صكوك
Sukuk Capital

تقرير موسم رمضان وأثره الاقتصادي

فبراير 2026

محتويات التقرير

الهدف من التقرير	4
عن رمضان	5
رمضان حول العالم	6
أثر موسم رمضان على اقتصاد المملكة العربية السعودية	8
قطاع التجزئة	10
قطاع الأغذية والمشروبات	11
قطاع المطاعم والمقاهي	12
قطاع الإعلام والإعلان	13
أثر موسم رمضان على قطاعات سوق الأسهم السعودي (تاسي)	15
أثر العمرة في رمضان على الاقتصاد السعودي	17
التحديات التي تواجه الشركات في موسم رمضان	23
الملخص	25

نظرة عن موسم رمضان

يُعد شهر رمضان المبارك من أهم المواسم الدينية والاجتماعية في العالم الإسلامي، حيث يمتد تأثيره ليشمل مختلف جوانب الحياة اليومية، ومن أبرزها الجانب الاقتصادي. فمع حلول شهر رمضان من كل عام، تتغير أنماط الاستهلاك، وسلوك الأفراد، وحركة الأسواق، مما ينعكس بشكل مباشر على أداء العديد من القطاعات الاقتصادية.

ولا يقتصر أثر رمضان على زيادة الإنفاق الاستهلاكي فحسب، بل يشمل أيضًا تغيّر أوقات العمل، وارتفاع الطلب على بعض السلع والخدمات، وازدهار قطاعات معينة مقابل تباطؤ نسبي في قطاعات أخرى. ومن هذا المنطلق، يبرز شهر رمضان كموسم اقتصادي متكرر يحمل فرصًا وتحديات للاقتصادات المحلية والعالمية.

الهدف من التقرير

يهدف هذا التقرير إلى تحليل الأثر الاقتصادي لموسم شهر رمضان المبارك من خلال دراسة التغيرات التي تطرأ على سلوك المستهلك والطلب الاستهلاكي، وكذلك تأثير هذه التغيرات على القطاعات الاقتصادية المختلفة. حيث يسعى التقرير إلى توضيح الدور الذي يلعبه الشهر المبارك كموسم اقتصادي مؤثر في حركة الأسواق والأنشطة التجارية.

كما يهدف التقرير إلى توضيح أثر العمرة خلال رمضان على الاقتصاد السعودي، ودورها في دعم القطاعات المرتبطة بالسياحة بما يتماشى مع توجهات المملكة نحو تنويع مصادر الدخل وتعزيز الاقتصاد غير النفطي.

عن شهر رمضان

صوم رمضان هو الركن الرابع من أركان الإسلام، حيث فُرض الصيام في السنة الثانية للهجرة، ويُنظر إلى رمضان كشهر للعبادة، والتقوى، والتكافل الاجتماعي. وقد ارتبط شهر رمضان بقيم الإنفاق في سبيل الله، والصدقة، ومساعدة المحتاجين، مما جعله شهرًا ذا بعد اجتماعي واقتصادي إلى جانب بُعده الديني.

ومع تطور المجتمعات عبر الزمن، شهد رمضان تحولات ملحوظة في أنماط الحياة والاستهلاك. ففي العصر الحديث، لم يعد رمضان يقتصر على الممارسات الدينية والاجتماعية فقط، بل أصبح موسمًا اقتصاديًا واضح المعالم، تتزايد فيه الأنشطة التجارية، وتنتشر الحملات التسويقية، ويزداد الطلب على السلع والخدمات المختلفة، مدفوعًا بتغير العادات الاستهلاكية وتطور وسائل التجارة والإعلام.

رمضان حول العالم

لا يقتصر تأثير رمضان على الدول الإسلامية فحسب، بل يمتد ليشمل المجتمعات المسلمة في مختلف أنحاء العالم، سواء داخل الدول ذات الغالبية المسلمة أو في الدول التي تضم جاليات مسلمة كبيرة. فهو موسم ديني عالمي للمسلمين، ويؤدي هذا الارتباط الديني المشترك إلى تغيرات ملحوظة في أنماط الحياة اليومية والسلوك الاستهلاكي، مما ينعكس بشكل مباشر وغير مباشر على النشاط الاقتصادي في العديد من الدول.

وفي مجموعة من الدول الإسلامية، يُنظر إلى شهر رمضان كموسم خاص تتغير فيه العادات الاجتماعية وأنماط الإنفاق، مدفوعة بطبيعة الشهر من حيث العبادات، والتجمعات الأسرية، وزيادة الإنفاق المرتبط بالممارسات الرمضانية.

تختلف درجة التأثير الاقتصادي لرمضان بين الدول بحسب:

01
حجم الاقتصاد

02
عدد السكان

03
مستوى الدخل

04
طبيعة القطاعات الاقتصادية

مصر

وتُعد مصر من أبرز الدول التي يظهر فيها الأثر الاقتصادي لشهر رمضان بشكل واضح، حيث يشهد السوق المحلي ارتفاعًا في الطلب على السلع الغذائية والمنتجات الأساسية خلال هذا الشهر.

كما يُمثل رمضان موسمًا رئيسيًا للإعلام والترفيه في مصر، إذ تحظى الأعمال التلفزيونية الرمضانية بنسبة مشاهدة مرتفعة، مما يؤدي إلى زيادة الإنفاق الإعلاني ويجعل الشهر فترة محورية للشركات الإعلامية والمعلنين.

دول الخليج وباقي الدول الإسلامية

أما في دول أخرى مثل دول الخليج العربي، وتركيا، وإندونيسيا، فإن شهر رمضان يُمثل موسمًا دينيًا ذا انعكاسات اقتصادية متفاوتة، حيث تتكيف الأنشطة التجارية والأسواق مع خصوصية الشهر، ويزداد الإنفاق المرتبط بالعادات الرمضانية والتجمعات الاجتماعية

وتحرص الشركات في هذه الدول على مواءمة استراتيجياتها التشغيلية والتسويقية مع طبيعة الطلب خلال الشهر، مع الحفاظ على الطابع الديني والاجتماعي لرمضان.

وبشكل عام، يُعد شهر رمضان ظاهرة دينية ذات أبعاد اقتصادية متعددة داخل المجتمعات المسلمة حول العالم، حيث تختلف طبيعة وتأثير هذه الأبعاد من دولة إلى أخرى تبعًا لخصائص كل اقتصاد، ومستوى الدخل، وأنماط الاستهلاك السائدة، مما يعكس خصوصية هذا الموسم وأهميته الاقتصادية في السياقات المختلفة.

أثر موسم رمضان على اقتصاد المملكة العربية السعودية

يمثل موسم شهر رمضان فترة اقتصادية مهمة في المملكة العربية السعودية، حيث تتغير خلاله أنماط الاستهلاك وسلوك الفرد، مما ينعكس على مستويات الطلب وأداء عدد من القطاعات الاقتصادية. ويظهر هذا الأثر بشكل متفاوت بين القطاعات، تبعًا لطبيعة النشاط الاقتصادي وارتباطه بالطلب الاستهلاكي والخدمات.

يشهد الطلب الاستهلاكي في المملكة ارتفاعًا ملحوظًا خلال شهر رمضان، مدفوعًا بتغير العادات اليومية وزيادة الإنفاق الأسري، خاصة على المواد الغذائية والسلع الاستهلاكية الأساسية. ويُلاحظ أن فترات الاستهلاك تتحول بشكل أكبر إلى ساعات المساء، مما يؤدي إلى إعادة توزيع الإنفاق خلال اليوم مقارنةً بالأشهر العادية. ويُعد هذا الارتفاع في الطلب أحد المحركات الرئيسة لنشاط عدد من القطاعات الاقتصادية خلال الشهر.

بلغ حجم المبيعات خلال موسم رمضان لعام 2024م على منصة «**سلة**»، وهي منصة سعودية للتجارة الإلكترونية، أكثر من **1.6 مليار** ريال سعودي، مسجلًا نموًا بنسبة **105%** مقارنة بمتوسط المبيعات في الأشهر الأخرى من السنة، الذي بلغ نحو **792 مليون** ريال سعودي. كما تجاوز عدد الطلبات **6.5 مليون** طلب، بزيادة قدرها **116%** مقارنة بمتوسط عدد الطلبات في بقية الأشهر، البالغ نحو 3 ملايين طلب.

1.6 مليار

المبيعات خلال موسم رمضان 2024

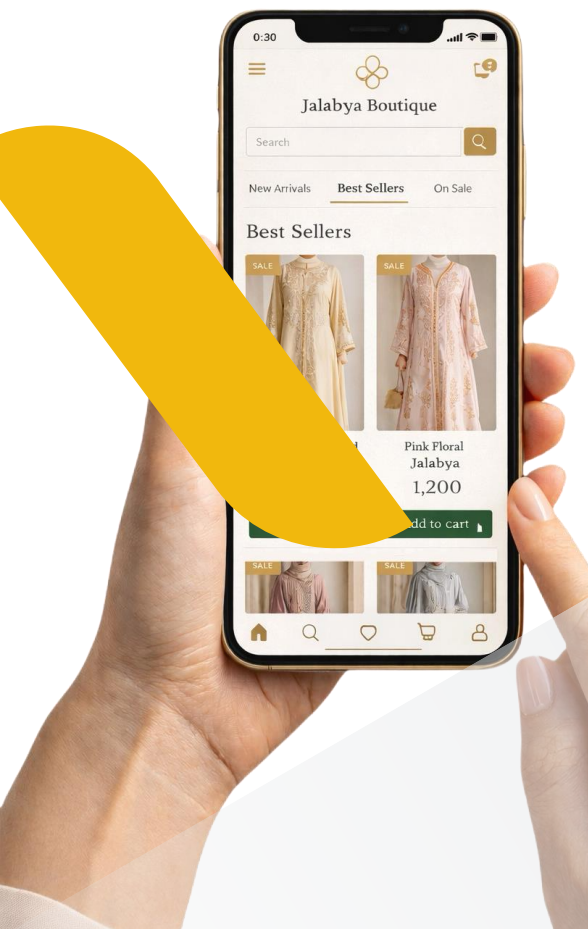
+105%	+6.5 مليون	116%
نمو المبيعات خلال موسم رمضان مقارنة بباقي السنة	عدد الطلبات	زيادة الطلبات خلال موسم رمضان مقارنة بباقي السنة

ويُظهر تقرير منصة سلة أن غالبية الطلبات تتركز في ساعات الليل المتأخرة والفجر، تحديدًا بين الساعة 12 منتصف الليل والساعة 4 فجرًا، في حين يشهد النشاط تراجعًا ملحوظًا خلال ساعات النهار، ثم يعاود الارتفاع خلال الفترة المسائية ما بين الساعة 7 مساءً و11 مساءً. ويُعزى هذا النمط إلى تأثير الصيام على النشاط الاستهلاكي خلال النهار، مقابل عودة الزخم الشرائي بعد الإفطار، إضافة إلى انتشار سلوك السهر خلال ليالي شهر رمضان، مما يعزز الطلب في ساعات الليل المتأخرة والفجر.

12 منتصف الليل - 4 فجرًا

الساعات التي تتركز فيها الطلبات خلال رمضان

ويعكس ارتفاع حجم المبيعات خلال موسم رمضان التغير في النمط الاستهلاكي للأفراد خلال الفترة المحيطة بشهر رمضان أيضًا، حيث يبدأ المستهلكون في تكوين مخزونهم من السلع الاستهلاكية مع نهاية شهر شعبان، ثم يستمر الزخم الشرائي خلال الشهر المبارك، لا سيما في العشر الأواخر، تزامنًا مع الاستعداد لعيد الفطر. ويظهر ذلك بوضوح في زيادة الطلب على **مستحضرات التجميل والعناية**، **والملابس**، **والإكسسوارات والهدايا**.



قطاع التجزئة

يُعد قطاع التجزئة من أكثر القطاعات استفادة من موسم رمضان في المملكة، حيث تشهد المتاجر زيادة في حركة الشراء، خصوصًا في السلع الاستهلاكية، والمواد الغذائية، والملابس. وتعمل الشركات في هذا القطاع على تكثيف العروض الترويجية والحملات التسويقية خلال الشهر، مستفيدة من ارتفاع الطلب وتغير أنماط الاستهلاك.

كما يشهد القطاع تغيرًا في هيكل الطلب، حيث ترتفع مبيعات السلع الاستهلاكية الأساسية والمنتجات المرتبطة بالموسم الرمضاني، مقابل تراجع نسبي في بعض السلع غير الأساسية. ويؤدي هذا التحول إلى إعادة توجيه استراتيجيات التسعير والعروض الترويجية، بما يضمن جذب المستهلك خلال فترة زمنية محدودة ذات كثافة شرائية مرتفعة. كما تستفيد المتاجر الكبرى والأسواق المركزية من ارتفاع حجم السلة الشرائية للأسر خلال الشهر.

ووفقاً لتقرير منصة **سلة**، يُعد قطاع التجزئة القطاع الأكبر من حيث حجم المبيعات خلال شهر رمضان، إذ يستحوذ على نحو **87%** من إجمالي مبيعات الموسم مقارنةً ببقية القطاعات.

ويبرز ضمن قطاع نشاط مستحضرات التجميل والعناية كأكبر الأنشطة من حيث القيمة، حيث يمثل نحو 40% من إجمالي مبيعات قطاع التجزئة، يليه نشاط الأزياء بنسبة تقارب 22%، ما يعكس تركز الطلب الاستهلاكي خلال الموسم في السلع المرتبطة بالمناسبات الاجتماعية والاستعداد لعيد الفطر.

قطاع الأغذية والمشروبات

يشهد قطاع الأغذية والمشروبات نشاطًا اقتصاديًا ملحوظًا خلال شهر رمضان، نتيجة لزيادة الطلب على المنتجات الغذائية والمشروبات المرتبطة بالإفطار والسحور. كما يزداد الاعتماد على الأغذية الجاهزة وخدمات إعداد الطعام، ما يساهم في رفع حجم المبيعات في هذا القطاع مقارنة بالفترات الأخرى من السنة.

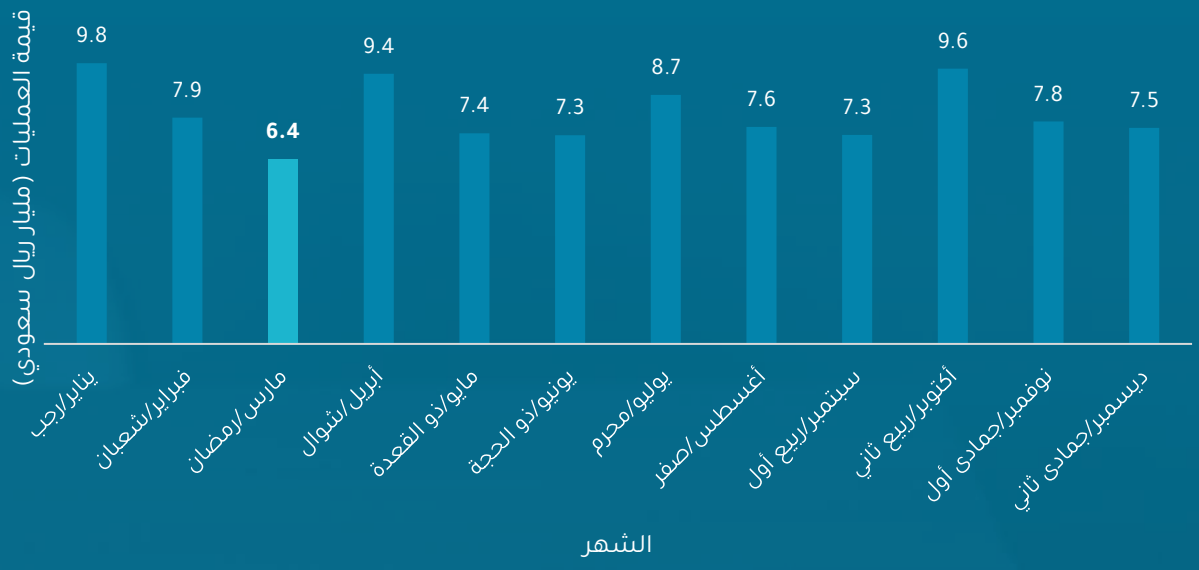
ولا يقتصر نمو القطاع على زيادة حجم المبيعات فحسب، بل يمتد ليشمل ارتفاع الطلب على سلاسل الإمداد والتخزين والخدمات اللوجستية المرتبطة بتوفير المنتجات الغذائية. كما يشهد القطاع تنوعًا في أنماط الطلب بين المنتجات الأساسية والمنتجات ذات القيمة المضافة، مثل الوجبات الجاهزة والحلول السريعة للإفطار والسحور، مما يعزز النشاط التشغيلي للشركات العاملة في هذا المجال.

وبحسب نتائج الربع الأول من سنة 2025م لشركة **أسواق عبدالله العثيم** فإنه يوجد ارتفاع في المبيعات بنسبة **18.2%** مقارنة بالربع السابق، وأرجعت الشركة أحد أبرز أسباب هذا الارتفاع الى دخول **موسم رمضان**، الذي يشهد عادةً زيادة في الطلب على السلع الغذائية والاستهلاكية.

ويعكس هذا الأداء التأثير الموسمي لشهر رمضان على قطاع تجارة التجزئة الغذائية، حيث يؤدي تغيّر أنماط الاستهلاك وارتفاع وتيرة الشراء قبيل وخلال الشهر الفضيل إلى تعزيز الإيرادات، خصوصًا لدى الشركات ذات الانتشار الواسع والقرب من المستهلك النهائي.

ظهر قطاع المطاعم والمقاهي خلال شهر رمضان نمطًا مختلفًا من الأداء مقارنةً ببقية القطاعات الاستهلاكية، حيث تشير بيانات نقاط البيع الصادرة عن البنك المركزي السعودي لعام 2025م إلى أن القطاع يسجل مستويات **أقل** نسبيًا من حيث قيمة المبيعات خلال شهر رمضان مقارنةً ببقية أشهر السنة. ويُعزى هذا الانخفاض إلى تغير توقيت الاستهلاك، واقتصاره في الغالب على فترات محدودة خلال المساء، إضافة إلى زيادة الاعتماد على الوجبات المنزلية مقارنةً بالأشهر الأخرى من السنة.

عمليات نقاط البيع المطاعم والمقاهي



كما يتأثر أداء القطاع بتغير سلوك المستهلكين خلال الشهر، حيث تتراجع وتيرة الزيارات اليومية المنتظمة للمطاعم والمقاهي، خصوصًا خلال ساعات النهار، مقابل تركّز الطلب في أوقات محددة مثل الإفطار وبعد صلاة التراويح. ويؤدي هذا التغير في نمط الطلب إلى ضغط على معدلات التشغيل والكفاءة التشغيلية لدى بعض المنشآت، خاصةً تلك التي تعتمد على التدفق المستمر للعملاء على مدار اليوم.

وعلى الرغم من هذا التباطؤ النسبي في إجمالي المبيعات، إلا أن بعض المنشآت قد تستفيد جزئيًا من فترات الذروة المسائية، إلا أن هذا الأثر لا يكون كافيًا في كثير من الحالات لتعويض الانخفاض في النشاط خلال بقية ساعات اليوم، مما يجعل شهر رمضان من الفترات الأقل أداءً للقطاع على أساس شهري وفقًا لبيانات نقاط البيع.

قطاع الإعلام والإعلان

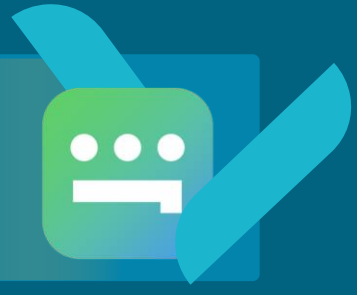
يعد شهر رمضان موسمًا رئيسيًا لقطاع الإعلام والإعلان في المملكة، حيث ترتفع نسب المشاهدة التلفزيونية واستهلاك المحتوى الرقمي. ويدفع ذلك الشركات إلى زيادة إنفاقها الإعلاني خلال الشهر، مستهدفة الوصول إلى شريحة واسعة من المستهلكين في فترة الذروة الإعلامية.

ويمثل شهر رمضان ذروة سنوية للإنفاق الإعلاني، حيث تسعى الشركات إلى تعزيز حضورها التسويقي خلال فترة ارتفاع التفاعل الإعلامي. ويسهم ذلك في دعم إيرادات القنوات التلفزيونية والمنصات الرقمية، ويجعل من رمضان موسمًا استراتيجيًا لتخطيط الحملات الإعلانية وبناء العلامات التجارية على المدى المتوسط.

وبحسب نتائج الربع الأول لعام 2025م لشركة **مجموعة إم بي سي**، سجلت الشركة نموًا في الإيرادات بنسبة **64.9%** مقارنةً بالربع السابق، ويُعزى هذا الارتفاع بشكل رئيسي إلى زيادة إيرادات الإعلانات والإيرادات الرقمية خلال شهر رمضان.

وشهدت منصة **شاهد**، أقوى موسم رمضاني في تاريخها، حيث ارتفعت إجمالي الإيرادات بنسبة **31.2%** لتصل إلى **391.3 مليون** ريال سعودي. وجاء هذا النمو مدفوعًا بارتفاع إيرادات **الإعلانات** بنسبة **55.8%** لتبلغ **115.1 مليون** ريال سعودي، إلى جانب نمو إيرادات **الاشتراكات** بنسبة **20.3%** لتصل إلى **264.1 مليون** ريال سعودي.

ويعكس هذا الأداء الدور المحوري لشهر رمضان كموسم ذروة لقطاع **الإعلام والترفيه**، حيث يؤدي ارتفاع نسب المشاهدة وتزايد استهلاك المحتوى الرقمي إلى تعزيز الطلب الإعلاني، وزيادة معدلات الاشتراك في المنصات الرقمية. كما يبرز هذا النمو التحول المتسارع نحو المنصات الرقمية كقناة رئيسية للإيرادات، مدعومًا بتغير سلوك المستهلك خلال الموسم الرمضاني وارتفاع التفاعل مع المحتوى المحلي.



391.3 مليون ريال

إجمالي إيرادات منصة شاهد في موسم رمضان 2025

أثر موسم رمضان على قطاعات سوق الأسهم السعودي (تاسي)

الطاقة	أصول هذا القطاع تعتمد على أسعار النفط العالمية والطلب الصناعي، ولا يتأثر بشكل مباشر بالعوامل الموسمية المحلية مثل رمضان	**لا يوجد تأثير**

المواد الأساسية	نشاط تصنيع المواد الأساسية لا يرتبط بالطلب الاستهلاكي في رمضان، لذا لا يظهر تأثير موسمي واضح	**لا يوجد تأثير**

السلع طويلة الأجل	يشمل سلعًا ذات طابع استثماري طويل الأجل، ولا يتأثر مباشرة بالطلب الموسمي	**لا يوجد تأثير**

السلع الرأس مالية	الطلب على السلع الرأسمالية مرتبط بالمشاريع والاستثمارات طويلة الأجل، وليس موسميًا	**لا يوجد تأثير**

الخدمات التجارية والمهنية	قد يشهد ارتفاعًا طفيفًا في الطلب على بعض الخدمات ذات الصلة بتحريك النشاط التجاري خلال الموسم، لكنه تأثير محدود	**تأثير إيجابي محدود**

النقل	ارتفاع الطلب على خدمات النقل الجوي والبري المرتبط بالعمرة والسفر يزيد من نشاط شركات النقل والخدمات اللوجستية خلال الموسم	**إيجابي**

الخدمات الاستهلاكية	قد يستفيد من ارتفاع الطلب على الخدمات غير الأساسية (السفر، الترفيه، المطاعم بعد الإفطار)، لكنه تأثير معتدل	**تأثير إيجابي محدود**

الإعلام والترفيه	يرتفع الطلب على المحتوى الإعلامي والبرامج الرمضانية، ما يدعم الإيرادات الإعلانية والتفاعل الجماهيري	**إيجابي**

تجزئة وتوزيع السلع الكمالية	ارتفاع ملحوظ في الطلب على الملابس والهدايا والاستعداد للعيد، ما يدعم أداء الشركات في هذا القطاع	**إيجابي**

المنتجات المنزلية والشخصية	الطلب الموسمي يرتفع على هذا النوع من المنتجات، لا سيما مع استعدادات العيد والتجمعات الأسرية	**إيجابي**

تجزئة وتوزيع السلع الاستهلاكية	الطلب على المواد الغذائية والسلع الأساسية يزيد بشكل واضح في رمضان	**إيجابي**

إنتاج الأغذية	الطلب الغذائي يرتفع خلال موسم رمضان، ما يعزز أداء شركات الإنتاج الغذائي	**إيجابي**

الأدوية	الطلب الدوائي ثابت نسبيًا عبر المواسم بوجه عام، ولا يتأثر اقتصاديًا بالتغير الموسمي في السلوك الاستهلاكي	**لا يوجد تأثير**

الرعاية الصحية	الطلب على الخدمات الصحية لا يتأثر بشكل مباشر بتقلبات الاستهلاك الموسمي في رمضان	**لا يوجد تأثير**

البنوك	التأثير الموسمي محدود، وقد يتأثر تحليل الأداء ربع السنوي بتغير توقيت رمضان بين الأرباع، لكنه لا يتأثر في النشاط البنكي الأساسي	**تأثير محدود**

الخدمات المالية	نشاط القطاع يعتمد على تداول الأصول والاستثمارات المالية، ولا يرتبط ارتباطًا مباشرًا بموسم استهلاكي مثل رمضان	**لا يوجد تأثير**

التأمين	نشاط التأمين مرتبط بعقود طويلة الأجل، ويظهر تأثير موسمي محدود في حالات معينة فقط (التأمين الصحي/السفر)	**تأثير محدود**

التطبيقات وخدمات التقنية	زيادة الاستخدام الرقمي خلال رمضان قد تدعم مؤشرات الاستخدام، لكن التأثير على الإيرادات متفاوت ومحدود في المدى القصير	**تأثير محدود**

الاتصالات	ارتفاع استخدام الخدمات الرقمية والبيانات خلال الشهر، مع احتمال تأثير إيجابي محدود على بعض المؤشرات التشغيلية	**تأثير محدود**

المرافق العامة	الطلب على المياه والكهرباء ثابت نسبيًا، ولا يتأثر بتقلبات موسمية في الطلب الاستهلاكي	**لا يوجد تأثير**

إدارة وتطوير العقارات	نشاط طويل الأجل، وتتأثر نتائجه بعوامل اقتصادية أوسع من التغيرات الموسمية البسيطة	**لا يوجد تأثير**

الصناديق العقارية المتداولة	قد تستفيد بعض الأصول في المناطق التجارية أو السكنية ذات النشاط المرتفع موسميًا، لكن التأثير بشكل عام محدود وغير مباشر	**تأثير محدود**

ما هو أثر العمرة في رمضان على الاقتصاد السعودي؟

تُعد العمرة خلال شهر رمضان أحد أهم المحركات الموسمية للنشاط الاقتصادي في المملكة العربية السعودية، حيث يجتمع البعد الديني مع البعد الاقتصادي في فترة تشهد ارتفاعًا كبيرًا في أعداد المعتمرين من داخل المملكة وخارجها.

ويؤدي هذا التدفق إلى زيادة الإنفاق في عدد من القطاعات الخدمية، مما يعزز مساهمة الأنشطة غير النفطية في الاقتصاد الوطني، ويبرز دور السياحة كأحد روافد النمو الاقتصادي.

ويتميز موسم العمرة في رمضان بارتفاع متوسط إنفاق المعتمر مقارنةً بالأشهر الأخرى، نتيجة لطول مدة الإقامة نسبيًا، وزيادة الطلب على الخدمات المرتبطة بالسكن، والنقل، والتجزئة، وهو ما ينعكس بشكل مباشر على حركة الأسواق في مدن مكة المكرمة والمدينة المنورة، إضافة إلى المدن المرتبطة بخدمات النقل والسفر.

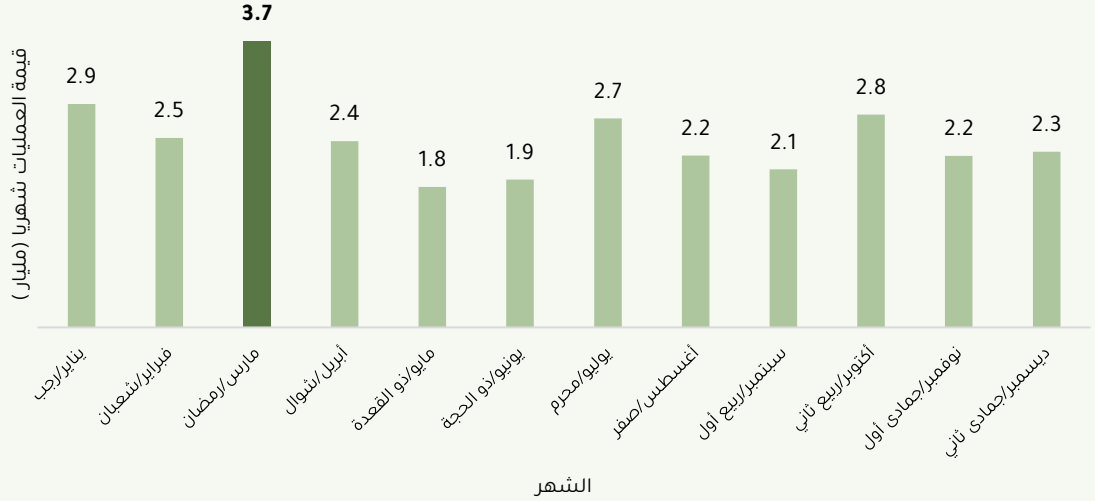
الأثر على الإنفاق السياحي

يسهم توافد المعتمرين خلال شهر رمضان في رفع حجم الإنفاق السياحي، والذي يشمل تكاليف الإقامة، والنقل، والإنفاق على الغذاء، والهدايا، إلى جانب مختلف الخدمات المرتبطة بالزيارة. ويُعد هذا الإنفاق مصدرًا مهمًا للدخل، لا سيما أن نسبة كبيرة منه تأتي من معتمرين من خارج المملكة، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على تدفقات النقد الأجنبي.

وتشير بيانات عمليات نقاط البيع الصادرة عن البنك المركزي السعودي لعام 2025م إلى تسجيل ارتفاع ملحوظ في إجمالي قيمة العمليات خلال شهر رمضان في مدينة مكة المكرمة، ويُعزى هذا الارتفاع بشكل رئيسي إلى زيادة أعداد المعتمرين خلال الموسم.

ويعكس هذا النمو الأثر المباشر للعمرة في رمضان على النشاط الاقتصادي المحلي في المدن المقدسة، حيث يؤدي ارتفاع أعداد الزوار إلى تنشيط الطلب على الخدمات السياحية والتجارية، بما يدعم إيرادات القطاعات المرتبطة بالعمرة ويسهم في تعزيز مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني

عمليات نقاط البيع في مكة المكرمة



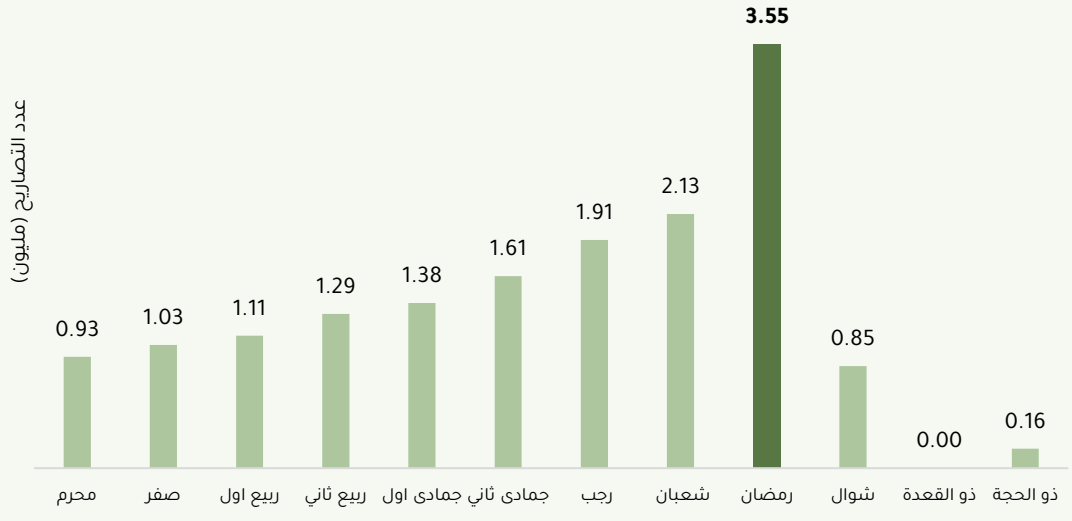
قطاع السياحة

تشكل العمرة في موسم رمضان عنصرًا أساسيًا في تنشيط قطاع السياحة حيث تعمل الجهات المعنية على رفع الطاقة الاستيعابية للخدمات المقدمة للمعتمرين. ويسهم هذا النشاط في دعم مستهدفات رؤية السعودية 2030، التي تهدف إلى زيادة أعداد المعتمرين الى 30 مليون معتمر سنويًا وتحسين تجربتهم، بما ينعكس إيجابًا على الاقتصاد غير النفطي.

30 مليون معتمر سنويًا

مستهدف الطاقة الاستيعابية لاستقبال المعتمرين لعام 2030م

تصاريح العمرة الشهرية لعام 1446 هـ



قطاع الفندقة والإيواء

يشهد قطاع الفندقة في مكة المكرمة والمدينة المنورة ارتفاعًا ملحوظًا في معدلات الإشغال خلال شهر رمضان، خاصة في العشر الأواخر من الشهر. ويؤدي هذا الارتفاع إلى زيادة الإيرادات الفندقية، وتحفيز الاستثمارات في مرافق الإيواء والخدمات المرتبطة بها، مما يعزز دور القطاع في الاقتصاد المحلي.

وبحسب نتائج الربع الأول عام 2025م لشركة جبل عمر للتطوير فإنه يوجد ارتفاع في الإيرادات بنسبة 75% مقارنة بالربع السابق، وأرجعت الشركة هذا الارتفاع بشكل رئيسي إلى نمو إيرادات قطاع الفنادق بنسبة 88%، مدفوعًا بوقوع موسم شهر رمضان ضمن هذا الربع.

ويعكس هذا الأداء التأثير المباشر لموسم العمرة الرمضاني على قطاع الإيواء في المناطق القريبة من الحرم المكي، حيث يؤدي ارتفاع أعداد المعتمرين إلى زيادة معدلات الإشغال وارتفاع متوسط أسعار الغرف.

%88

نمو إيرادات قطاع الفنادق خلال موسم شهر رمضان

قطاع الطيران والنقل

يسهم موسم العمرة في رمضان في زيادة الطلب على خدمات الطيران والنقل، سواء الرحلات الدولية القادمة إلى المملكة أو الرحلات الداخلية بين المدن. ويؤدي هذا النشاط إلى رفع معدلات التشغيل لشركات الطيران، وزيادة الطلب على خدمات النقل البري، مما ينعكس على أداء قطاع النقل بشكل عام.

ووفقًا لما ورد في نشرة إصدار شركة طيران ناس، بلغ عدد الوافدين لأداء العمرة نحو 8.4 مليون معتمر في عام 2022م. وفي إطار مستهدفات رؤية المملكة 2030، تسعى المملكة إلى رفع عدد المعتمرين إلى 30 مليون معتمر سنويًا بحلول عام 2030م، ما يشير إلى توسّع كبير مرتقب في حجم الطلب على خدمات العمرة.

8.4 مليون معتمر

عدد الوافدين لأداء العمرة في عام 2022م.

ولتحقيق هذا الهدف، تنفذ الحكومة حزمة من الإجراءات الاستراتيجية، تشمل تسهيل أنظمة التأشيرات، وتطوير القدرات التشغيلية، ودعم مختلف مكونات سلسلة القيمة المرتبطة بقطاع العمرة، بما في ذلك شركات الطيران والمطارات. ويُتوقع أن ينعكس هذا التوسع بشكل مباشر على نمو الطلب على النقل الجوي، وزيادة عدد الرحلات، وارتفاع معدلات التشغيل، بما يدعم إيرادات شركات الطيران العاملة في هذا القطاع.

كما تعكس البيانات المتاحة النتائج الإيجابية لهذه الجهود، حيث ارتفع عدد المعتمرين غير السعوديين الوافدين لأداء العمرة من 7.5 مليون معتمر في عام 2019م إلى 13.5 مليون معتمر في عام 2023م، محققًا نموًا يُقدَّر بنحو 80%، وذلك رغم الانخفاض الحاد خلال عامي 2020م و2021م نتيجة جائحة كوفيد-19. ويؤكد هذا النمو التعافي السريع للقطاع والفرص الكبيرة المتاحة أمام شركات الطيران والمطارات ومقدمي الخدمات اللوجستية للاستفادة من الزخم المتزايد لموسم العمرة، خصوصًا خلال شهر رمضان.

قطاع التجزئة والخدمات

يسهم توافد المعتمرين خلال شهر رمضان في رفع مستوى الطلب على قطاع التجزئة، لا سيما على المنتجات المرتبطة بالهدايا، والملابس، والمواد الغذائية، إضافة إلى عدد من الخدمات المصاحبة مثل الاتصالات والنقل المحلي. ويؤدي هذا النشاط إلى تنشيط الحركة التجارية ودعم أداء المنشآت العاملة في المناطق المحيطة بالحرمين الشريفين

وفي هذا السياق، أظهرت نتائج الربع الأول لعام 2025م لشركة بن داود القابضة تحقيق علامة بن داود التجارية نموًا بنسبة 5.8% في مبيعات قطاع التجزئة، مدعومًا بتأثير موسم شهر رمضان. ويعكس هذا النمو الأثر الإيجابي للمواسم الدينية على الطلب الاستهلاكي، خصوصًا في السلع الأساسية، ويؤكد الدور المحوري لموسم العمرة الرمضاني في دعم أداء قطاع التجزئة والخدمات المرتبطة به.

%5.8

نمو مبيعات قطاع التجزئة لشركة بن داود خلال موسم رمضان

الأثر على الناتج المحلي غير النفطي

تسهم العمرة خلال موسم رمضان في دعم نمو الناتج المحلي غير النفطي، من خلال زيادة مساهمة قطاعات السياحة، والخدمات، والنقل، والتجزئة. ويأتي هذا الأثر في إطار مستهدفات تنويع مصادر الدخل وتعزيز مساهمة القطاعات غير النفطية في الاقتصاد السعودي.

بشكل عام، تمثل العمرة في موسم رمضان عنصرًا اقتصاديًا محوريًا في دعم النشاط الاقتصادي بالمملكة العربية السعودية، حيث تجمع بين البعد الديني والبعد الاقتصادي، وتسهم في تنشيط عدد من القطاعات الحيوية، لا سيما السياحة الدينية والخدمات. ويؤكد هذا الدور أهمية الاستثمار المستمر في تطوير منظومة العمرة، باعتبارها أحد المحركات المستدامة للاقتصاد غير النفطي.

التحديات التي تواجه الشركات في موسم رمضان

على الرغم من الأثر الإيجابي الذي يحققه موسم رمضان على مستويات الطلب ونشاط عدد من القطاعات الاقتصادية، إلا أن هذا الموسم يفرض في الوقت ذاته مجموعة من التحديات التشغيلية والمالية على الشركات. وتختلف طبيعة هذه التحديات باختلاف القطاعات، إلا أنها تشترك في كونها تحديات موسمية تتطلب من الشركات قدرة عالية على التخطيط والتكيف.

قلة ساعات العمل وتأثيرها على الإنتاجية

تُعد قلة ساعات العمل الرسمية خلال شهر رمضان من أبرز التحديات التي تواجه الشركات، حيث يؤدي تقليص ساعات الدوام إلى انخفاض عدد ساعات التشغيل الفعلية، خصوصًا في القطاعات التي تعتمد على العمل المكتبي أو الإنتاج المنتظم. وعلى الرغم من أن بعض القطاعات الخدمية تحافظ على نشاطها خلال فترات المساء، إلا أن الأثر على الإنتاجية يظل متفاوتًا بين القطاعات، مما يفرض تحديات على جدولة الأعمال وتسليم المشاريع في الوقت المحدد.

موسمية الإيرادات وتذبذب الأداء المالي

يمثل شهر رمضان موسمًا ترتفع فيه الإيرادات لبعض الشركات بشكل ملحوظ، في حين تشهد شركات أخرى تباطؤًا نسبيًا في نشاطها. ويؤدي هذا التفاوت إلى تذبذب في الأداء المالي خلال السنة، مما قد يؤثر على استقرار التدفقات النقدية، خاصةً لدى الشركات التي تعتمد بشكل كبير على المواسم الاستهلاكية في تحقيق إيراداتها.

انتقال شهر رمضان بين الأرباع المالية

نظرًا لاعتماد التقويم الهجري على السنة القمرية، ينتقل شهر رمضان سنويًا بين الأرباع المالية في التقويم الميلادي. ويُشكل هذا الانتقال تحديًا للشركات والمحللين الماليين عند مقارنة الأداء ربع السنوي، حيث قد تظهر فروقات في النتائج لا تعكس بالضرورة تغيرًا جوهريًا في الأداء التشغيلي، بل تعود إلى الأثر الموسمي لرمضان وانتقاله من ربع إلى آخر.

تكرار شهر رمضان مرتين في سنة ميلادية واحدة

في بعض السنوات الاستثنائية، قد يتزامن وقوع شهر رمضان مرتين ضمن نفس السنة الميلادية، وهو ما سيحدث في عام 2030م نتيجة للفارق بين السنة القمرية والسنة الميلادية. ويشكل هذا الأمر تحديًا إضافيًا للشركات من ناحية التخطيط المالي، حيث تتأثر النتائج السنوية بتأثير موسمي مزدوج، مما يتطلب توضيحًا دقيقًا عند تحليل الأداء السنوي وتفسير التغيرات في الإيرادات والتكاليف.

ارتفاع التكاليف التشغيلية خلال الموسم

تواجه بعض الشركات ارتفاعًا في التكاليف التشغيلية خلال شهر رمضان، نتيجة زيادة الطلب على العمالة المؤقتة، أو تكاليف التشغيل خلال ساعات المساء، أو تكثيف الحملات التسويقية والإعلانية. وقد يؤدي ذلك إلى الضغط على هوامش الربح، خاصة إذا لم يقابله نمو متناسب في الإيرادات.

بشكل عام، يفرض موسم رمضان على الشركات مزيجًا من الفرص والتحديات، حيث يتطلب التعامل مع هذا الموسم قدرة على التوازن بين الاستفادة من ارتفاع الطلب من جهة، وإدارة التحديات التشغيلية والمالية من جهة أخرى. وتُعد الشركات القادرة على التخطيط المسبق والتكيف مع الطبيعة الموسمية لشهر رمضان أكثر قدرة على تحقيق أداء مستقر ومستدام على المدى الطويل.

ملخص التقرير

يُعد شهر رمضان المبارك موسمًا دينيًا واجتماعيًا ذا أثر اقتصادي واضح، حيث تتغير خلاله أنماط الاستهلاك وسلوك الأفراد، مما ينعكس على حركة الأسواق ومستويات الطلب في العديد من القطاعات الاقتصادية. ويظهر هذا الأثر بدرجات متفاوتة بين الدول، إلا أنه يظل سمة مشتركة داخل المجتمعات المسلمة نظرًا لخصوصية الشهر وتكراره السنوي.

وفي المملكة العربية السعودية، يسهم موسم رمضان في دعم النشاط الاقتصادي غير النفطي من خلال ارتفاع الطلب الاستهلاكي وتنشيط قطاعات التجزئة، والأغذية والمشروبات، والإعلام، إضافة إلى الدور المحوري لموسم العمرة في تحفيز قطاعات السياحة الدينية، والفندقة، والنقل. وفي المقابل، يُظهر بعض القطاعات، مثل المطاعم والمقاهي، أداءً أضعف نسبيًا خلال الشهر نتيجة تغير أنماط وتوقيت الاستهلاك.

كما يفرض شهر رمضان مجموعة من التحديات التشغيلية والمالية على الشركات، أبرزها موسمية الإيرادات، وتغير ساعات العمل، وانتقال الشهر بين الأرباع المالية. وبين هذه الفرص والتحديات، تبرز أهمية التخطيط المسبق والمرونة التشغيلية لتمكين الشركات من تحقيق استفادة مستدامة من هذا الموسم الاقتصادي.

فريق التقرير

فارس القحطاني
رئيس قسم الابحاث
falqahtani@sukuk.sa

محمد التمامي
محلل مالي
maltammami@sukuk.sa

المصادر

تقرير التجارة الإلكترونية على منصة سلة في شهر رمضان 2024

البنك المركزي السعودي

وزارة الحج والعمرة

نشرة اصدار طيران ناس

تداول

صكوك
Sukuk Capital

sukuk.sa Sukuk_sa Sukuk-Capital Sukuk Capital 9200 06731