الدعم المقدمة من قبل الحكومات لقطاع السياحة



- السماح بتخفيض رأس مال شركات العمرة السعودية في السجل التجاري إلى (٥٠٠) ألف ريال.
- تأجيل سداد المخالفات غير الجوهرية لمدة ستة أشهر.
- خفض الحد الأدنى لفروع الشركات إلى فرع واحد في مكة المكرمة أو المدينة المنورة.
- إنشاء وحدة عيادات الأعمال (Business Clinics Units) الاستشارية لمساعدة الشركات في مراجعة آلياتها وخططها التشغيلية وتعديلها وتطويرها.

إندونيسيا

- قدمت الحكومة حزمة حوافز بقيمة (١٠,٣) تريليون روبيه (٧١٨ مليون دولار أمريكي) لتعزيز إنفاق المستهلكين ودعم قطاع السياحة في البلاد، وإعطاء (٢٩٨,٠) مليار روبيه لشركات الطيران ووكالات السفر لتعزيز وصول الأجانب إلى إندونيسيا، بالإضافة إلى تقديم (٣٩) مليار دولار كدعم وخصومات للسياح المحليين الذين يزورون أي من الوجهات السياحية العشرة ذات الأولوية في البلاد.
- تعمل الحكومة على خطة دعم خاصة بشركات السياحة والسفر والتي تتضمن فتح خفض معدل ضريبة القيمة المضافة للشركات التي يبلغ حجم مبيعاتها أقل من (٤,٨) مليار روبيه إندونيسية لمدة ستة أشهر من أبريل إلى سبتمبر.

الأرجنتين

- تم إعفاء الشركات في مجال السياحة ونقل الركاب والضيافة من دفع الاشتراكات الحكومية لسنة (٢٠٢٠).
- وافقت الحكومة على التأخير في السداد أو تخفيض يصل إلى ٩٠٪ من مساهمات أصحاب العمل في التأمينات الاجتماعية للقوى العاملة لشهر إبريل من نفس العام.
- قامت الحكومة بتمديد آجال استحقاق الديون للشركات الصغيرة والمتوسطة والمساريع الصغيرة ومتناهية الصغر، ولمساعدة هذه الشركات في الحصول على رأس المال العامل قدم البنك المركزي حفافز جديدة للمؤسسات المالية لزيادة القروض للمشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لدفع الرواتب، بمعدل ثابت لا يتجاوز ٢٤٪ من قيمة القرض في السنة.

أستراليا

- وافقت الحكومة على تقديم (٣) ملايين دولار أسترالي لشركات السياحة المحلية في الحاجز المرجاني العظيم ومبلغ إضافي قدره (٢,٦) مليون دولار أسترالي من صندوق الإغاثة والإعاش، ومبلغ مليار دولار أسترالي لترقية البنية التحتية السياحية في الريف، كما أنها تتنازل عن رسوم تصاريح وترخيص الحديقة البحرية حتى ٣٠ يونيو ٢٠٢١.



برامج الدعم المقدمة من قبل الحكومات لقطاع السياحة



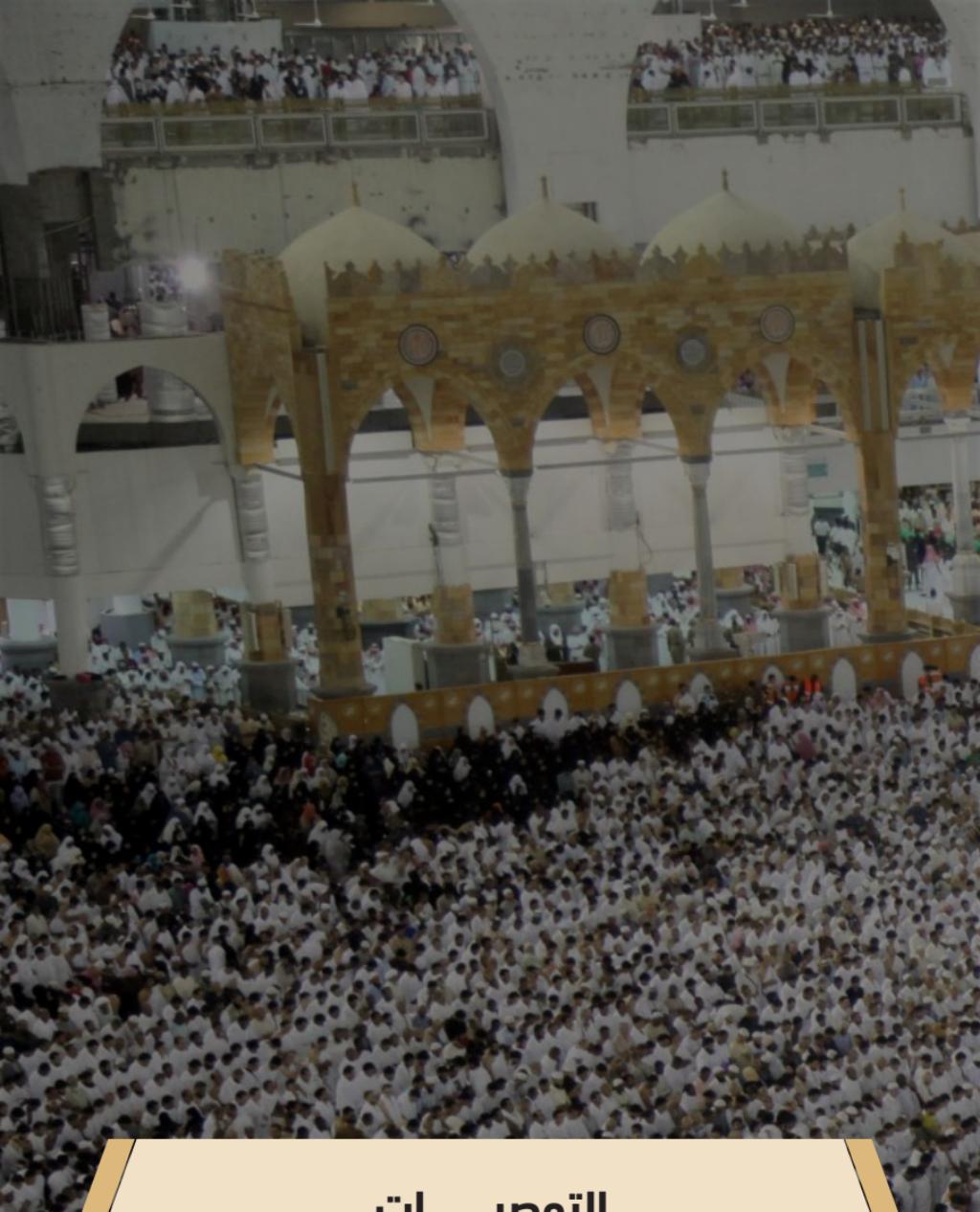
- تستفيد الشركات السياحية التي تعمل في منتزهات الكومنولث الوطنية التي تديرها منتزهات أستراليا (Australia Parks) من حزمة الإغاثة المالية وإعفاء زوار هذه المنتزهات من رسوم الدخول.
- تقدم الحكومة إعانة مؤقتة من رسوم الترخيص والتصاريح للشركات السياحية العاملة في المنتزهات الوطنية.

مصر

- تشمل الإجراءات الحكومية لدعم صناعة السياحة تخفيض معدل الضريبة العقارية لمدة ستة أشهر للفنادق والمؤسسات السياحية، وتأجيل الرسوم المستحقة للفنادق والمؤسسات السياحية لمدة ثلاثة أشهر دون غرامات أو تأخير للإعanات.
- يقدم البنك المركزي المصري للمنشآت السياحية صناديق منخفضة الفائدة لدفع الرواتب، ولحماية فنادق العمال والمؤسسات السياحية ووكالات السفر التي تسّرح العمال تم تعليق تراخيصهم.
- خفضت الحكومة رسوم التأشيرة ٢٠ دولاراً أمريكيّاً إلى ١٥ دولاراً أمريكيّاً لتنشيط السياحة في يونيو، يوليو وأغسطس.

الاتحاد الأوروبي

- كجزء من حزمة التوصيات والمبادئ التوجيهية للمفوضية الأوروبية لقطاع السفر والسياحة، التي أعلنت في ١٣ مايو، ذكرت المفوضية أنها ستقدم المساعدة في الترويج لمناطق الجذب السياحي والسياحة المحلية وأوروبا كوجهة سياحية آمنة، وستعمل مع الدول الأعضاء على الترويج لنظام قسيمة الدعم (patronage voucher system) الذي يمكن العملاء من دعم فنادقهم ومطاعمهم المفضلة عبر الدول الأعضاء المشاركة.



التوصيات





في ضوء ما سبق من عرض لواقع شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية وأثر أزمة كورونا عليها وعلى موسم العمرة، واستناداً إلى ما يُرجى تحقيقه من رفع لأعداد المعتمرين في الموسم القادم، فإننا نقدم مجموعة من التوصيات التي نأمل من خلالها فتح آفاق جديدة للشركات والوكالات تسهم في استقطاب أعداد أكبر من المعتمرين، وتعزيز قيمتها المضافة في سلسلة العمرة، وتعمّحور هذه التوصيات حول ما يلي:

١. فيما يتعلق بشركات العمرة السعودية:

- تشجيع شركات العمرة على الاندماج مع بعضها البعض وضم الدخل السوقي وتعاضد السيولة النقدية بما يعود بالفائدة على الجميع.
- تشجيع شركات العمرة السعودية القائمة (خاصة الصغيرة منها) على إيجاد أدوار جديدة لها في سوق العمرة وعدم الاكتفاء بدور تسهيل التأشيرات، من خلال تعزيز دورها في تقديم الخدمات الأرضية والبرامج السياحية لما بعد العمرة، وذلك بهدف رفع قيمتها المضافة وإيجاد مصادر إيراد أخرى عدا عمّا تتقاضاه من رسوم رمزية مقابل تسهيل التأشيرات. وأن تنتقل بدورها إلى شركات إدارة وجهات.
- زيادة حجم الدور الذي تلعبه شركات العمرة السعودية لتشمل خدمات عمرة الداخل ودول مجلس التعاون الخليجي.

٢. فيما يتعلق بوكالات العمرة الخارجية:

- رفع مستوى التواصل مع وكالات العمرة الخارجية المؤثرة وذلك بدورها البارز في جلب الملايين من المعتمرين، ومساعدة them بأفكار الحلول التي تسهم في تعميق أدوارهم في جذب المزيد من المعتمرين ودفعهم نحو تمديد فترات إقامة الزائرين وتحفيزهم نحو المزيد من الإنفاق داخل المملكة.
- توجيه وكالات العمرة على رفع كفاءة التسويق لخدماتها في مناطقها بشكل أكثر فعالية، فالعديد من الوكالات لا تمتلك القدرة على التسويق لنفسها أو تجهل الأساليب الحديثة في التسويق والتي تناسب محیطها.
- زيادة عدد الوكالات الخارجية العاملة وتنوع دولها وذلك من خلال برامج تحفيزية.
- تحفيز وكالات العمرة الدولية لاستقطاب مزيج متنوع من المعتمرين يساعد في نمو السوق بشكل صحي من مختلف أنواع الزوار من الخمسة نجوم وحتى المستوى الاقتصادي.

٣. فيما يتعلق بالجهات الحكومية في السعودية:

- مراجعة هيكلة السوق والسلسلة التي تمر بها إجراءات قدموم المعتمرين ومحاولة إزالة ما بها من عراقيل وعواقب تؤدي إلى زيادة الأعباء على المعتمرين ورفع تكاليف القدوم عليهم دون خدمة مقابلة.
- إعادة توجيه الإنفاق من البرنامج الرئيسي إلى الإنفاق أكثر على التجربة الإثرائية وخدمات القيمة المضافة من خلال تخفيض تكلفة القدوم بهدف زيادة أعداد القدوم ومن ثم تقديم خدمات





إثباتية تزيد من الإنفاق على القيمة المضافة وليس البرنامج الرئيسي فقط.

- تعزيز دور شركات ووكالات العمرة السعودية في التسويق للحج والعمرة وسياسة التسوق على مستوى (B2B) الموجهة لوكالات العمرة الخارجية، وهذا يتطلب من توحيد الرسالة التسويقية الموجهة لجميع عناصر سلسلة رحلة العمرة.
- استحداث جهة مسؤولة عن متابعة أداء شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الدولية وإيجاد تصنيف لها بناء على أدائها.

ملحق (١):

فهرس الرسوم التوضيحية



- رسم توضيحي ١: التغير في أعداد الدخول والتأشيرات عبر المواسم ١٤٣٦ - ١٤٤١ هـ
- رسم توضيحي ٢: الدول الأعلى نسبة دخول حول العالم للمواسم ١٤٣٦ - ١٤٤١ هـ
- رسم توضيحي ٣: أعداد الدخول بحسب الأشهر للمواسم الثلاث الأخيرة ١٤٣٨ - ١٤٤٠ هـ
- رسم توضيحي ٤: أعداد الدخول بحسب الأشهر للمواسم الأربع الأخيرة
- رسم توضيحي ٥: أعداد الدخول بحسب الأشهر للمواسم الأربع الأخيرة
- رسم توضيحي ٦: سيناريوهات توقع الازدياد في أعداد الدخول لغاية موسم ١٤٣٦ هـ
- رسم توضيحي ٧: عناصر سلسلة رحلة العمرة
- رسم توضيحي ٨: تزايد أعداد الدول التي يأتي منها المعتمرين عبر المواسم
- رسم توضيحي ٩: عدد مؤسسات وشركات العمرة عبر المواسم ١٤٣٧ - ١٤٤٠ هـ
- رسم توضيحي ١٠: متوسط أعداد التأشيرات الصادرة للشركة الواحدة من شركات العمرة عبر المواسم الأربع الأخيرة
- رسم توضيحي ١١: مقارنة أعداد الدخول للدول العشر الكبرى مقارنة بأعداد شركات العمرة المستقطبة لهذه الأعداد
- رسم توضيحي ١٢: توزيع نسب التأشيرات التي تمت عن طريق شركات العمرة السعودية لموسم ١٤٣٩ هـ
- رسم توضيحي ١٣: مقارنة نسب التغير في أعداد الدخول للشركات الـ(٣٠) الأعلى في أعداد الدخول
- رسم توضيحي ١٤: نسب شركات العمرة السعودية والوكالات المتعاملة معها لموسم ١٤٣٩ هـ
- رسم توضيحي ١٥: أعداد وكالات العمرة الفاعلة التي نجحت في استقطاب معتمرين خلال المواسم الماضية
- رسم توضيحي ١٦: الدول الأعلى من حيث أعداد الوكالات في قارات آسيا وأفريقيا
- رسم توضيحي ١٧: مقارنة أعداد الوكالات في الدول العشر الكبرى مع متوسط أعداد القادمين عبر الوكالة الواحدة لموسم ١٤٤٠ هـ
- رسم توضيحي ١٨: نسب وكالات العمرة الخارجية وأعداد الدخول القادمة من خلالها لموسم ١٤٤٠ هـ
- رسم توضيحي ١٩: أعداد الدخول للوكالات الـ (٣٠) الأعلى للمواسم ١٤٣٨، ١٤٣٩، ١٤٤٠ هـ
- رسم توضيحي ٢٠: نسبة الوكالات التي تفك بالاندماج الموسم القادم
- رسم توضيحي ٢١: العوامل التي تؤثر في قرار الوكالات على استمرارها بالعمل الموسم القادم
- رسم توضيحي ٢٢: توضيح لقيم الإلغاءات المالية لحجوزات الطيران للوكالات
- رسم توضيحي ٢٣: توضيح لقيم الإلغاءات المالية لحجوزات الفنادق للوكالات
- رسم توضيحي ٢٤: مقارنة حجم الاستثمار الذي قامت به الوكالات موسم ١٤٤١ هـ وحجم الاستثمار المتوقع لموسم ١٤٤٢ هـ
- رسم توضيحي ٢٥: رأي الوكالات بتأثير استراتيجية التسويق للموسم القادم نتيجة كورونا

ملحق (٢): تحليل الاستبيان



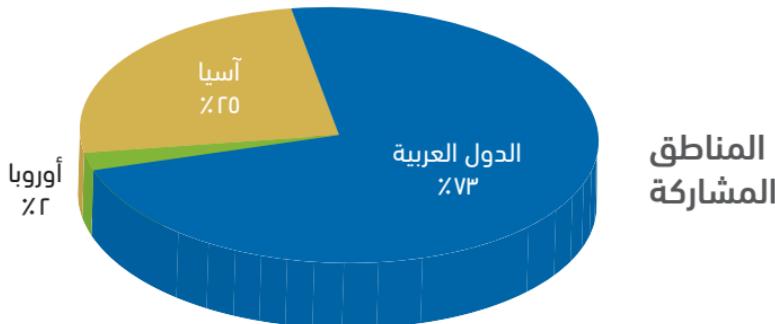
قامت شركة صفا بإجراء دراسة استطلاعية خلال موسم ١٤٤١هـ حول تأثير جائحة كورونا على وكلاء العمرة الخارجيين، شارك فيها (٣٧٢) وكالة من (٢٢) دولة، وقد تضمن الاستبيان دراسة المحاور التالية:

- شكل وحجم أعمال الوكالء
- شكل وحجم الاستثمار الفندقي
- تأثير كورونا على الوكالء
- خطط الوكالء للموسم القادم
- دور المنصات الإلكترونية في عمل الوكالء
- الخدمات التأمينية

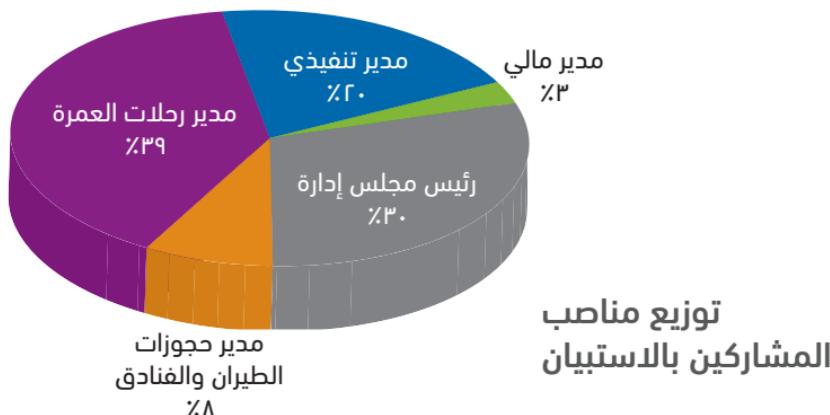
وكانت النتائج لكل محور كما يلي:

أولاً: المشاركون في الاستبيان

تركزت الأعداد الأكبر من المشاركون في الدول العربية بنسبة (٧٣٪) تليها ما تبقى من قارة آسيا بنسبة (٢٠٪)



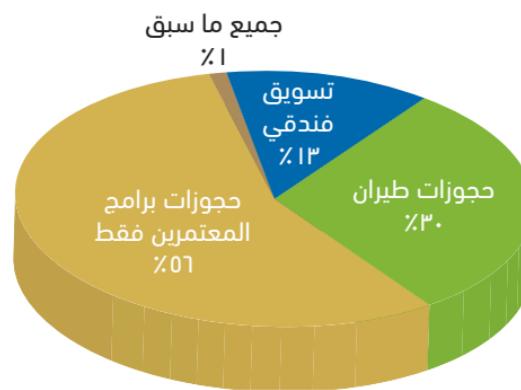
أما فيما يتعلق بمناصب المشاركون فقد كانت النسبة الأكبر من المشاركون هم من مدير رحلات العمرة بنسبة (٣٩٪)، يليهم رؤساء مجلس الإدارة للوكالات بنسبة (٣٠٪)





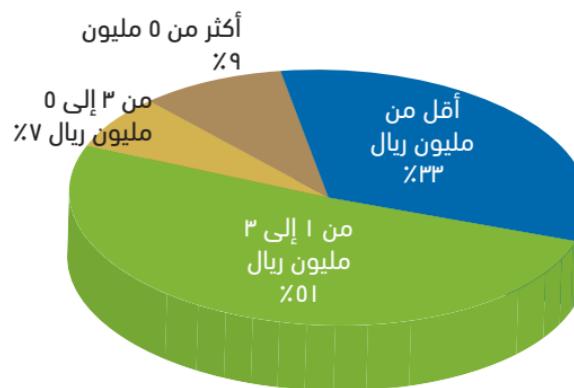
ثانياً: شكل وحجم أعمال الوكالء

يتضح من نتائج الاستبيان أن هناك (٥٦٪) من المشاركون هم ممن يقدمون خدمات حجوزات لبرامج المعتمرين فقط، و(٣٠٪) يقدمون حجوزات طيران، و(١٣٪) يقدمون خدمات تسويق فندقي.



ما نوع استثمارك؟

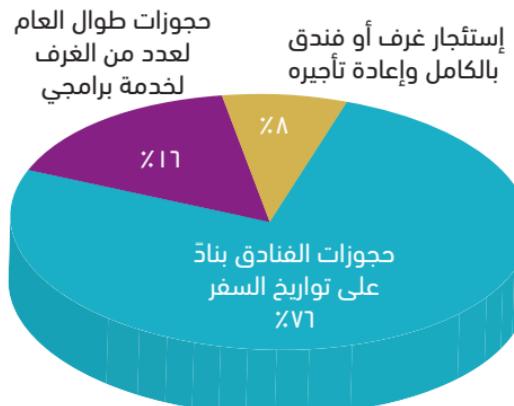
أما عن حجم الاستثمار للمشاركون لموسم ١٤٤١هـ، فقد ظهر بأنَّ أغلب المشاركون وبنسبة (٥١٪) تتراوح استثماراتهم بين مليون إلى ٣ مليون ريال سعودي، فيما يليها وبنسبة (٣٣٪) ممن يبلغ حجم استثمارتهم أقل من مليون ريال سعودي.



ما حجم الاستثمار الذي قمت به بموسم ١٤٤١هـ بالريال؟

ثالثاً: شكل وحجم الاستثمار الفندقي

تشير نتائج الاستبيان إلى أنَّ (٧٦٪) من المشاركون يعتمدون في استثمارهم الفندقي على الحجوزات التي تتم بناءً على تواریخ سفر الرحلة، و(١٦٪) حجوزات طول العام لعدد من الغرف لخدمة برامجها.

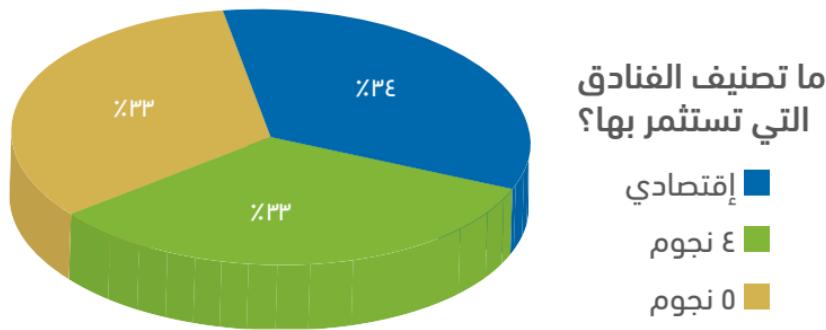


ما نوع استثمارك الفندقي؟

ملحق (٢): تحليل الاستبيان

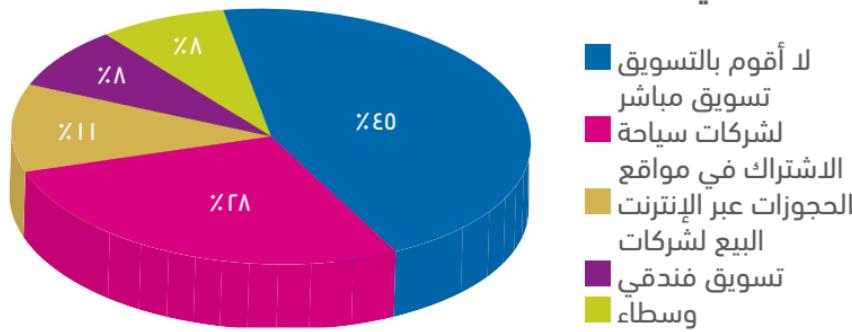


يتم الاستثمار في الفنادق بنسب متنامية من حيث التصنيف بحسب الاستبيان:



وبما يتعلّق بالتسويق للفنادق فيبدو واضحاً بأنّ الغالبية لا تقوم بالتسويق الفندقي بنسبة (٤٠٪)، والنسبة الأعلى ممن يسوقون يلجأون للتسويق المباشر لشركات السياحة بنسبة (٢٨٪).

بما يتعلّق بالتسويق للفنادق، ما هي المصادر التي تعتمد عليها للتسويق؟

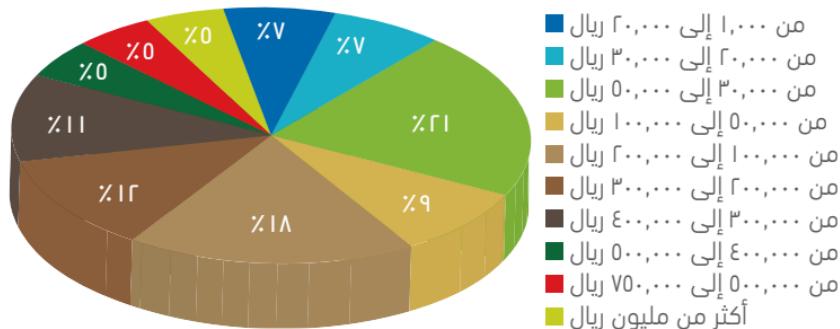


رابعاً: تأثير كورونا على الوكلاء

تعرّضت وكالات العمرة لضرر كبير نتيجة جائحة كورونا وتوقف موسم العمرة، وللحظ هذا التأثير فيما يلي:

- إلغاء حجوزات الطيران

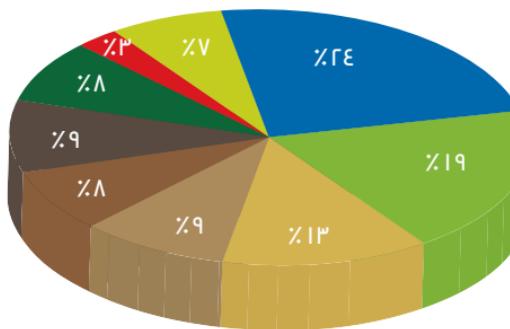
قيمة الإلغاءات المالية لحجوزات الطيران



ملحق (٢): تحليل الاستبيان



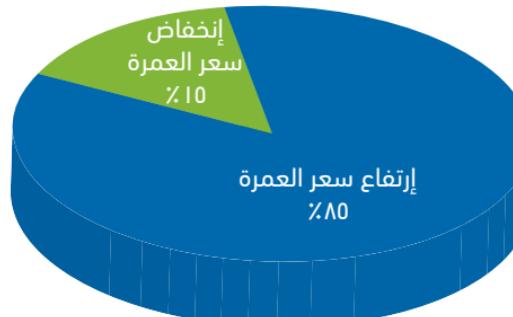
• إلغاء حجوزات الفنادق



- من ١٠٠ إلى ٥٠ ريال
- من ٥٠ إلى ٣٠ ريال
- من ٣٠ إلى ٢٠ ريال
- من ٢٠ إلى ١٠ ريال
- من ١٠ إلى ٥ ريال
- من ٥ إلى ٣ ريال
- من ٣ إلى ١ ريال
- من ١ إلى ٠.٥ ريال
- أكثر من مليون ريال

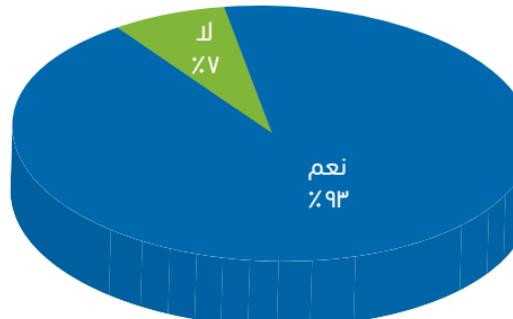
خامساً: توقعات وخطط الوكالء للموسم القادم

تتوقع الغالبية العظمى من وكالات العمرة ارتفاع أسعار العمرة الموسم القادم



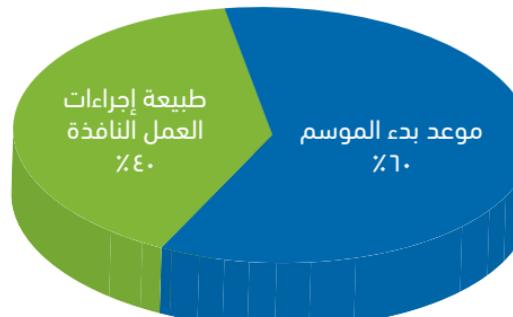
هل تتوقع ارتفاع أو انخفاض في أسعار العمرة؟

وتتوقع هذه الوكالات أن تتأثر الاستراتيجية التسويقية الخاصة بهم للموسم القادم



هل ستتأثر استراتيجية التسويق لديك لموسم ١٤٤٢هـ عن ما قبله؟

كما أن هذه الوكالات تنتظر القرارات الجديدة بخصوص موعد الموسم القادم والآلية التي سيتم العمل بها لتحديد قرار استمرارها في العمل للموسم القادم:

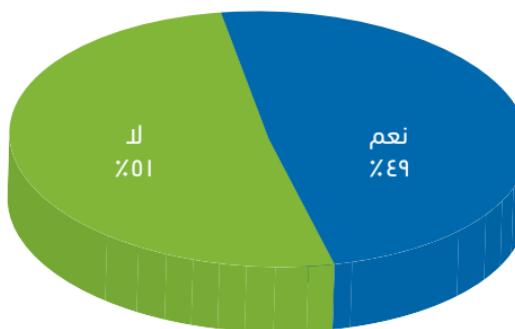


ما العوامل التي تؤثر على قرار استمرارك في العمل لموسم ١٤٤٢هـ؟

ملحق (٢): تحليل الاستبيان



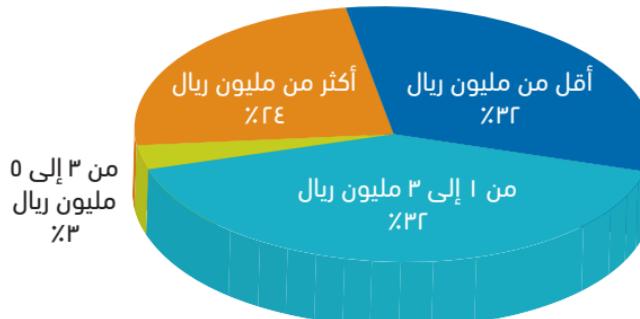
والعديد من الوكالات تفكير بالاندماج للاستمرار بالعمل



هل تتطلع إلى الاندماج أو تشكيل تحالفات مع وكالات أخرى لتحسين اقتصاديات العمل؟

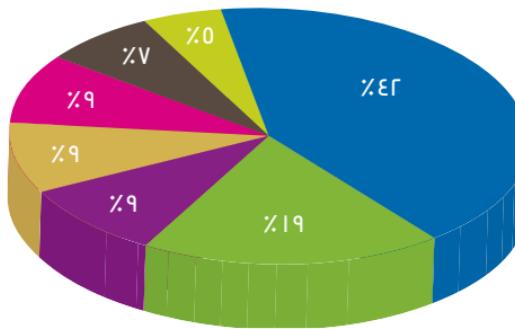
وفي حال اتخاذ القرار بالاستمرار في العمل فإن حجم الاستثمار سيكون كما يلي:

ما حجم الاستثمار المتوقع بعد انتهاء أزمة كورونا بما يتعلق بعملك لموسم ١٤٤٢هـ؟



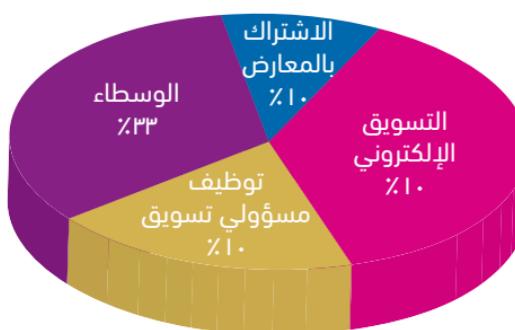
أما عن نوع الاستثمار فسيكون كما يلي:

ما نوع الاستثمار؟



- تسويق برامج عمرة كاملة الخدمات
- تسويق فندقي، تسويق عمرة كاملة الخدمات
- حجوزات طيران، تسويق برامج عمرة كاملة الخدمات
- حجوزات طيران، تسويق فندقي
- حجوزات طيران
- تسويق فندقي
- جميع ما سبق

وسيكون الاعتماد في التسويق وفقاً للنسب التالية:



ما هو المصدر الرئيسي الذي يستعتمد عليه للتسويق؟



إبراهيم بن محمد التركي

رئيس مجلس الإدارة - شريك
المملكة العربية السعودية



حسام العسلي

الرئيس التنفيذي - شريك
جمهورية مصر العربية



محمد شنب

الرئيس التنفيذي
شركة دعم القرار لنظم المعلومات



عصام الزبيدي

المدير التنفيذي لمنطقة آسيا
إندونيسيا



محمد معوض عبدالعزيز

مدير العمليات
جمهورية مصر العربية



سلطان بن محمد التركي

مدير عمليات منطقة مكة المكرمة
المملكة العربية السعودية





Safa

Technology for Leaders in Umrah



تكنولوجيًا لرواد الحج والعمرة

تأسست شركة صفا عام ٢٠٠٨ لتكون شركة تقنية متخصصة في إدارة الوجهات وتركز في الأساس على حلول الحج والعمرة التي تحسن تجربة الحاج والمعتمر وتسهل التكامل بين الأنظمة الإلكترونية في دول المصدر للحجاج والمعتمرين والأنظمة التقنية في المملكة العربية السعودية في جميع القطاعات ذات العلاقة.

كانت الشركة تعمل على تصميم بعض البرامج التقنية لعملائها في القطاع من فنادق وشركات سياحة وشركات ووكالات العمرة بالإضافة للجهات الحكومية في عدة دول ثم انتقلت بعد ذلك إلى عملية الربط بين الأنظمة الإلكترونية المختلفة في عدة دول من خلال (صفا فيزا) وإدارة العمليات لوكالات وشركات العمرة من خلال (صفا بيزنس) ثم انتقلت إلى مرحلة جديدة وهي (منصة صفا أون لاين) والتي تقوم بتسهيل الحجوزات الإلكترونية بين العرض والطلب من قطاع الأعمال والذي يتمثل في الربط بين وكالات العمرة والفنادق وشركات الطيران كما تساعد وكالات العمرة في تسهيل حجوزات الأفراد.

ومن خلال البيانات الضخمة التي تكونت خلال الثنائي عشرة سنة الماضية في هذا السوق تعمل صفا حالياً مع شركائها لرفع مستوى الإيرادات المالية والمساعدة في رفع مستوى الطلب ونسبة الإشغال كما تعمل معهم على تحسين إدارة الدخل بالتناسب مع الموسم.

صفا في أرقام:

- استخراج أكثر من ١٢ مليون تأشيرة عمرة خلال السنوات الماضية.
- إدارة الحجوزات لأكثر من ٥٠٠٠ وكيل عمرة في ٣١ دولة حول العالم.
- مكاتب رئيسية في المملكة العربية السعودية ومصر والسودان وإندونيسيا ومالزيا وباكستان والهند.
- تعمل صفا مع ٦ فنادق في مكة والمدينة.
- تعمل صفا مع ٢٥ شركة تسويق فندقي.
- تملك الشركة ٣٨٨,٠٠٠ نقطة سعر لحجوزات الفنادق في مختلف مناطق مكة والمدينة.
- أدارات الشركة أكثر من ١٨ مليون عملية حجز للحج والعمرة.



Safa

Technology for Leaders in Umrah



تكنولوجيًا لرواد الحج والعمراء

كما تقوم صفا بتسهيل وصول مزودي الخدمات للسوق العالمية من ضيوف الحرمين الشريفين والعمل معهم على تسهيل الإجراءات والتكييف مع الأنظمة المتعددة في جميع الدول.

صمم فريق صفا بالشراكة مع وكالات العمرة والسياحة نظام نقاط الولاء الدولي للعائلة والذي يسمح باستمرار تدفق نفس أفراد العائلة على خدمات شركائنا المميزين. وعلى الرغم من التحديات المحيطة بعملية الدفع والعمليات، فقد صممت الشركة أنظمة دفع إلكترونية تسهل الربط مع أنظمة الدفع في المملكة وإتمام الحجوزات بيسر وسهولة.

تقوم الشركة من خلال علاقاتها مع قطاع الضيافة والطيران وشركات التسويق العاملة في هذا القطاع بتقديم أفضل العروض لشركائها من وكلاء العمرة حول العالم مع مرونة عالية في شروط الدفع والإلغاء ومراقبة جودة الخدمة المقدمة حسب المتفق عليه. كما تعمل حالياً على خدمة التأمين على هذه الحجوزات مع الجهات المرخصة في هذا القطاع.

نسبة تغطية خدمات الشركة في بعض الدول

