

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

شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية  
الطريق نحو التعافي من تداعيات جائحة كوفيد ١٩



إعداد:

Safa  صفا

Technology for leaders in Umrah

تكنولوجيا لرواد الحج والعمرة



## تقديم

٢

٣

• أهمية سوق العمرة

٤

• أدوار شركات ووكالات السفر عالمياً

0

## 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

• تموضع 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

٣٣

## 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 بمكة المكرمة لتصل طاقته الاستيعابية إلى مليون و٨٥٠ ألف مصلى، كما يُتوقع أن تصل الطاقة الاستيعابية إلى ٢,٥ مليون مصلى في العام ٢٠٢١ بعد إنجاز العمل المتبقي من توسعة الحرم، كما عملت الحكومة على تطوير الخدمات في الحرمين المكي والمدني، وبناء على هذه التسهيلات فقد حقق قطاع الحج والعمرة نمواً متصاعداً خلال السنوات الماضية، إذ يساهم قطاع الحج والعمرة بما مقداره (٧٠) مليار ريال من الناتج المحلي السعودي وهو ما يعادل (٢,٦٥٪) من إجمالي الناتج المحلي و(١١,٦٣٪) من إجمالي الناتج المحلي غير النفطي لعام ٢٠١٩، ومن المتوقع أن يصل إلى (٣٠٠) 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 انتقالاتاً إلى حجز الفنادق وتذاكر الطيران واستكمال بقية المتطلبات الحكومية السعودية لتأمين وصول المعتمرين بطريقة رسمية وحصولهم على الخدمات اللازمة على أكمل وجه.

والمتتبع لرحلة العمرة يجد بأن هناك عنصران أساسيان فيها هما شركات ووكالات العمرة، واللذان يقع على عاتقهما الدور الأكبر في تسهيل رحلة المعتمرين والتأكد 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 متكاتفة من الحكومة والقطاع الخاص للتغلب عليها، وفي هذا التقرير نسلط الضوء على طفتين 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 للارتقاء بجهودها وتعزيز أدوارها في تطوير قطاع العمرة، إذ سيتم تناول المحاور التالية:

- **سوق العمرة بين الواقع والتحديات والفرص:** إذ سيتم تناول تحليل لأعداد المعتمرين الخارجيين القادمين للمملكة عبر المواسم الماضية واتسامها بالموسمية، وتسليط الضوء على الدول الأعلى من حيث أعداد القدوم، بالإضافة إلى توضيح أثر جائحة كورونا على نمو الطلب مستقبلاً.

- **شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص:** إذ سيتم توضيح تموضع شركات ووكالات العمرة في سلسلة رحلة العمرة، وتسليط 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:** سنقدّم 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 جهوداتها وخدماتها لتقديم الأفضل والمنافسة في هذا المجال، إذ لا بد من الاهتمام ومساعدة العملاء في تحديد وجهاتهم التي ينوون 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 سالمًا، 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 تلجأ 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 مواقع لحجز التذاكر والإقامة إلى شركات متخصصة في إدارة الوجهات تساهم في تحسين وإثراء تجربة الضيف من البداية وحتى العودة لمنزله.



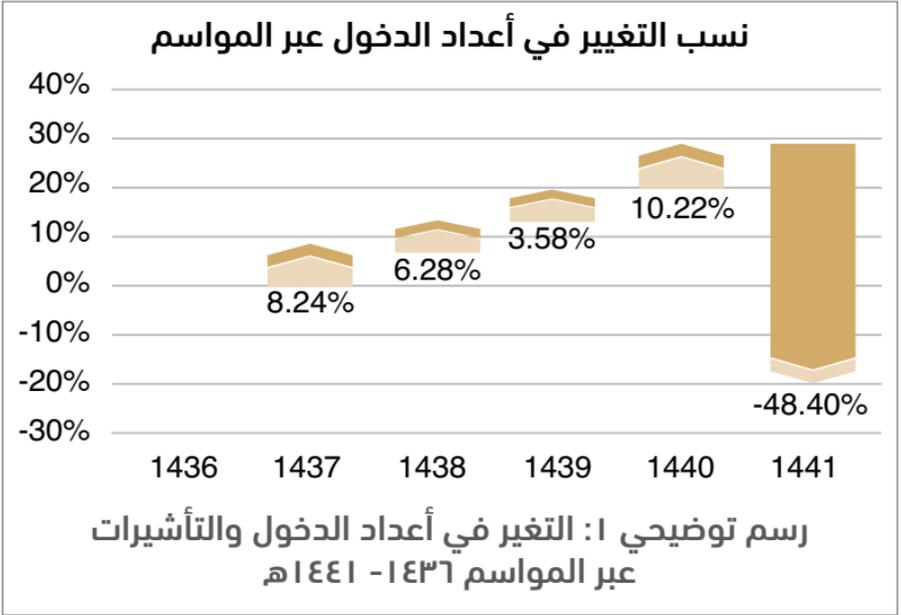
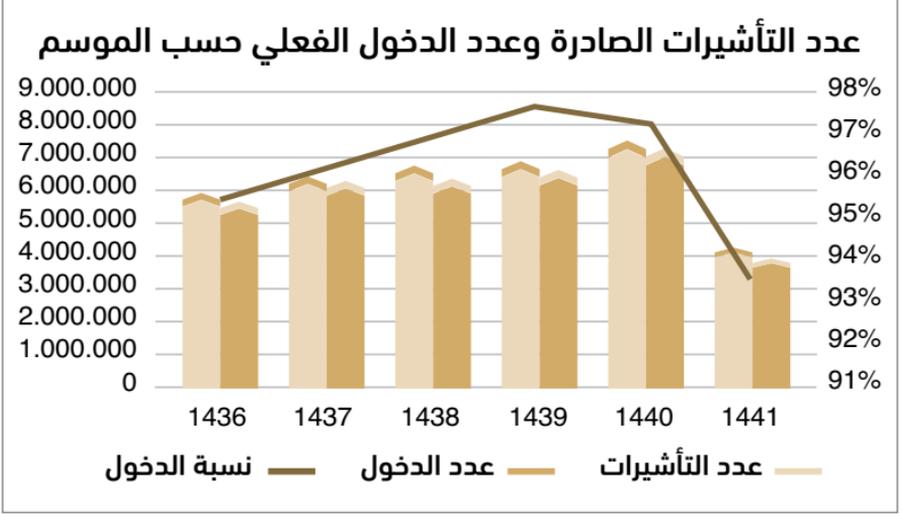
سوق العمرة:  
بين الواقع والتحديات والفرص

بسلام  
آمنين  
20  
41

# سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص



## أعداد المعتمرين



نجحت المملكة في تحقيق نسبة نمو سنوية متوسطها (٧,٠٨%) خلال السنوات الخمسة الماضية (١٤٣٦ - ١٤٤٠ هـ) متفوقة على متوسط النمو العالمي في قطاع السفر والذي يتراوح بين (٤%-٠%). ويظهر الرسم التالي ارتفاع أعداد معتمري الخارج خلال الأعوام (١٤٣٦ هـ - 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).

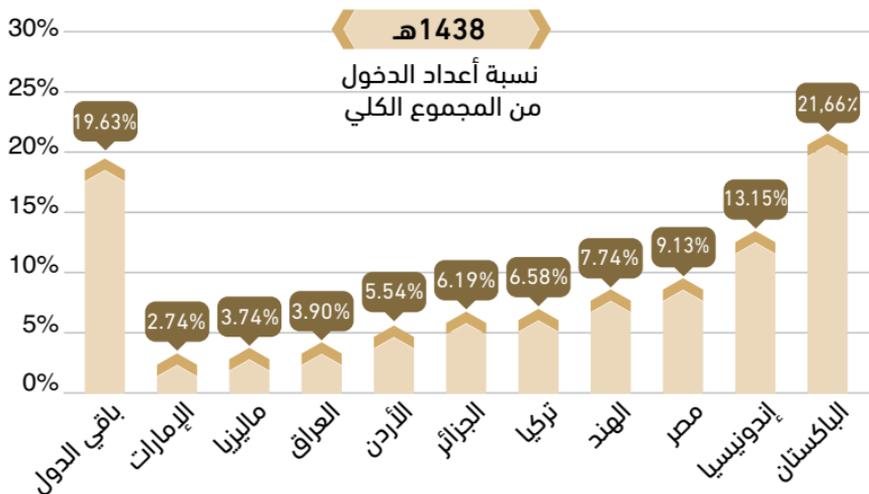
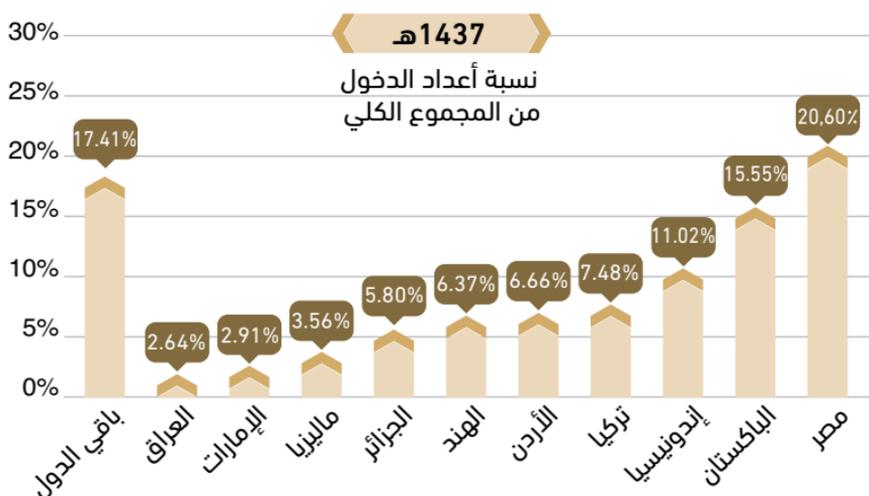
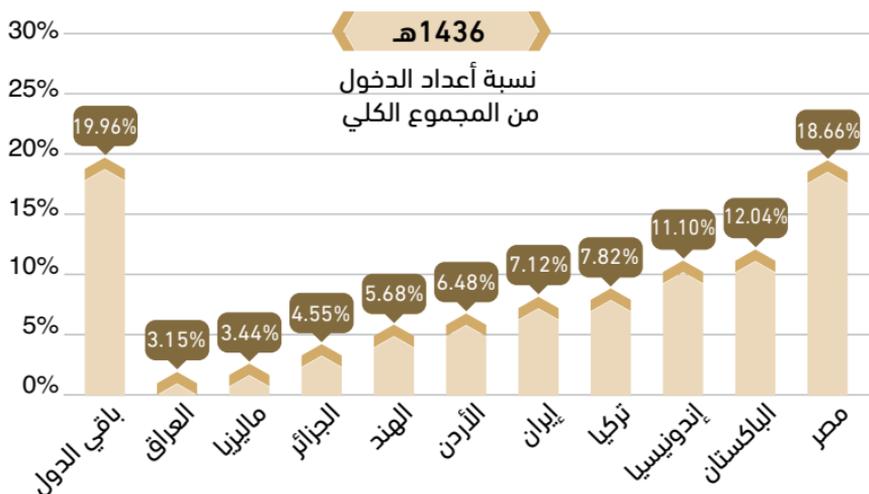
# سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص



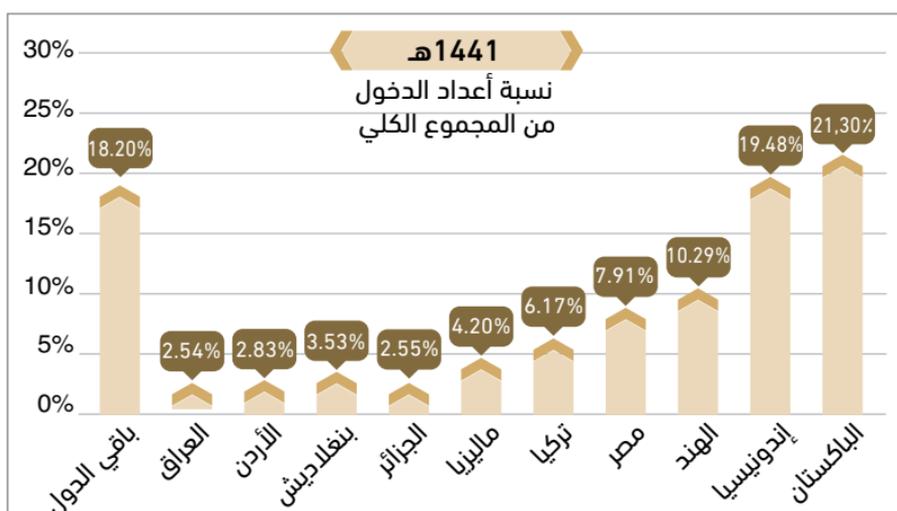
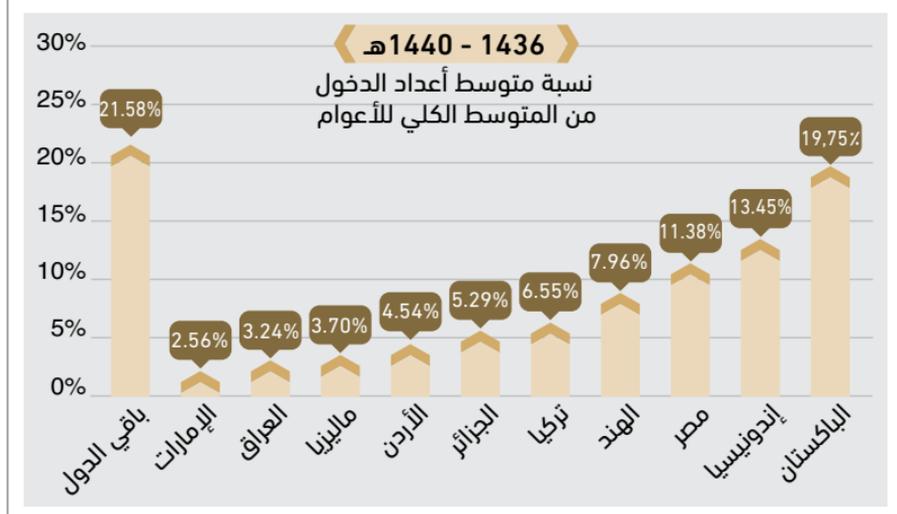
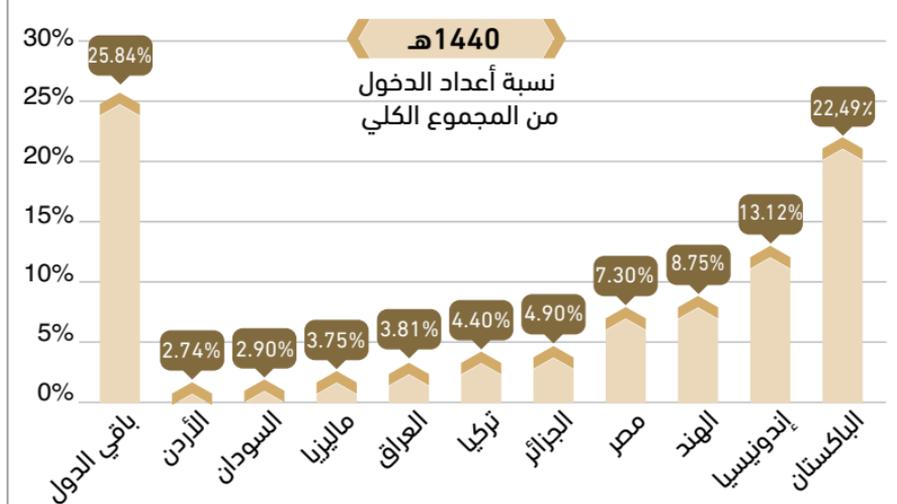
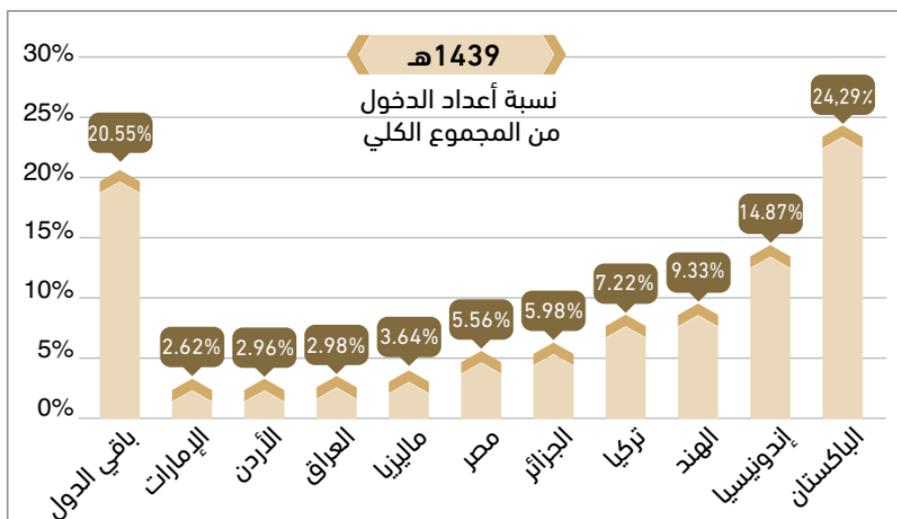
## الدول الأعلى من حيث القدوم

تصدر باكستان قائمة الدول الأعلى من حيث أعداد المعتمرين منذ موسم ١٤٣٨هـ، تليها إندونيسيا فالهند فمصر فتركيا، وهي تشكل معاً لموسم ١٤٤٠ نسبة (٧٤,١٦٪) من أعداد المعتمرين الكلي.

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



# سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص

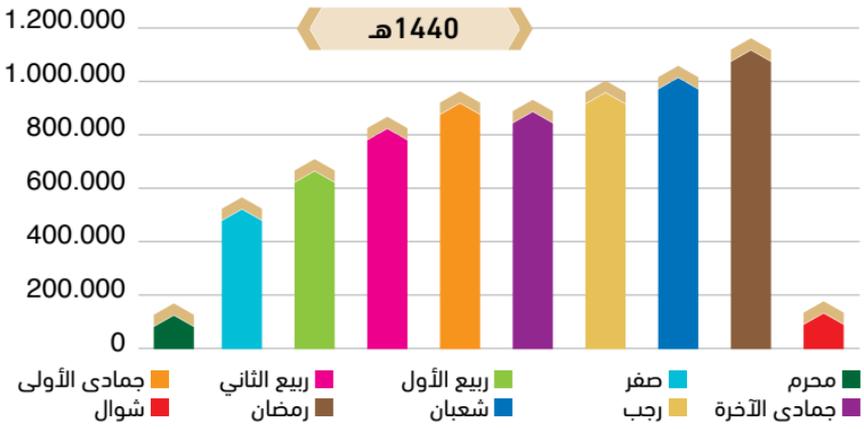
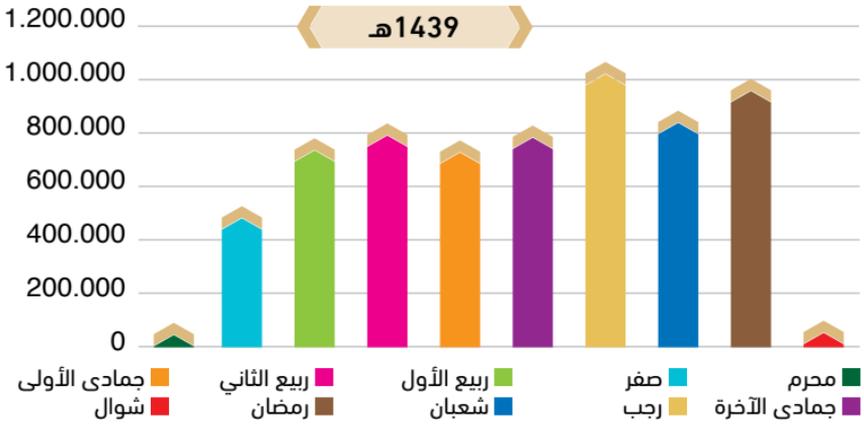
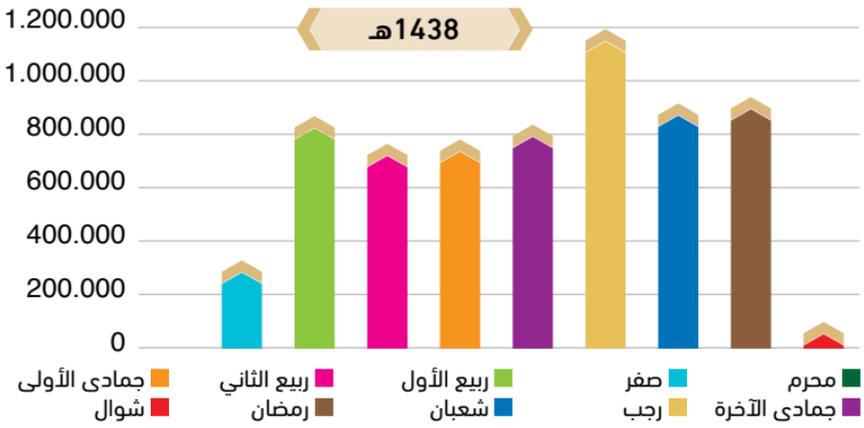


# سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص



## موسمية القدوم

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



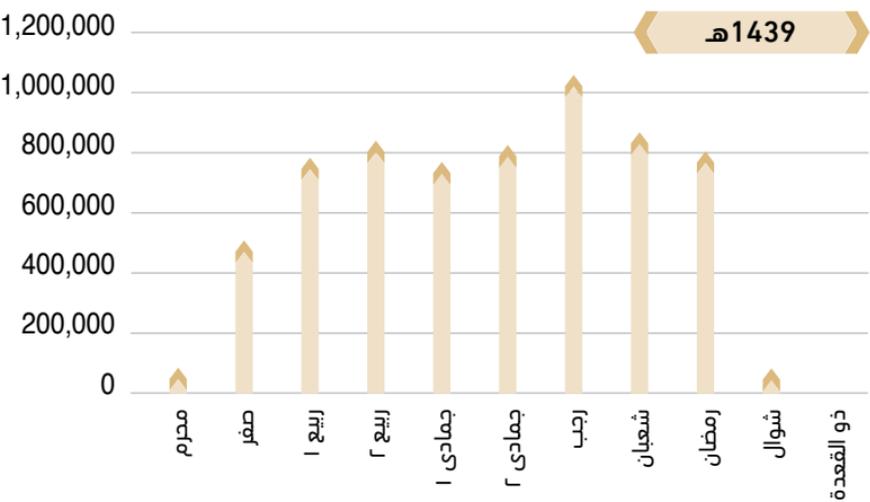
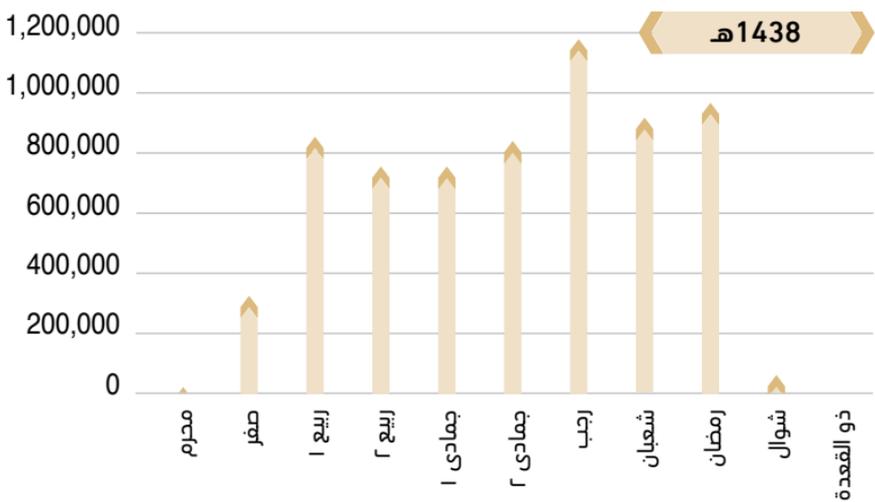
يتسم الطلب على العمرة بالموسمية عبر الأشهر، إذ تزداد أعداد المعتمرين بشكل ملحوظ في أشهر رجب وشعبان ورمضان، ولكن هذا النمو يتغير صعوداً وهبوطاً وفقاً للسياسات الحكومية من المملكة أو دول المصدر تجاه السوق من سنة إلى أخرى، بينما تكون الأعداد ضئيلة في أشهر شوال وذو القعدة ومحرم، وقد تكون هذه الأشهر فرصة 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.



## أثر جائحة كورونا على نمو الطلب مستقبلاً

تفاجأ العالم بالانتشار السريع لفايروس كوفيد-١٩ المستجد والذي سرعان ما تفشى 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.

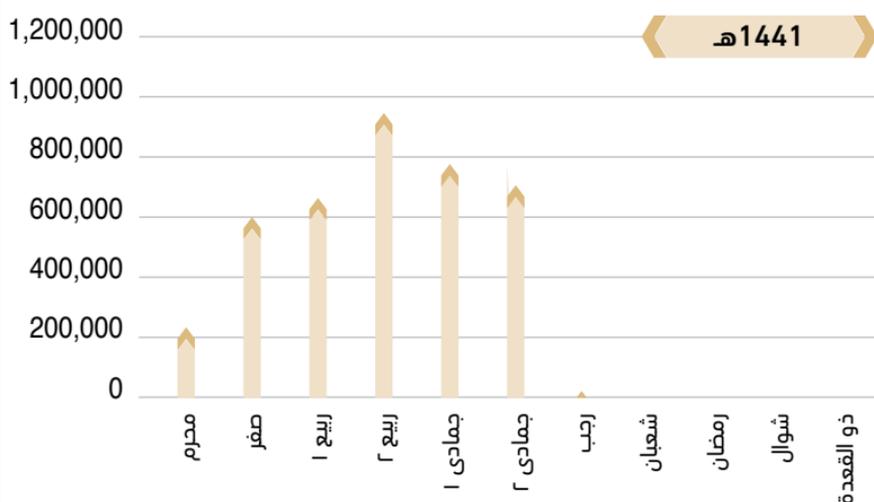
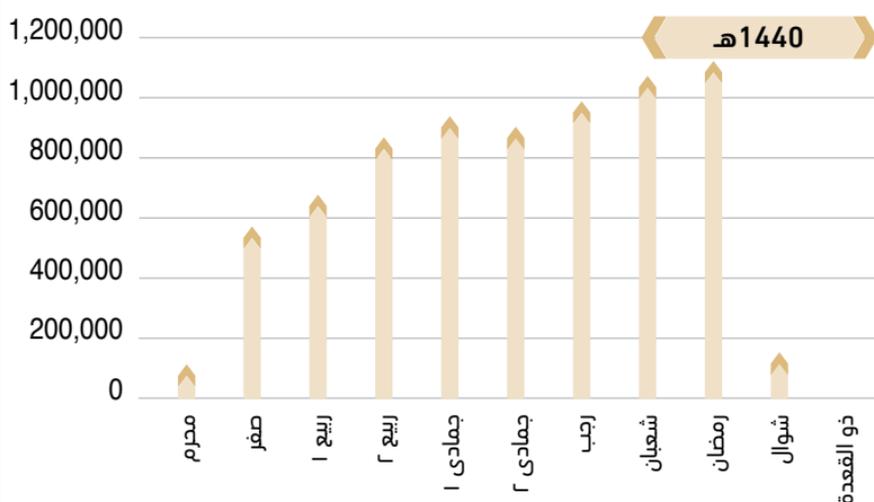
رسم توضيحي ٤: أعداد الدخول بحسب الأشهر  
للمواسم الأربعة الأخيرة



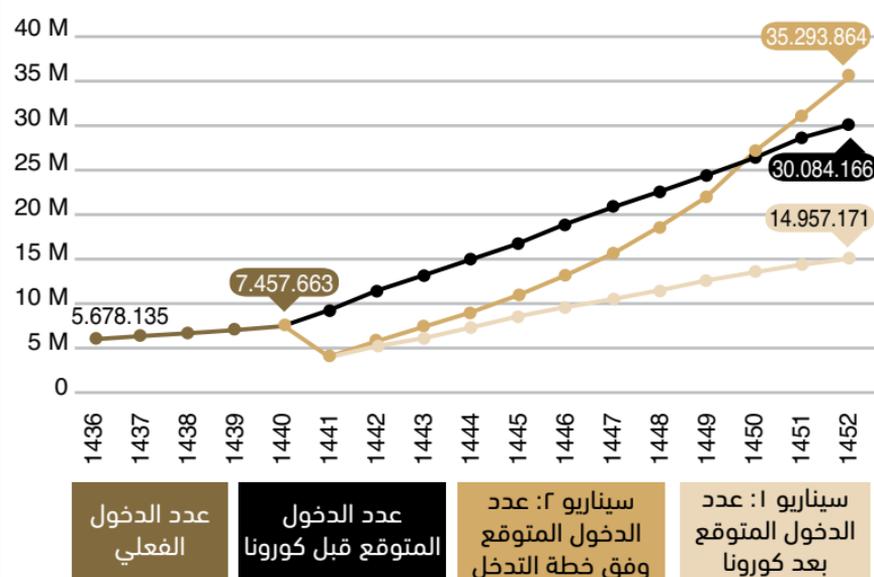
# سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص



رسم توضيحي ٥: أعداد الدخول بحسب الأشهر  
للمواسم الأربعة الأخيرة



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



## سوق العمرة: بين الواقع والتحديات والفرص



ويتضح جلياً أن المملكة كانت متجهة لتحقيق مستهدفاتها لموسم ١٤٤١هـ إذ كانت أعداد المعتمرين في تزايد، ولكن جاءت جائحة كورونا وما ترتب عليها من القرارات العالمية وأدى إلى انخفاض الأعداد منذ شهر جمادى الأولى (والذي 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 بالأعداد التي ترغب 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 متسارع 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 مسارين أمام المملكة:

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

**المسار الثاني:** توجه المملكة لخطة تدخل تقوم من خلالها باتخاذ إجراءات عديدة من شأنها تسهيل الإجراءات وتنويع 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 متسارعاً 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، وتكاتف الجهود الحكومية والخاصة من خلال تقديم التسهيلات الحكومية للشركات والوكالات، وتخصيص 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  
العمرة 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 الازدياد في أعداد المعتمرين حتماً سيقابله 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 تكوّن رحلة العمرة.

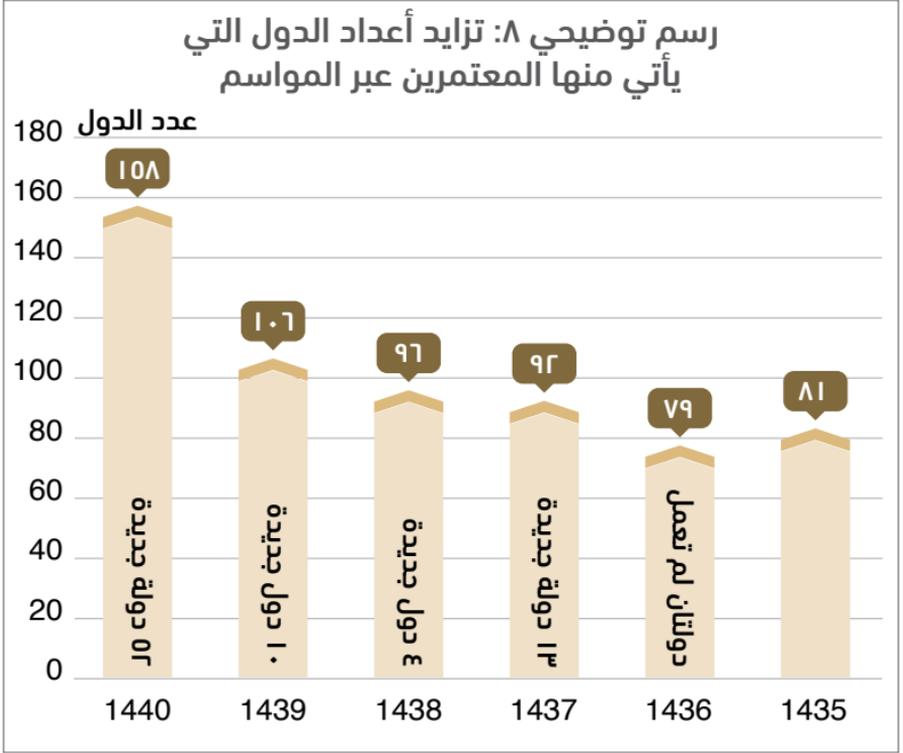
وتعتبر شركات ووكالات العمرة ذات أهمية كبيرة جداً -إن لم تكن الأهم- في سلسلة رحلة العمرة، إذ ترتبط شركات ووكالات العمرة بالعمل مباشرة مع المعتمرين من جهة ومع الأطراف الحكومية من جهة أخرى، إذ تمتد أدوارهم منذ بداية إعداد البرامج التسويقية لاستقطابهم، مروراً بتأمين تأشيرة العمرة من الجهات الحكومية السعودية، 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 ثلاث فئات (أ، ب، ج) كما سيتم توضيحه لاحقاً.

### جدول ١: تصنيف شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية حسب أعمالها (لغايات الدراسة فقط)

عدد الدخول في العام من خلال وكالات العمرة الخارجية	عدد التأشيرات المصدرة في العام من قبل شركات العمرة السعودية	فئة التصنيف (لغايات الدراسة فقط)
١٠,٠٠٠ معتمر فما فوق	٩٥,٠٠٠ تأشيرة فما فوق	الفئة أ
١,٠٠٠ إلى ٩,٩٩٩ معتمر	٩٤,٩٩٩ إلى ١٠,٠٠٠ تأشيرة	الفئة ب
أقل من ١,٠٠٠ معتمر	أقل من ١٠,٠٠٠ تأشيرة	الفئة ج

## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



إن تسهيل إجراءات ترخيص وكالات العمرة الخارجية، بتخفيف متطلبات الضمان البنكي بدلاً من إيداعه في البنوك تم استبداله بضمان ورقي موقع حسب الأصول، أدى إلى فتح أسواق جديدة وتوافد المعتمرين من بلدان جديدة حيث انضمت (١٠) دول جديدة إلى قائمة الدول التي يتوافد منها المعتمرون، وازدادت هذه القائمة لتصل إلى (١٥٨) دولة في موسم ١٤٤٠هـ. 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 سنوياً وفتح أسواق أخرى جديدة.

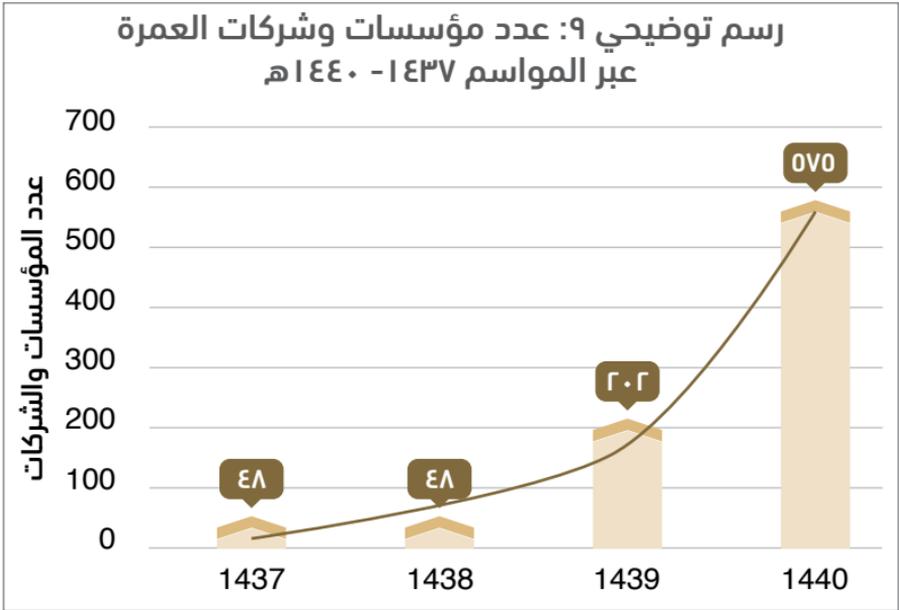
# شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



## 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 يقابله نسبة نمو مماثلة في وكالات العمرة الخارجية أو أعداد المعتمرين



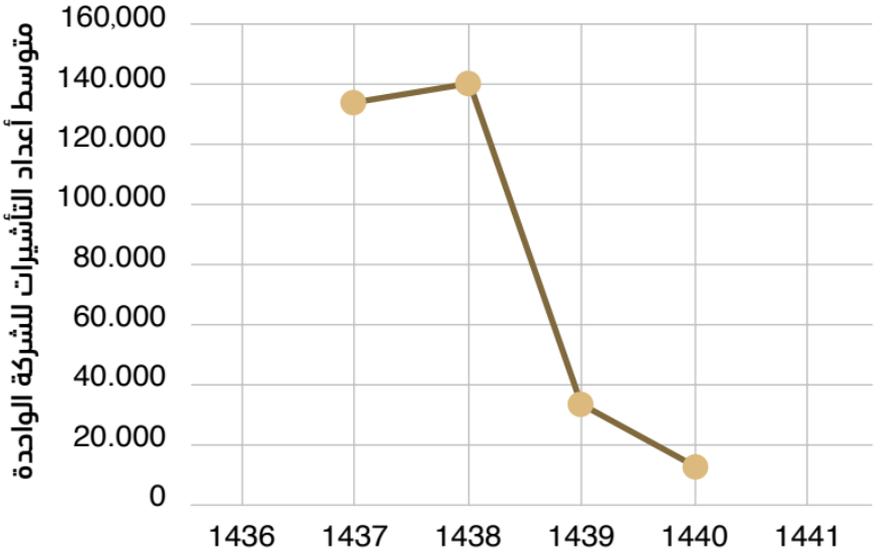
سمحت قوانين وأنظمة وزارة الحج بتزايد أعداد مؤسسات وشركات العمرة السعودية بنسب كبيرة ومتسارعة حيث ازداد عددها من (٤٨) شركة في موسم ١٤٣٨ هـ إلى (٢٠٢) شركة في موسم ١٤٣٩ هـ، بنسبة زيادة (٣٢٠٪)، كما تابعت ازديادها المطرد في موسم ١٤٤٠ هـ لتصبح أعداد الشركات (٥٧٠) شركة بنسبة زيادة تساوي (١٨٤,٧٪) عن الموسم الذي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

لكن هذا التزايد لم يكن مترافقاً مع نمو مماثل في وكالات العمرة الخارجية الجديدة أو في نمو أعداد المعتمرين كما أن هذه الأعداد لم يكن لها منظومة جديدة من خدمات القيمة 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 معتادة على الشركات السابقة وثقت 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

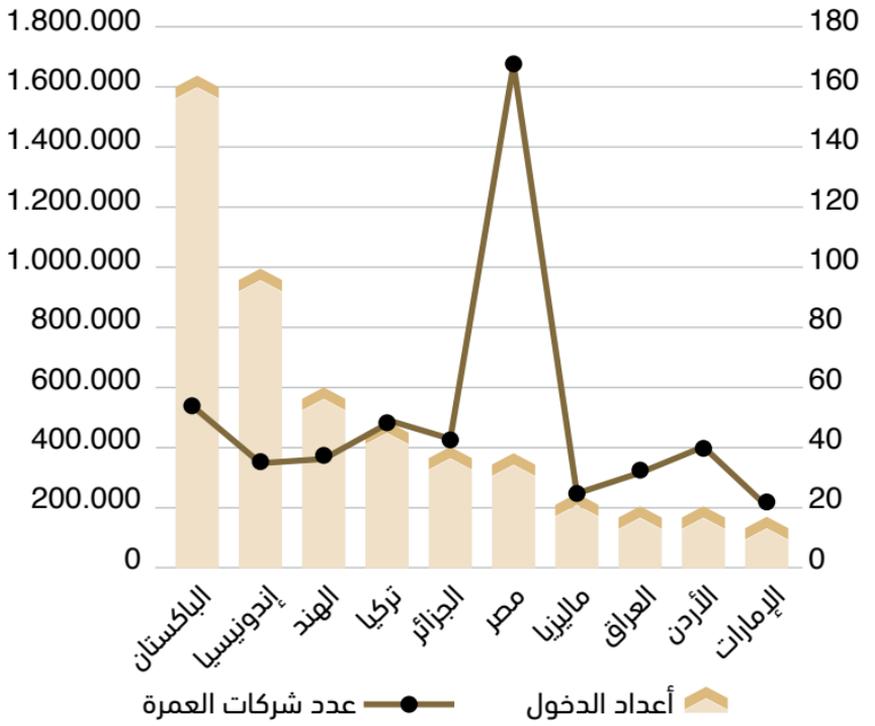


رسم توضيحي ١٠: متوسط أعداد التأشير الصادر للشركة  
الواحدة من شركات العمرة عبر المواسم الأربعة الأخيرة



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

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

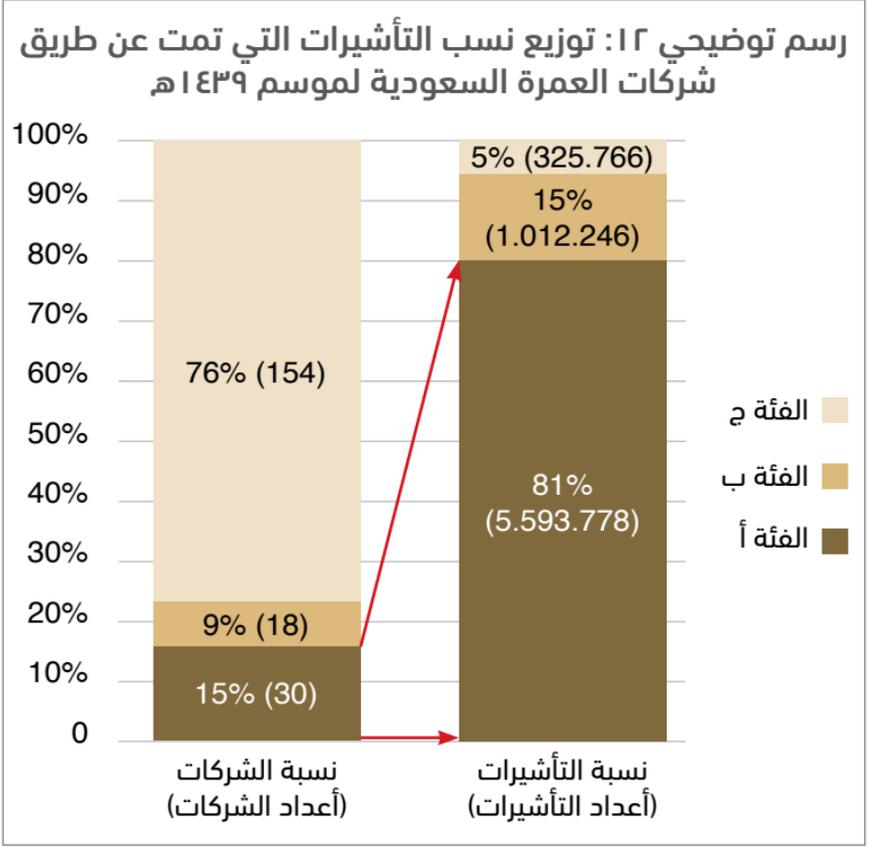


وإذا قمنا بمقارنة أعداد الشركات بأعداد الدخول فإننا لا نجد  
تناسباً بين أعداد الدخول وأعداد الشركات المستقطبة لهم، وهذا  
يدل على عدم اعتماد زيادة الأعداد في الدخول على زيادة أعداد  
الشركات.

## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



### ٢. محدودية القيمة المضافة لشركات العمرة في ظل هيكل السوق القائمة



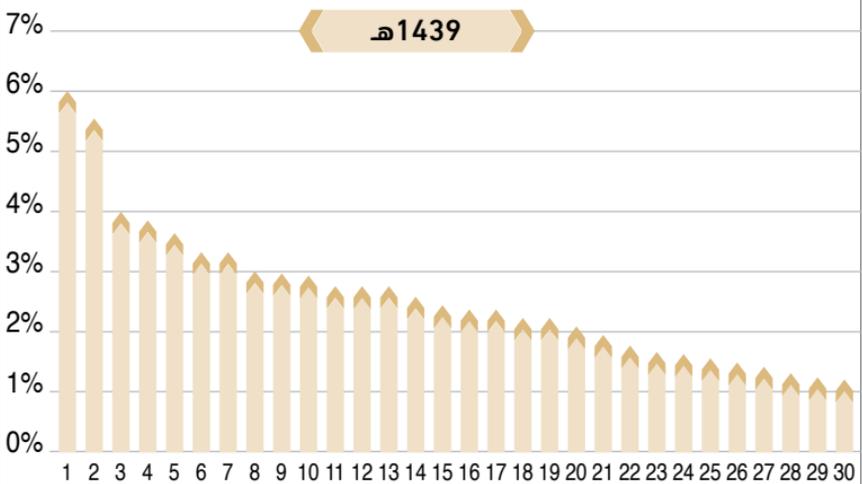
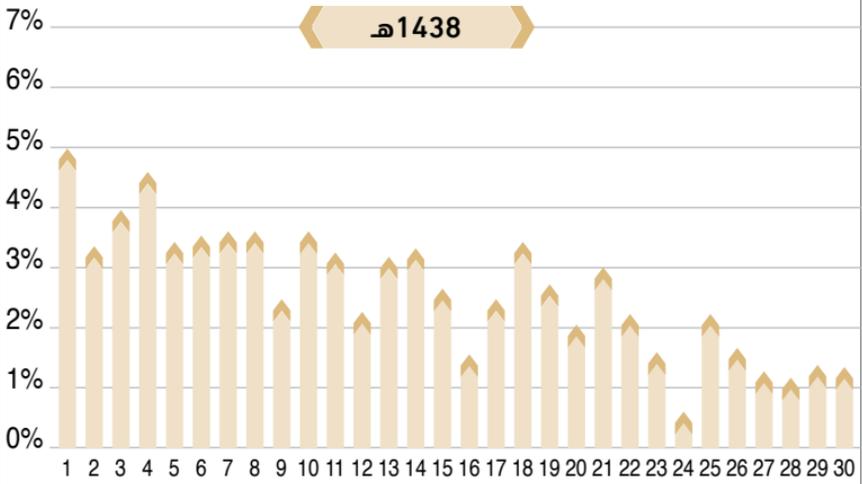
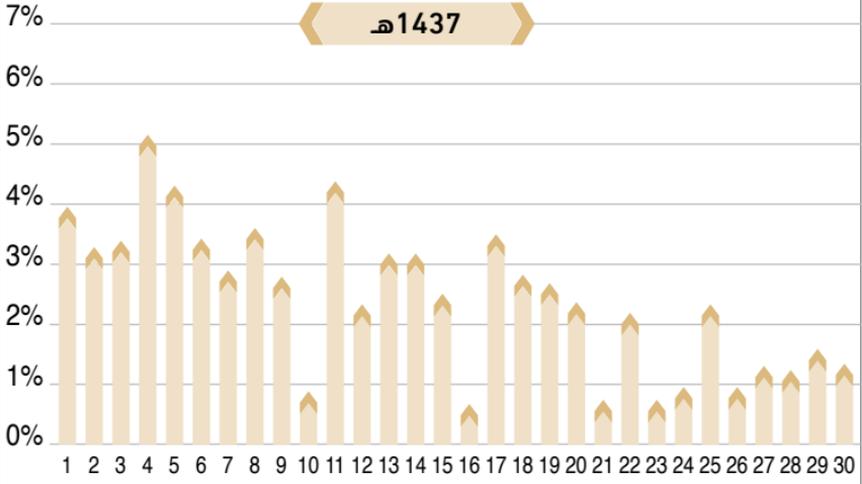
يتم تسهيل ٨١% من خدمات المعتمرين من قبل ١٥% فقط من شركات العمرة السعودية الفاعلة وهي شركات الفئة (أ) ذات متوسط عدد المعتمرين المرتفع، أما الفئة (ج) فهي توضح عدد الشركات ذات متوسط عدد المعتمرين المنخفض ونسبة هذه الشركات تمثل (٧٦%) من عدد شركات العمرة السعودية الإجمالي وهي تسهل فقط (٥%) من أعداد المعتمرين 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 للضربة 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 الحصص السوقية إذ ارتفعت الحصة السوقية لبعض الشركات وانخفضت لبعضها الآخر خلال موسم ١٤٣٩ هـ، 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<sup>١</sup> هو كما يلي:

جدول ٣: توزيع أعداد موظفي  
شركات العمرة بحسب الجنس

النسبة	العدد	البند
٪٨٦,٩٥	١٢,٦٦٤	عدد الموظفين الذكور
٪١٣,٠٥	١,٩٠١	عدد الموظفات الإناث
٪١٠٠,٠٠	١٤,٥٦٥	مجموع الموظفين

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 (٢٠) موظفاً، وبناء على ذلك فإن متوسط تكلفة الرواتب على المكاتب هي كما يلي:

جدول ٤: حساب متوسط تكلفة الرواتب  
على مكاتب العمرة السعودية

القيمة (١٤٤٠هـ)	البند
٧,٥٨٤ ريال	متوسط الأجر الشهري للموظف <sup>٢</sup>
٢٥	متوسط عدد الموظفين لكل شركة
١٨٩,٦٠٠ ريال	متوسط قيمة الرواتب الشهرية لكل شركة
٢,٢٧٥,٢٠٠ ريال	متوسط قيمة الرواتب السنوية المتوقعة لكل شركة (على فرض الالتزام بالسياسات)

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 توظيف الأعداد المطلوبة صورياً وتدفع لهم مبلغاً زهيداً مقابل استخدام اسمه في سجلات الشركة لدى التأمينات الاجتماعية، وتوظف شخصاً أو شخصين من المقيمين للقيام بالمهام كاملة.

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

## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص

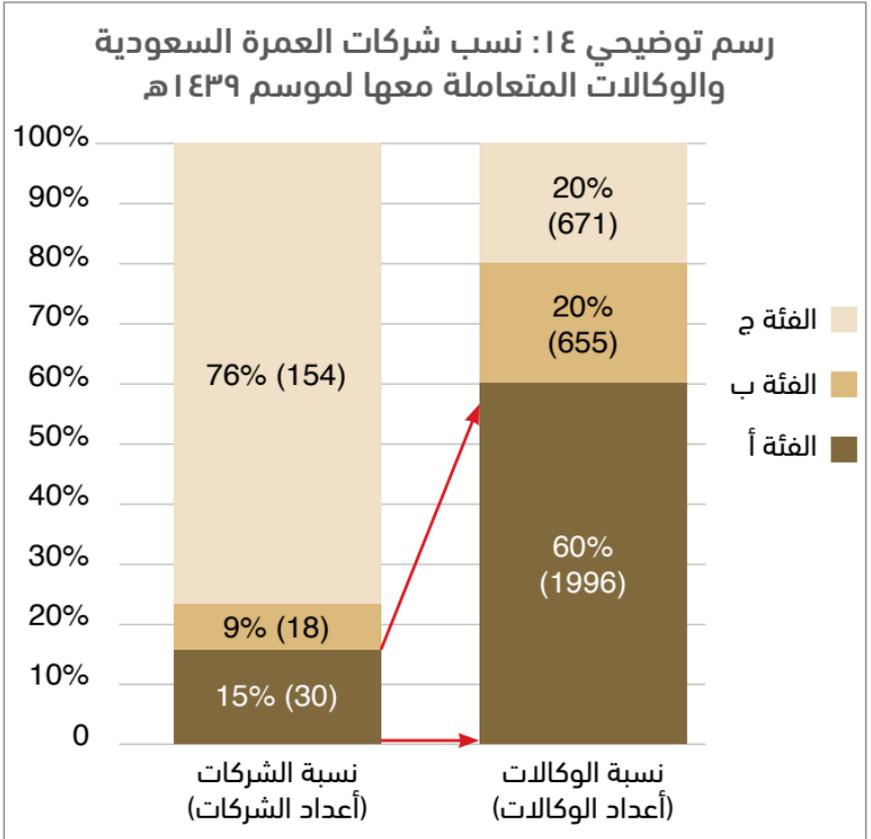


### ٣. المصاريف التشغيلية المرتفعة على شركات العمرة وانخفاض نموذج الإيرادات

هناك العديد من المصاريف التشغيلية المرتفعة على شركات العمرة السعودية ( قبل كورونا )، حيث إن النظام منذ عام ٢٠١٨ إلزامهم بفتح مكاتب في مكة والمدينة وتوظيف ٢٠ سعوديا لكل شركة كحد أدنى، ما يضغط على الشركات ويزيد من أعبائها المالية مع حسابات غير دقيقة لحجم الإيراد المتوقع من قبل بعض الشركات مقارنة بالتكاليف المالية

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

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



تلجأ ٦٠٪ من الوكالات الخارجية للتعامل مع شركات العمرة السعودية من الفئة (أ) والتي تمثل (١٠٪) 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) لعدة مقومات منها:

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

ثانياً: الفئة (أ) شركات كبيرة تمتلك سيولة نقدية 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 غاية 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

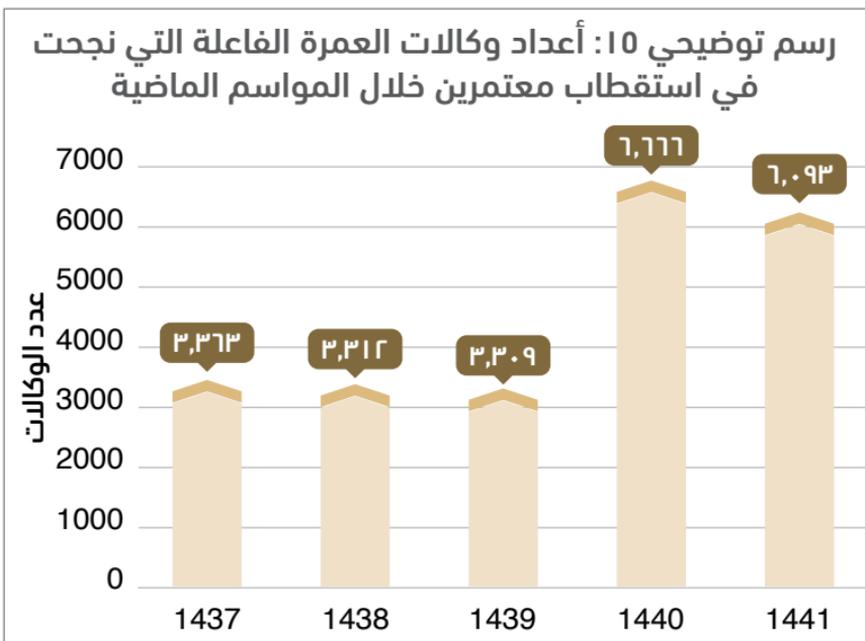
وفقاً لوزارة الحج والعمرة فقد تم رصد (٣٢,٤٢٩) مخالفة خلال موسم ١٤٤٠هـ أثناء تقديم الخدمة للمعتمرين، وقد توزعت هذه المخالفات على الأنواع التالية:

جدول ٥: المخالفات المرتكبة خلال موسم ١٤٤٠هـ

نوع المخالفة	نسبة المخالفات
زيارة مكاتب العمرة	٢٪
مخالفات الاستقبال	٥٦٪
مخالفات الإسكان ومتابعة المعتمرين	٨٪
مخالفات المغادرة	٣١٪
مخالفة إرشاد المعتمرين	٤٪

إن هذه المخالفات ستؤدي بالتأكيد إلى التأثير على تجربة المعتمرين والتقليل من جودتها، إذ أن المخالفات السابقة أثرت على ٦٠١,٨٩٢ معتمراً خلال موسم ١٤٤٠هـ.

### ٦. تذبذب أداء الوكالات بين الدول المختلفة



## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص

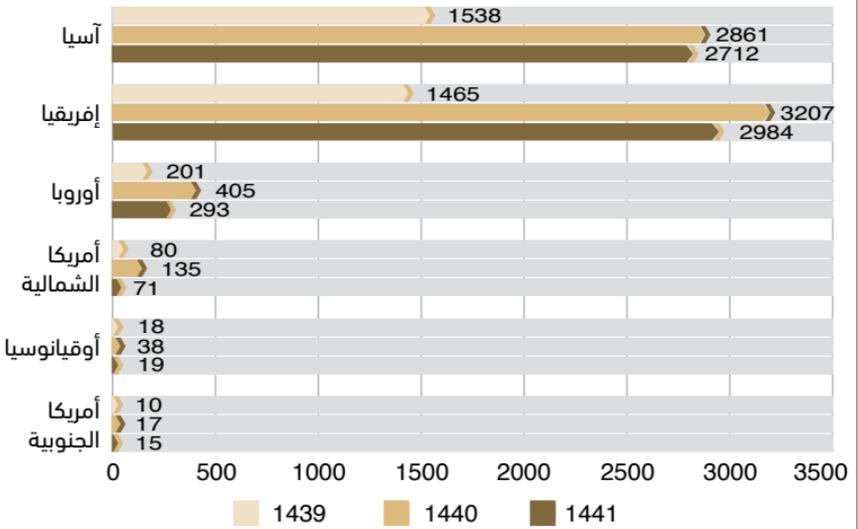


تزايدت أعداد وكالات العمرة العاملة بشكل مباشر بنسبة ١٠٠٪ خلال موسم ١٤٤٠ و ١٤٤١هـ، وذلك يعود للإجراءات التي اتخذت آنذاك لتسهيل ترخيص وكالات العمرة الخارجية من خلال الاستغناء عن شرط إيداع الضمان البنكي في الحسابات البنكية مباشرة وإطلاق الضمان الكتابي الموقع بدلاً عنه، وبالتالي فقد تحولت الكثير من الوكالات 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 مؤشراً على زيادة عدد وكالات العمرة الدولية وذلك أن الزيادة الحاصلة هي لوكالات كانت تعمل بشكل غير مباشر كما أن هناك زيادة جوهريّة من جمهورية مصر العربية بعد تغير مجموعة من السياسات في السوق المصري.

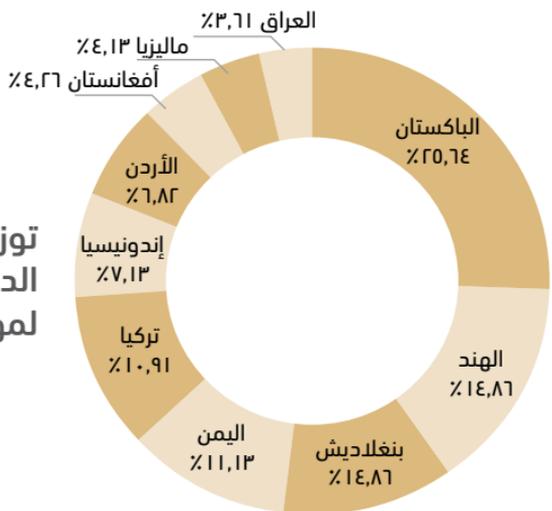
وتظهر الأشكال التالية توزيع الوكالات حسب القارات وتوزيعها حسب الدول في قارتي آسيا وأفريقيا

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

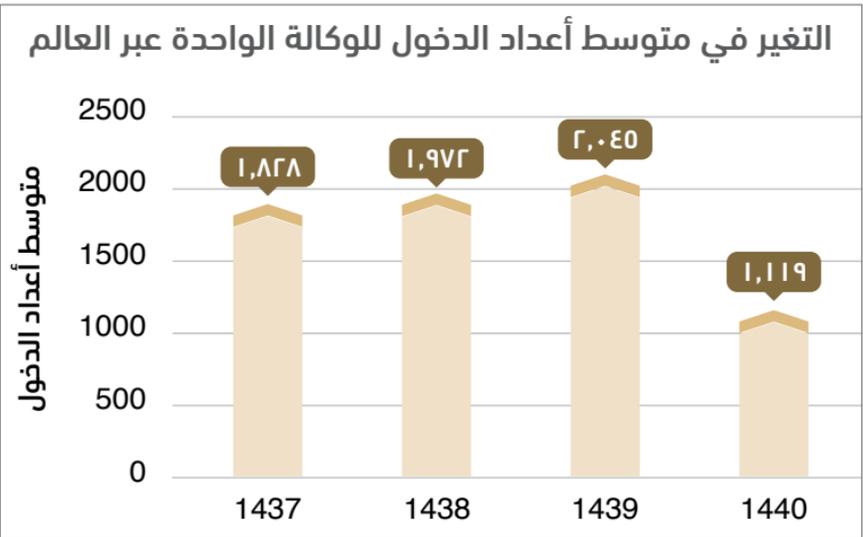
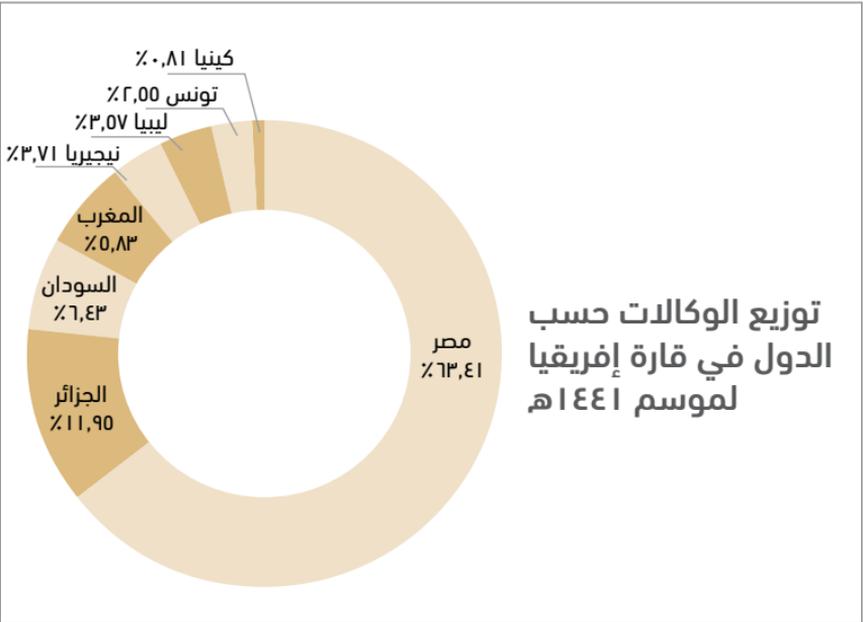
#### توزيع الوكالات حسب القارات



#### توزيع الوكالات حسب الدول في قارة آسيا لموسم ١٤٤١هـ



## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص

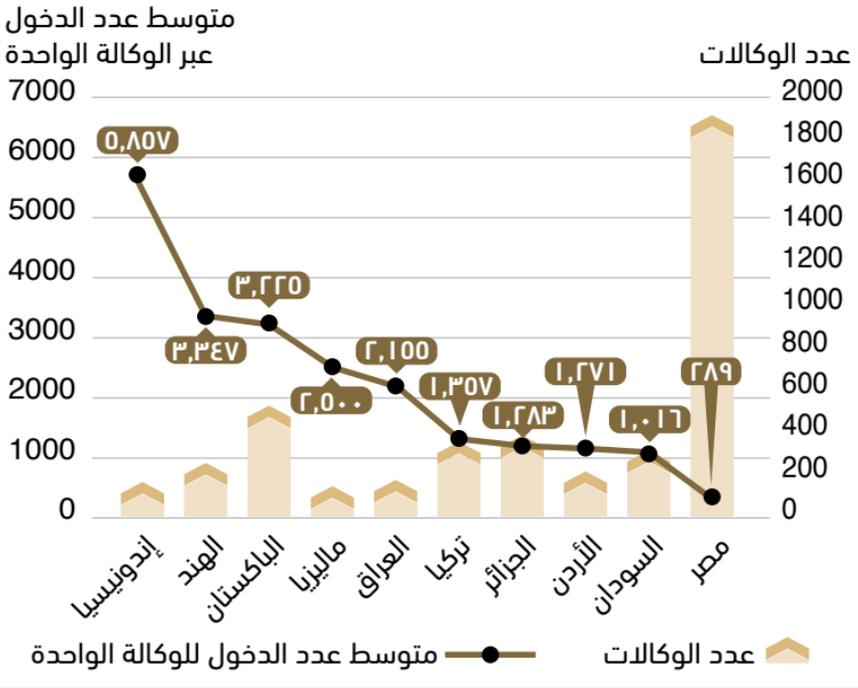


تقوم وكالات العمرة بدور كبير في استقطاب أعداد متزايدة سنوياً من بلدانها لأداء العمرة في المملكة، إذ ازداد أعداد المعتمرين بنسبة (٢١,٣%) بن موسمي ١٤٣٧هـ و ١٤٤٠هـ، إلا أن الزيادة في أعداد الوكالات والتي بلغت لنفس الفترة ما نسبته (٩٨%) ساهمت في انخفاض متوسط أعداد الدخول عبر الوكالة الواحدة بنسبة (٣٨,٨%)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

## 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 ١٤٤٠هـ

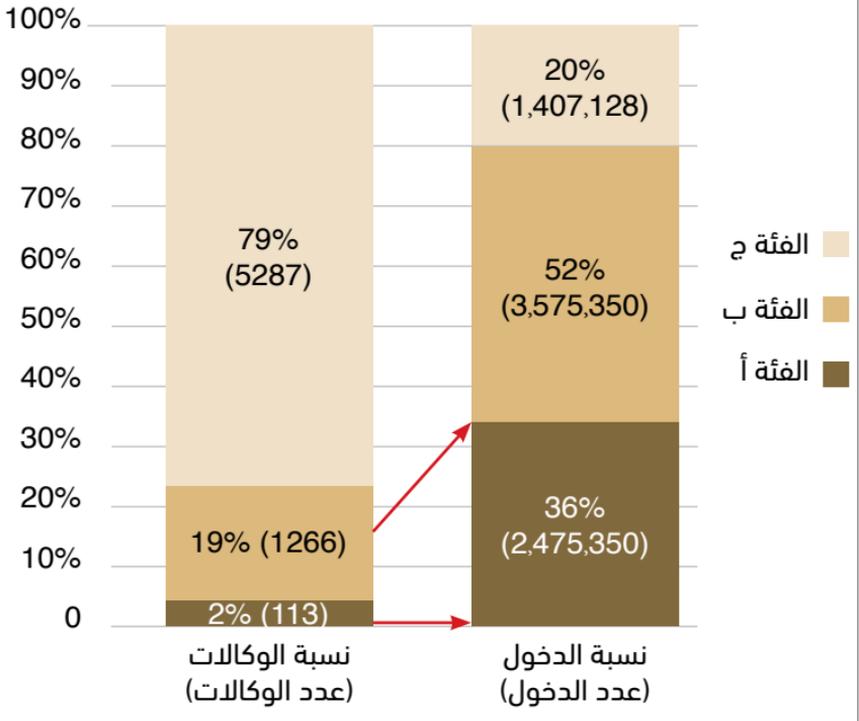


يتضح من الشكل السابق لموسم ١٤٤٠هـ بأن ازدياد أعداد الوكالات يقلل من الحصة السوقية للوكالة الواحدة على مستوى الدولة، إذ يظهر بأن الوكالة الواحدة في أندونيسيا - ذات عدد الوكالات القليل نسبياً - تجلب ما متوسطه (٥,٨٥٧) معتمراً في السنة، بينما في مصر - ذات عدد الوكالات الكبير - تجلب الوكالة الواحدة فيها ما 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



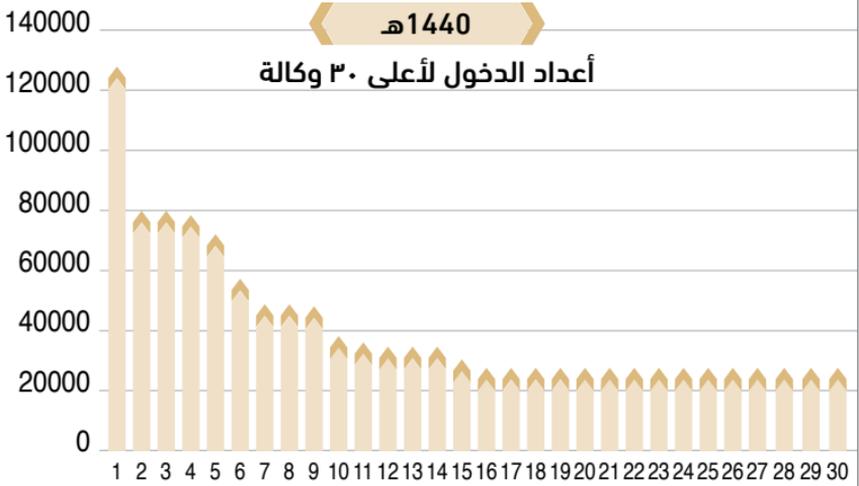
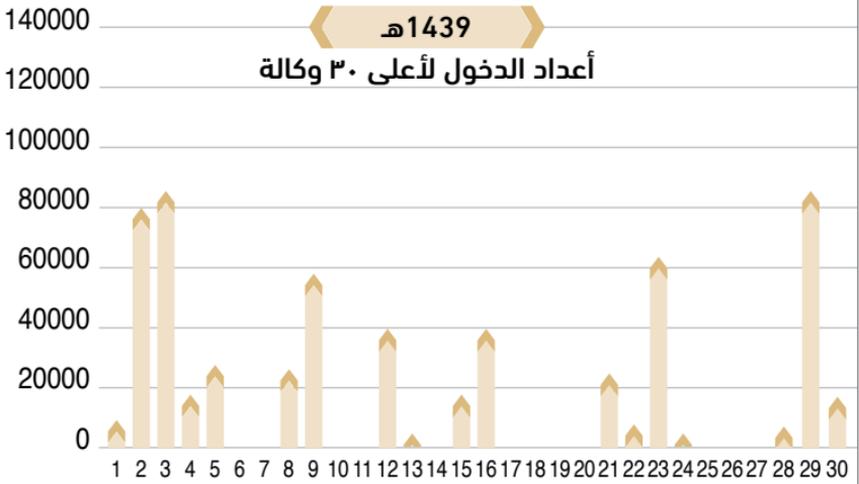
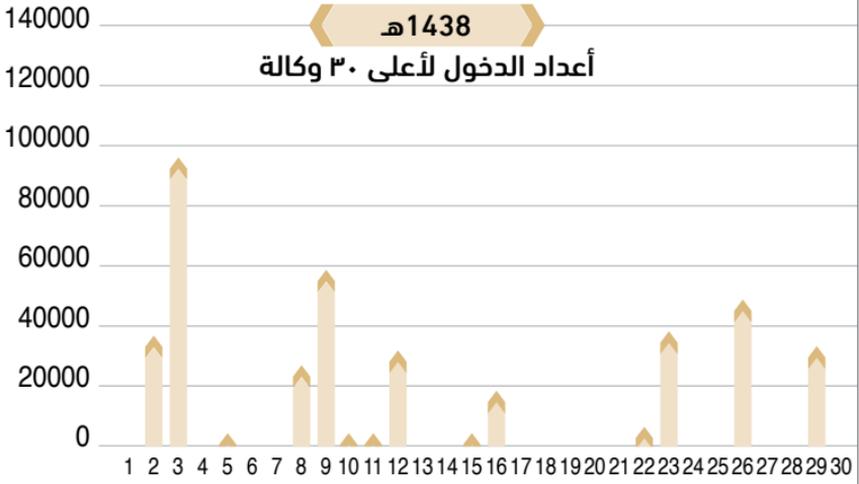
يتضح من الرسم أعلاه بأن (٨٨%) من معتمري الخارج من حول العالم قد قدموا من خلال (٢١%) من الوكالات الفاعلة، وهذا يعني بأن (٧٩%) من وكالات العمرة الخارجية قد تنافست بشدة للاستحواذ على (١٢%) فقط من السوق.

## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة 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



يتضح من الشكل السابق التفاوت الكبير في الأعداد القادمة من الوكالات التي سجلت أعلى أعداد للدخول من سنة إلى أخرى خلال المواسم الثلاثة الأخيرة، وهذا يدل على عدم استقرار أعمالها في بلادها، وجميع هذه الوكالات الثلاثين تتبع لقارة آسيا كما أن (٦٣٪) منها تعمل في باكستان.

## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



**٨. ضعف فاعلية وكالات العمرة في جذب المعتمرين**  
يتفاوت 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 من الفئة	متوسط أعداد الدخول لكل وكالة	متوسط الدخل السنوي للوكالة من الدخول <sup>١</sup> (ريال)
الفئة أ	١١٣	٢,٤٧٥,١٨٥	٢١,٩٠٤	١٨,٢٢٤,١٢٨
الفئة ب	١٢٦٦	٣,٥٧٥,٣٥٠	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 لاستمالة 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 للقيود 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

## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



### ١٠. عدم معيارية الخدمات المقدمة من قبل وكالات العمرة 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 تركّز تعامل المعتمدين مع عدد معين من الوكالات، وتركّز تعامل الوكالات مع عدد معين من شركات العمرة السعودية دون غيرها.

# شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص

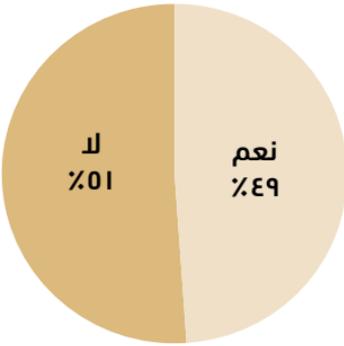


## أثر جائحة كورونا على شركات ووكالات العمرة

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

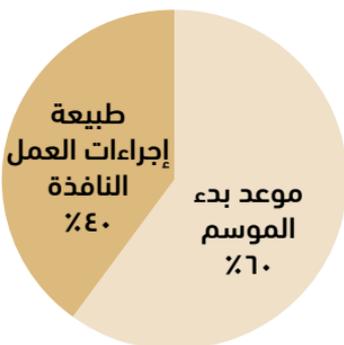
وقد قامت شركة صفا بعمل استبيان تستطلع به آراء وكالات العمرة الخارجية بالوضع الحالي وتأثيرات جائحة كورونا على أعمالهم، ويتضح جلياً من نتائج الاستبيان تضرر الوكلاء نتيجة أزمة كورونا إذ أن (٤٩%) منهم يفكرون بالاندماج في تحالفات للعمل في المجال، ويرى (٦٠%) من الوكلاء بأن موعد بدء الموسم القادم سيكون له الأثر 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 استمراك بالعمل  
لموسم ١٤٤٢هـ؟

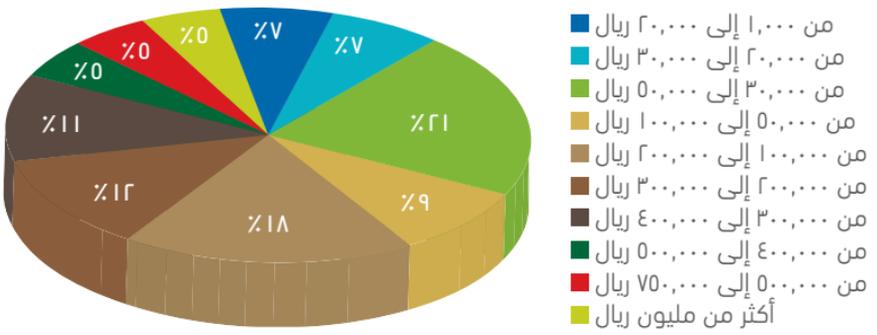
## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص



ومن أبرز التأثيرات التي ظهرت ما يلي:

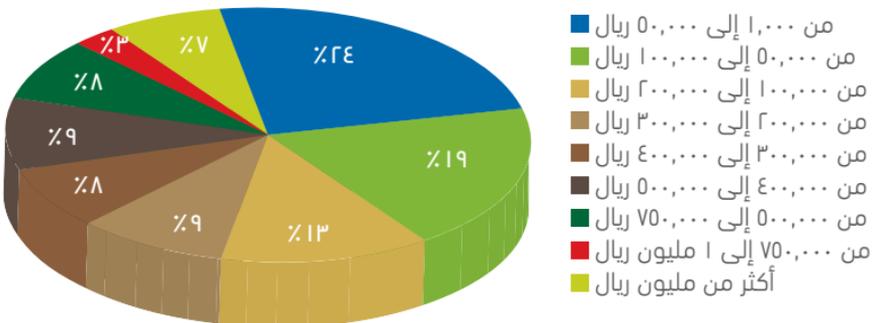
- إلغاء حجوزات الطيران والفنادق التي تم تقديمها من قبل الوكالات، إذ أشارت نتائج الاستطلاع إلى أن (٤٠%) من هذه الوكالات قد تعرضت لإلغاء حجوزات طيران من خلالها بما قيمته (من ألف ريال إلى ١٠٠ ألف ريال)، و(٤٤%) تعرضت لإلغاء حجوزات بمقدار (من ألف ريال حتى ٥٠٠ ألف ريال).

رسم توضيحي ٢٢: توزيع لقيم الإلغاءات المالية لحجوزات  
الطيران للوكالات



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

رسم توضيحي ٢٣: توزيع لقيم الإلغاءات المالية  
لحجوزات الفنادق للوكالات

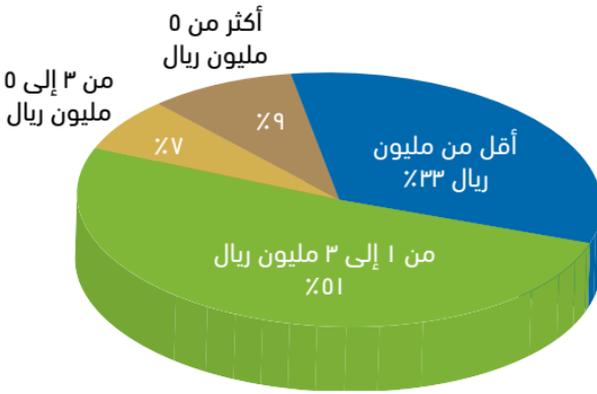


## شركات العمرة السعودية ووكالات العمرة الخارجية: بين الواقع والتحديات والفرص

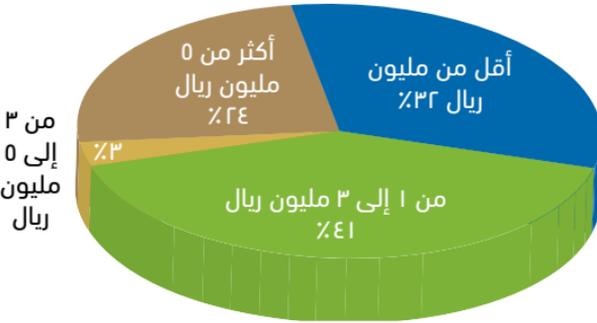


- الحاجة لزيادة حجم الاستثمارات للاستمرار بالعمل في المواسم القادمة، إذ أظهرت نتائج الاستبيان توجه عدد من المستثمرين لزيادة قيمة استثماراتهم في السوق لتستطيع الاستثمار في العمل وتقديم الخدمات

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



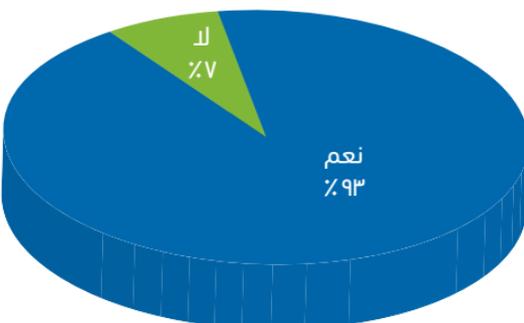
ما حجم الاستثمار الذي قمت به بموسم ١٤٤١هـ بالريال؟



ما حجم الاستثمار المتوقع بعد انتهاء أزمة كورونا بما يتعلق بعملك 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: رأي الوكالات بتأثر استراتيجية التسويق للموسم القادم نتيجة كورونا



هل ستتأثر استراتيجية التسويق لديك لموسم ١٤٤٢هـ عن ما قبله



**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، وشدد المجلس العالمي للسفر والسياحة WTTC على أنّ (١٠٠,٨) مليون وظيفة معرضة للخطر عالمياً نتيجة الجائحة<sup>١</sup>.

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 ٤٥ مليون شخصاً<sup>٢</sup>.

هذا وقد قدر 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 (٦,٩٪) 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<sup>٣</sup>.

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

### المملكة العربية السعودية

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

- خفض قيمة الضمان المالي لشركات العمرة السعودية الفاعلة التي لم ترتكب أي مخالفة جوهريّة إلى (٢٥٠) ألف ريال لمدة ستة أشهر قابلة للتمديد بناء على تقييم الوزارة.
- السماح لشركات العمرة السعودية بالاعتذار عن العمل لمدة سنة كاملة.
- السماح بالعمل بالحد الأدنى من الموظفين خلال فترة تعليق العمرة.
- إعداد ورش عمل وبرامج تأهيلية لشركات العمرة السعودية بشأن الاستراتيجيات المؤسسية للتعافي من الأزمة.
- تحفيز عمليات تطوير الأعمال، والاندماج والاستحواذ (Merger and Acquisition – M&A)، والاستثمار في شركات العمرة السعودية.

١ الآثار الاجتماعية والاقتصادية لجائحة كوفيد-١٩ في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي (الآفاق 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 (الآفاق 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 الجوهريّة 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<sup>٥</sup>.

### إندونيسيا

- قدمت الحكومة حزمة حوافز بقيمة (٣,١٠) تريليون روبية (٧١٨ مليون دولار أمريكي) لتعزيز إنفاق المستهلكين ودعم قطاع السياحة في البلاد، وإعطاء (٢٩٨,٥) مليار روبية لشركات الطيران ووكلاء 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 روبية 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 ٩٥٪ من مساهمات أصحاب العمل في التأمينات الاجتماعية للقوى العاملة لشهر إبريل من نفس العام.
- قامت الحكومة بتمديد آجال استحقاق الديون للشركات الصغيرة والمتوسطة والمشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر، ولمساعدة هذه الشركات في الحصول على رأس المال العامل قدّم البنك المركزي حوافز 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 (٦,٢) مليون دولار أسترالي من صندوق الإغاثة والإنعاش، 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 الكومونولث الوطنية التي تديرها منتزهات أستراليا (Australia Parks) من حزمة الإعانة 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 للإعانات.
- يقدم البنك المركزي المصري للمنشآت السياحية صناديق منخفضة الفائدة لدفع الرواتب، ولحماية فنادق العمال والمؤسسات السياحية ووكالات السفر التي تسرّح العمال تم تعليق تراخيصهم.
- خفضت الحكومة رسوم التأشيرة ٢٥ دولارًا أمريكيًا إلى ١٥ دولارًا أمريكيًا 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 المواسم القادمة، فإننا نقدّم 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، وتتمحور هذه التوصيات حول ما يلي:

### ١. فيما يتعلق بشركات العمرة السعودية:

- تشجيع شركات العمرة على الاندماج مع بعضها البعض وضم الحصص السوقية 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 ممّا 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 لدورها البارز في جلب الملايين من المعتمرين، ومساعدتهم بأفكار الحلول التي تسهم في تعميق أدوارهم في جذب المزيد من المعتمرين ودفعتهم 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 محيطها.
- زيادة عدد الوكالات الخارجية العاملة وتنويع 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 هيكلية السوق والسلسلة التي تمر بها إجراءات قدوم المعتمرين ومحاولة إزالة ما بها من عراقيل وعوائق 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



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

- تعزيز دور شركات ووكالات العمرة السعودية في التشويق للحج والعمرة وسياحة 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 - ١٤٤١هـ
- رسم توضيحي ٢: الدول الأعلى نسبة دخول حول العالم للمواسم ١٤٣٦ - ١٤٤١هـ
- رسم توضيحي ٣: أعداد الدخول بحسب الأشهر للمواسم الثلاث الأخيرة ١٤٣٨ - ١٤٤٠هـ
- 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 ١٤٥٢هـ
- 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 - ١٤٤٠هـ
- رسم توضيحي ١٠: متوسط أعداد التأشيرات الصادرة للشركة الواحدة من شركات العمرة عبر المواسم الأربعة 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 ١٤٣٩هـ
- 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 ١٤٣٩هـ
- 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 قارتي آسيا وأفريقيا
- رسم توضيحي ١٧: مقارنة أعداد الوكالات في الدول العشر الكبرى مع متوسط أعداد القادمين عبر الوكالة الواحدة لموسم ١٤٤٠هـ
- رسم توضيحي ١٨: نسب وكالات العمرة الخارجية وأعداد الدخول القادمة من خلالها لموسم ١٤٤٠هـ
- رسم توضيحي ١٩: أعداد الدخول للوكالات الـ (٣٠) الأعلى للمواسم ١٤٣٨، ١٤٣٩، ١٤٤٠هـ
- رسم توضيحي ٢٠: نسبة الوكالات التي تفكر بالاندماج الموسم القادم
- رسم توضيحي ٢١: العوامل التي تؤثر في قرار الوكالات على استمرار 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 ١٤٤١هـ وحجم الاستثمار المتوقع لموسم ١٤٤٢هـ
- رسم توضيحي ٢٥: رأي الوكالات بتأثر استراتيجية التسويق للموسم القادم نتيجة كورونا

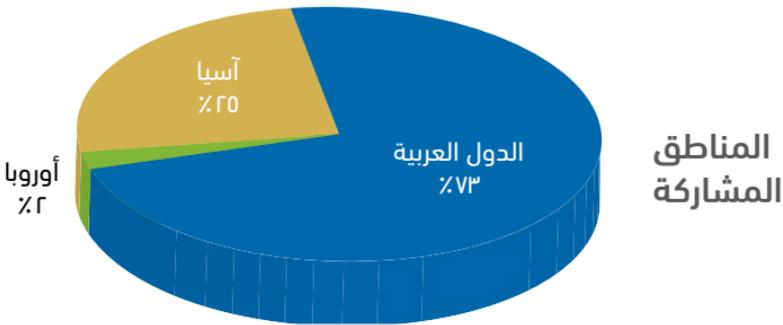


قامت شركة صفا بإجراء دراسة استطلاعية خلال موسم ١٤٤١هـ حول تأثير جائحة كورونا على وكلاء العمرة الخارجيين، شارك فيها (٣٧٢) وكالة من (٢٢) دولة، وقد تضمن الاستبيان دراسة المحاور التالية:

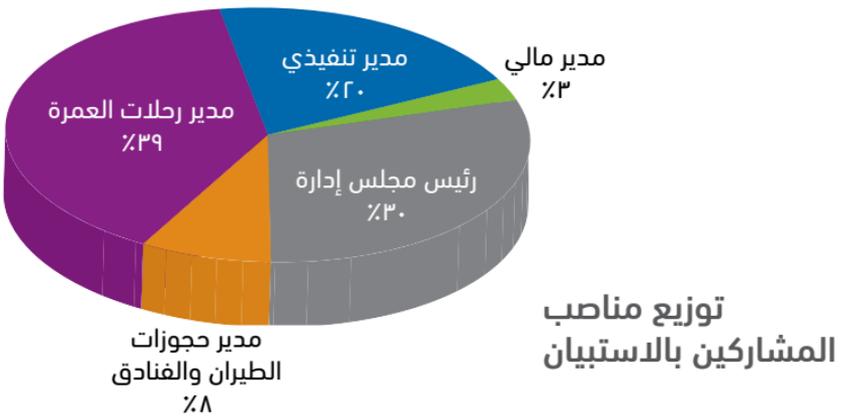
- شكل وحجم أعمال الوكلاء
  - شكل وحجم الاستثمار الفندقية
  - تأثير كورونا على الوكلاء
  - خطط الوكلاء للموسم القادم
  - دور المنصات الإلكترونية في عمل الوكلاء
  - الخدمات التأمينية
- وكانت النتائج لكل محور كما يلي:

### أولاً: المشاركون في الاستبيان

تركزت الأعداد الأكبر من المشاركين في الدول العربية بنسبة (٧٣%) تليها ما تبقى من قارة آسيا بنسبة (٢٥%)



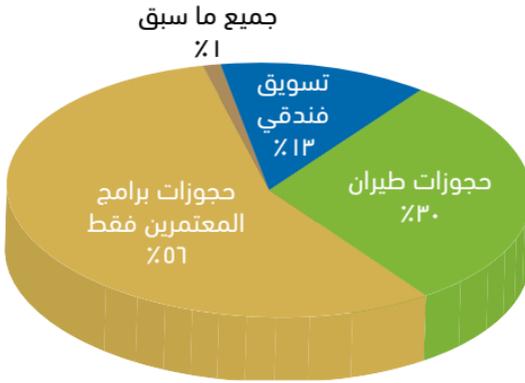
أما فيما يتعلق بمناصب المشاركين فقد كانت النسبة الأكبر من المشاركين هم من مديري رحلات العمرة بنسبة (٣٩%)، يليهم رؤساء مجلس الإدارة للوكالات بنسبة (٣٠%)





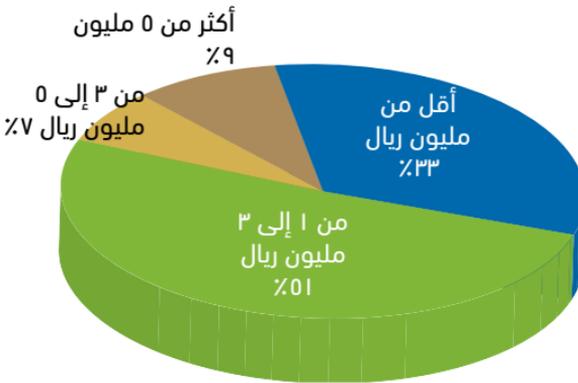
## ثانياً: شكل وحجم أعمال الوكلاء

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



ما نوع استثمارك؟

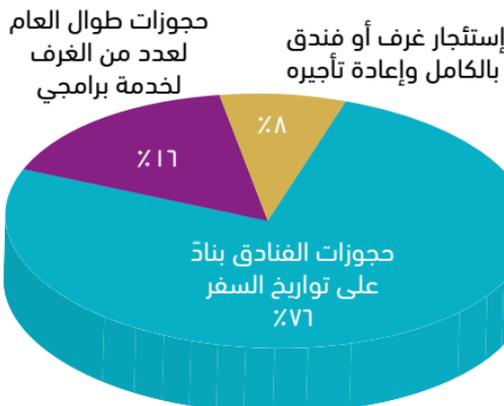
أما عن حجم الاستثمار للمشاركين لموسم ١٤٤١هـ، فقد ظهر بأن أغلب المشاركين وبنسبة (٥١%) تتراوح استثماراتهم بين مليون إلى ٣ مليون ريال سعودي، فيما يليها وبنسبة (٣٣%) ممن يبلغ حجم استثماراتهم أقل من مليون ريال سعودي.



ما حجم الاستثمار الذي قمت به بموسم ١٤٤١هـ بالريال؟

## ثالثاً: شكل وحجم الاستثمار الفندقية

تشير نتائج الاستبيان إلى أن (٧٦%) من المشاركين يعتمدون في استثمارهم الفندقية على الحجوزات التي تتم بناء على تواريخ سفر الرحلة، و (١٦%) حجوزات طول العام لعدد من الغرف لخدمة برامجي.

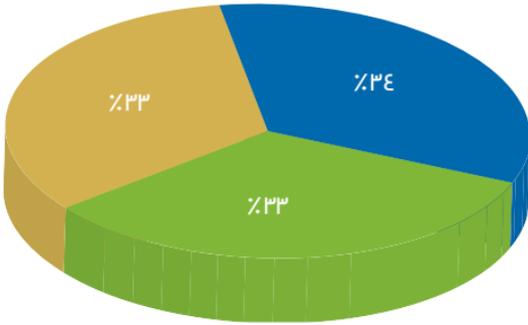


ما نوع استثمارك الفندقية؟

## ملحق (٢): تحليل الاستبيان



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

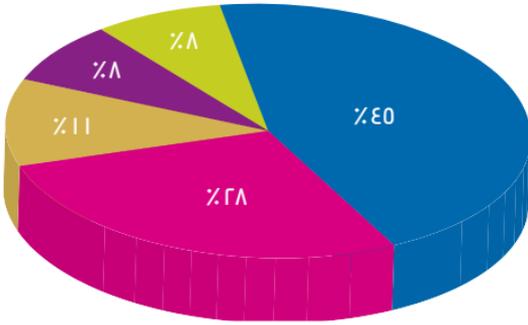


### ما تصنيف الفنادق التي تستثمر بها؟

- إقتصادي
- ٤ نجوم
- ٠ نجوم

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

### بما يتعلق بالتسويق لفنادقك، ما هي المصادر التي تعتمد عليها للتسويق؟



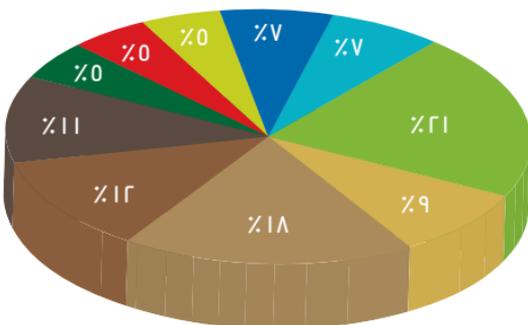
- لا أقوم بالتسويق
- تسويق مباشر لشركات سياحة
- الاشتراك في مواقع الحجوزات عبر الإنترنت
- البيع لشركات
- تسويق فندقي
- وسطاء

## رابعاً: تأثير كورونا على الوكلاء

تعرضت وكالات العمرة لضرر كبير نتيجة جائحة كورونا وتوقف موسم العمرة، ونلاحظ هذا التأثير فيما يلي:

- إلغاء حجوزات الطيران

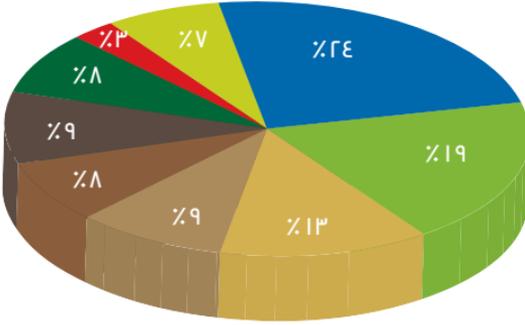
### قيمة الإلغاءات المالية لحجوزات الطيران



- من ١,٠٠٠ إلى ٢٠,٠٠٠ ريال
- من ٢٠,٠٠٠ إلى ٣٠,٠٠٠ ريال
- من ٣٠,٠٠٠ إلى ٥٠,٠٠٠ ريال
- من ٥٠,٠٠٠ إلى ١٠٠,٠٠٠ ريال
- من ١٠٠,٠٠٠ إلى ٢٠٠,٠٠٠ ريال
- من ٢٠٠,٠٠٠ إلى ٣٠٠,٠٠٠ ريال
- من ٣٠٠,٠٠٠ إلى ٤٠٠,٠٠٠ ريال
- من ٤٠٠,٠٠٠ إلى ٥٠٠,٠٠٠ ريال
- من ٥٠٠,٠٠٠ إلى ٧٥٠,٠٠٠ ريال
- أكثر من مليون ريال



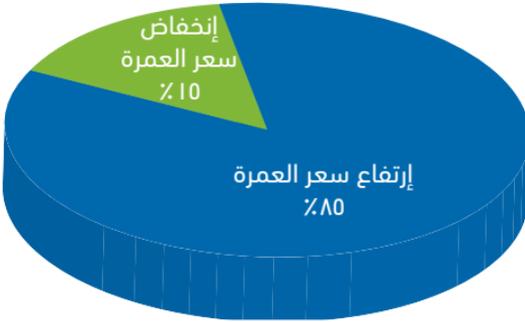
### • إلغاء حجوزات الفنادق



- من ١,٠٠٠ إلى ٥٠,٠٠٠ ريال
- من ٥٠,٠٠٠ إلى ١٠٠,٠٠٠ ريال
- من ١٠٠,٠٠٠ إلى ٢٠٠,٠٠٠ ريال
- من ٢٠٠,٠٠٠ إلى ٣٠٠,٠٠٠ ريال
- من ٣٠٠,٠٠٠ إلى ٤٠٠,٠٠٠ ريال
- من ٤٠٠,٠٠٠ إلى ٥٠٠,٠٠٠ ريال
- من ٥٠٠,٠٠٠ إلى ٧٥٠,٠٠٠ ريال
- من ٧٥٠,٠٠٠ إلى ١ مليون ريال
- أكثر من مليون ريال

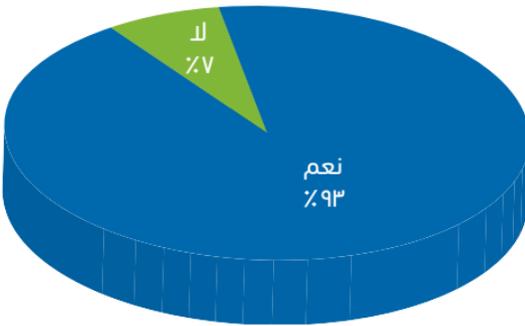
### خامسا: توقعات وخطط الوكلاء للموسم القادم

تتوقع الغالبية العظمى من وكالات العمرة ارتفاع أسعار العمرة للموسم القادم



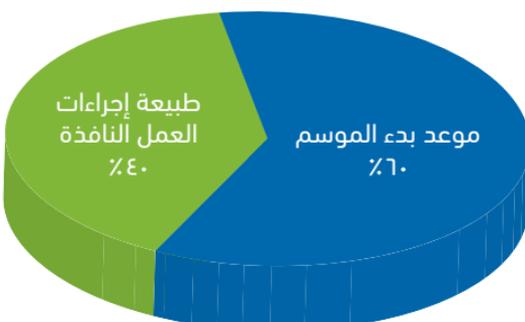
هل تتوقع ارتفاع أو انخفاض في أسعار العمرة؟

وتتوقع هذه الوكالات أن تتأثر الاستراتيجية التسويقية الخاصة بهم للموسم القادم



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

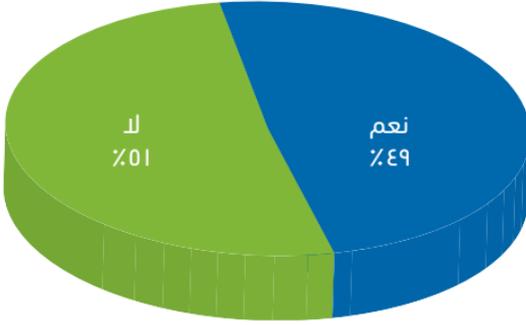
كما أن هذه الوكالات تنتظر القرارات الجديدة بخصوص موعد الموسم القادم والآلية التي سيتم العمل بها لتحديد قرار استمرارها في العمل للموسم القادم:



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



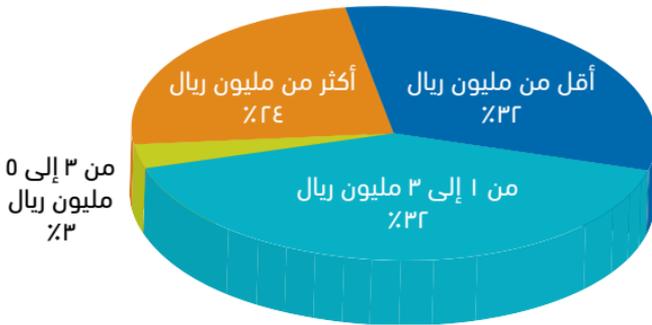
والعديد من الوكالات تفكر بالاندماج للاستمرار بالعمل



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

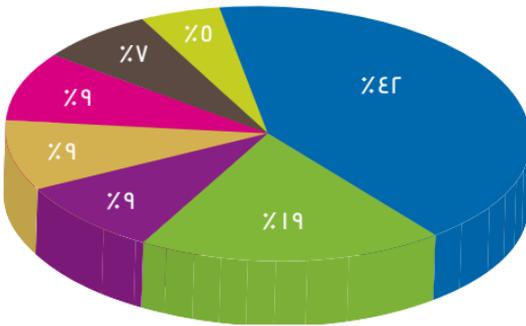
وفي حال اتخاذ القرار بالاستمرار في العمل فإن حجم الاستثمار سيكون كما يلي:

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



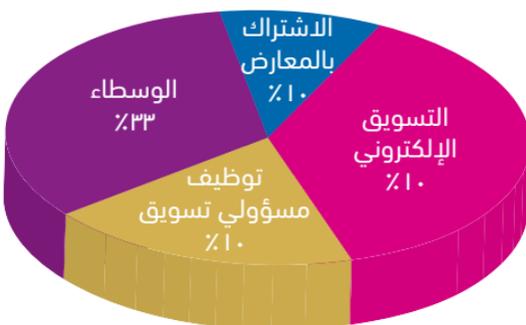
أما عن نوع الاستثمار فسيكون كما يلي:

ما نوع الاستثمار؟



- تسويق برامج عمرة كاملة الخدمات
- تسويق فنادقي، تسويق برامج عمرة كاملة الخدمات
- تسويق فنادقي، تسويق فنادقي

وسيكون الاعتماد في التسويق وفقاً للنسب التالية:



ما هو المصدر الرئيسي الذي ستعتمد عليه للتسويق؟



**إبراهيم بن محمد التركي**

رئيس مجلس الإدارة - شريك  
المملكة العربية السعودية



**حسام العسلي**

الرئيس التنفيذي - شريك  
جمهورية مصر العربية



**عصام الزبيدي**

المدير التنفيذي لمنطقة آسيا - شريك  
إندونيسيا



**محمد معوض عبدالعزيز**

مدير العمليات  
جمهورية مصر العربية



**سلطان بن محمد التركي**

مدير عمليات منطقة مكة المكرمة  
المملكة العربية السعودية





# Safa صفا

Technology for Leaders in Umrah تكنولوجيا لرواد الحج والعمرة

تأسست شركة صفا عام ٢٠٠٨ لتكون شركة تقنية متخصصة في إدارة الواجهات 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 ووكلاء 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 الاثنتي عشرة سنة الماضية في هذا السوق تعمل صفا حالياً مع شركائها لرفع مستوى الإيرادات المالية والمساعدة في رفع مستوى الطلب ونسب الإشغال كما تعمل معهم على تحسين إدارة الدخل بالتناسب مع المواسم.

## 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 وماليزيا وباكستان والهند.
- تعمل صفا مع ٦٠٠ فندق في مكة والمدينة.
- تعمل صفا مع ٢٥ شركة تسويق فندقية.
- تملك الشركة ٣٨٨,٠٠٠ نقطة سعر لحجوزات الفنادق في مختلف مناطق مكة والمدينة.
- أدارت الشركة أكثر من ١٨ مليون عملية حجز للحج والعمرة.



# صفا Safa

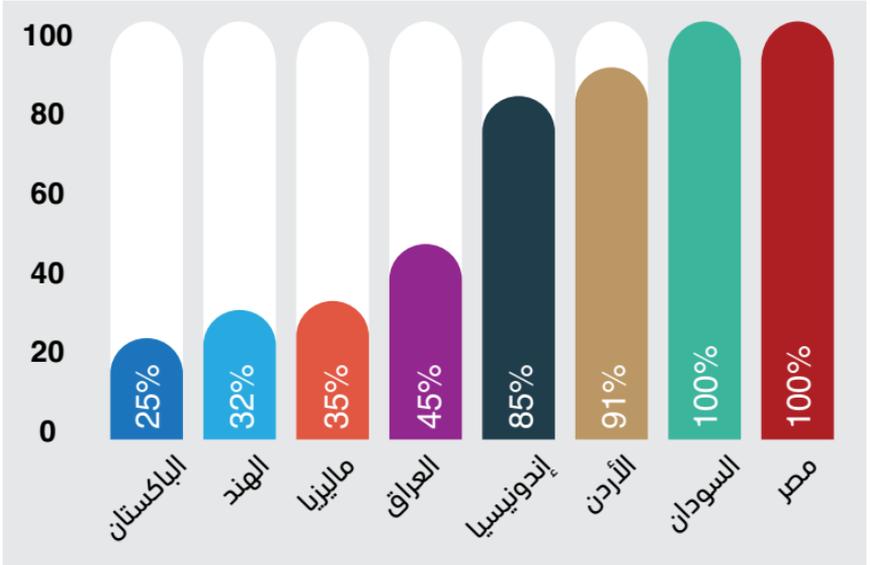
تكنولوجيا لرواد الحج والعمرة  
Technology for leaders in Umrah

كما تقوم صفا بتسهيل وصول مزودي الخدمات للسوق العالمية من ضيوف الحرمين الشريفين والعمل معهم على تسهيل الإجراءات والتكيف مع الأنظمة المتجددة 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 والعملات، 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



للمزيد من التقارير يمكنك زيارة موقعنا:

<https://safasoft.com>