السياحة الرياضية والميزة التنافسية

الإمكانات الكامنة في المملكة العربية السعودية

كي بي إم جي في السعودية

مايو ٢٠٢٢

فهرس المحتويات

٣ تمهيد

٤ السياحة الرياضية وأثرها عالمياً

٥ نموذج السياحة الرياضية

٦ دراسات حول تجارب عالمية

– التزلج في اليابان

– الجولف في دبي

– سباق الماراثون

– أولمبياد سيدني لعام ٢٠٠٠

١٤ الرياضة في المملكة العربية السعودية

٢٠ الأثر الاقتصادي

٢٢ النتائج الرئيسية

٢٣ المراجع

٢٤ تواصل معنا

تمهيد

لا يعدّ الدمج بين الرياضة والسياحة مفهوماً مستحدثاً؛ فلطالما كانت هناك رحلات خاصة من أجل لعب الجولف والتزلّج، ولطالما سافر السياح لمسافات طويلة عبر العالم لحضور دورة الألعاب الأولمبية أو كأس العالم، ومع ذلك نما قطاع السياحة الرياضية مؤخراً في بلدان لم تكن وجهات رياضية تقليدية أو مستضيفة للأحداث الرياضية الكبرى مسبقاً؛ حيث تنبهت هذه البلدان إلى الآثار الاقتصادية والاجتماعية الواسعة للسياحة الرياضية وأصبحت ترغب في الاستثمار والحصول على حصة فيها.

وتعد هذه الحصة كبيرة نسبياً، فوفقًا لأرقام منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة قبل جائحة كورونا، تستقطب السياحة الرياضية حول العالم ما بين ١٢ و١٥ مليون سائح أو زائر كل عام، وتشكل ١٠٪ من صناعة السياحة في العالم، كما تحقق إيرادات تُقدار بحوالي ٨٠٠ مليار دولار أمريكي.[1]

تتطلّب السياحة الرياضية الفعّالة جهدًا كبيرًا، بما في ذلك تنظيم الأحداث والفعاليات الرياضية للجمهور والمشاركين، والترويج لها في الأسواق الجديدة، ورفع وتحسين مستوى البنية التحتية.

من الواضح أن المملكة العربية السعودية قد بدأت فصلاً جديدًا في تاريخ السياحة الرياضية من خلال سباق «الفورمولا ١» في جدة في ديسمبر ٢٠٢١، وهو أول سباق على الإطلاق من الدرجة الأولى لرياضة السيارات في المملكة؛ ومن المنطقي بعده أن تتم دراسة كيفية تطوير قطاع السياحة الرياضية في السعودية للاستفادة من أقصى قدر من إمكاناتها.

تعمل معظم الدول ومنها السعودية على بناء ثقافة رياضية تجذب السياح المحليين والعالميين مما يتطلب مجهودات كبيرة من ضمنها تنظيم أحداث رياضية تستقطب الجمهور والمشاركين والترويج لها في أسواق جديدة ورفع مستوى البنية التحتية وغيرها من المبادرات الأخرى. علاوة على ذلك، تحتاج السعودية ونظيراتها من الدول إلى دراسة المزايا الفريدة التي تقدمها بلادهم للسياح الرياضيين، وهذه المزايا تبدأ من جغرافية المكان ولكنّها بالتأكيد لا تقتصر عليها حيث يمكن أن يعزز التخطيط المدروس والاستثمار-بمساعدة التطور التقنية اليوم- الرياضة في كلّ مكان.

يساهم القطاع الرياضي حاليًا في السعودية بنحو ٠,٢٪ من الناتج المحلي الإجمالي للمملكة في حين يساهم قطاع السياحة بنحو ٣٪ وفقًا لوزارة الرياضة ووزارة السياحة، وللوزارتين أهداف نمو طموحة: فبحلول عام ٢٠٣٠، من المستهدف أن تساهم الرياضة بنسبة ٠,٦٪ من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي والسياحة بنسبة ١٠٪، وتعدّ السياحة الرياضية واحدة من أكثر المجالات الواضحة للنمو في القطاعين.

حنان عبد الله العوين
شريك، القطاع الحكومي والعام

آلاستير جراهم
مدير تنفيذي، خدمات الرياضة

السياحة الرياضية وأثرها عالمياً

تؤثر السياحة الرياضية بشكل كبير على المناطق الجغرافية والاقتصادات المختلفة، حيث ينتشر الجولف والتزلج -وهما أكبر مجالين للسياحة الرياضية- على نطاق واسع، وتعدّ أوروبا -وهي موطن لعبة الجولف تاريخيًا- رائدة في هذا المجال وتحتضن المملكة المتحدة وإيرلندا وفرنسا وإسبانيا معظم ملاعب الجولف.[٢] وتُعد الولايات المتحدة أيضًا مركز نفوذ في مجال لعبة الجولف وتحتضن أكثر من ٤٠٪ من ملاعب الجولف في العالم.[٣] ومع ذلك تمتد لعبة الجولف بسرعة خارج جذورها الغربية التقليدية. ففي السنوات العشرين الماضية تبوأت اليابان وكوريا والصين وتايلاند مراكزًا متقدمة ضمن أعلى ٢٠ دولة في مجال تجهيزات ملاعب الجولف، وخطت دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مثل: الإمارات العربية المتحدة ومصر وتونس والمغرب، خطوات كبيرة في هذا المجال.[٤]

وعلى الرغم من أنّ رياضة التزلج تعدّ الأبرز في الغرب، إلّا أنّها شهدت تحولاً نحو الشرق بقدر ملحوظ في العقود الأخيرة وتقود أوروبا العالم بصفتها وجهة سياحية للتزلج وتتبعها عن كثب في ذلك أمريكا الشمالية (كندا والولايات المتحدة) وكما هو الحال مع لعبة الجولف تزداد منتجعات التزلج الآسيوية مع تزايد الناس الأثرياء في المنطقة، وعلاوة على ذلك، برزت رياضة التزلج في الصين واليابان اللتان ستستضيفان دورة الألعاب الشتوية لعام ٢٠٢٢، وكانتا قد استضافتا دورة الألعاب الشتوية لعام ١٩٩٨، بما يمثل جزئيًا جهوداً واضحة لتعزيز السياحة الرياضية الشتوية.

أمّا بالنسبة للرياضات الناشئة، مثل: الرياضات الشديدة ورياضات المغامرة فإنها تتطلب مساحة أصغر؛ مما يجذب انتباه المناطق التي لم تكن فيها رياضة الجولف والتزلج رياضة شعبية بشكل تقليدي، فمثلاً أصبحت دبي وجهة بارزة لمحبي رياضة القفز المظلي بأنواعه ويشمل ذلك القفز المظلي من الطائرة «skydiving» والقفز من المنصّات المرتفعة «Base-jumping» حيث تُعد ناطحات السحاب في الإمارات منصات مثالية للقفز من أماكن مرتفعة، ويوفر ساحلها الفريد مشهدًا فريدًا للقفز بالمظلات، وحتى من دون ناطحات السحاب، يمكن للبلدان جذب الرياضات الأخرى، مثل: سباق المارثون وركوب الدراجات، وفي هذا السياق، يسافر الرياضيون المتعطشون للمغامرة لمسافات طويلة للتنافس في سباقات الجري وركوب الدراجات في ظل ظروف قاسية، مثل: حرارة الصحراء صيفاً وبرودتها شتاء. ولكن يجدر الإشارة إلى أن النجاح الرياضي الباهر في دبي لا يعود للظروف فقط، بل يعود إلى التميز والتخطيط كذلك، ومن خلال اتباع نموذج دبي لرياضات المغامرة، تُتاح الفرصة لبلدان أخرى لجذب هذا النوع من السياح.

نموذج السياحة الرياضيَّة

يقدم هذا التقرير نموذجاً يستند إلى أربع فئات من السياحة الرياضية، والغرض من هذا النموذج هو المساعدة في تحديد قطاعات السياحة الرياضية التي يمكن تطويرها بالنظر إلى خصائص السوق، حيث تندرج معظم قطاعات السياحة الرياضية في واحدة من الفئات الأربعة، والتي سترد أمثلة حولها من عدة دول في الصفحات التالية ويشمل ذلك رياضة التزلج في اليابان ورياضة الجولف في دبي والسياحة الماراثونية وأولمبياد سيدني لعام ٢٠٠٠.

فئات السياحة الرياضية

السياحة الرياضية القائمة على الوجهة

توفر الوجهة السياحية بيئة ملائمة لممارسة رياضة ما غير متوفرة في مكان إقامة السائح؛ مما يجعل السفر أمرًا ضروريًا لممارستها وفي العادة تنشأ الحاجة للسفر إلى تلك الوجهة بسبب المنطقة الجغرافية المحددة التي تتطلبها هذه الرياضة. وقد يسافر السياح الرياضيون المغرمون بالرياضة عدة مرات في السنة إلى تلك الوجهة تحديداً أو إلى وجهات متعددة فيما يسافر السياح الرياضيون العاديون مرة سنويًا أو أقل من ذلك في كثير من الأحيان، ولكنهم ما يزالون ينظرون للرياضة بصفتها هواية يريدون تحسينها.

تشمل فرص السياحة الرياضية المعتمدة على السفر في السعودية الغوص والرياضات المائية الأخرى التي يمكن أن تمارس على طول ساحل البحر الأحمر بالإضافة لتسلق الجبال والأنشطة الصحراوية مثل سباقات السيارات وركوب الدراجات النارية والمركبات المعروفة بـ «الرباعيات»، وفي هذا الصدد توفر المملكة بعضاً من أفضل الظروف في العالم. يعُد المناخ والمناظر الطبيعية في السعودية من إمكانية ممارسة الرياضات الأخرى المعتمدة على السفر ويحصرها في رياضات المغامرة ورياضات التحمل، بسبب الصحراء وحرارة الجو.

السياحة الرياضية في موقع بديل

توفر الوجهة السياحية بيئة مميزة أو مسلية بالشكل الأنسب لممارسة رياضة ما، حتى لو كان بإمكان السائح الرياضي ممارستها في بلد إقامته، فعادة ما تكون رياضة منتشرة على نطاق واسع وغالبًا ما يمكن للسائح ممارستها على مقربة من منزله عندما لا يكون في إجازة؛ ولذلك تزيد الوجهة السياحية من روعة الرياضة أو العطلة بأكملها.

يمكن أن توفر المناظر الطبيعية للساحل في السعودية بيئة رائعة ومذهلة لأكثر الرياضات السياحية رواجاً – ألا وهي لعبة الجولف. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تقام رياضات أخرى مناسبة لبيئة المملكة، التي على الرغم من أنها ليست فريدة من نوعها إلا أنها بالتأكيد مذهلة، حيث يمكن للصحراء أن تكون بيئة مثالية لممارسة الرياضات مثل ركوب الدراجات وإطلاق المناطيد.

السياحة الرياضية القائمة على المشاركة

توفر الوجهة السياحية حدثًا يمكن المشاركة فيه، وفي كثير من الأحيان يجمع الحدث بين مسابقات النخبة والهواة.
كما يمكن ممارسة الرياضات الأكثر شيوعًا في هذه الفئة، مثل: الجري وركوب الدراجات، في أي مكان مما يسمح للمتنافس التحضير لهذا الحدث في المنزل قبل السفر إلى الوجهة.

ولعلَّ السياحة الرياضية القائمة على المشاركة هي أقل جانب مكتشف للسياحة الرياضية في السعودية حتى الآن، ولكن مع زيادة انفتاح السعودية للزوار، من المتوقع أن تنمو نسب المشاركة بشكل كبير، وقد تشمل الأحداث الرئيسية سباقات الجري وركوب الدراجات في الصحراء، وتمتد الإمكانية لرياضات أخرى مع تطور البنية التحتية، مثل: الجولف ويمكن تنظيم فعاليات الهواة لزيادة تشجيع سياحة الجولف.

السياحة الرياضية للجماهير

توفر الوجهة السياحية حدثًا للمشاهدة، وقد يكون الحدث حدثًا عالميًا متغيّر الموقع (مثل الألعاب الأولمبية أو كأس العالم) أو قد يكون حدثًا مرتبطًا بموقع معين،مثل بطولة «الماسترز» وفي الغالب تتنافس الدول لاستضافة حدث ما، وتتنافس على تعزيز السمعة أو التأثير الاقتصادي المرتبط بالحدث، وبهذا الصدد يمكن للأحداث الرياضية الكبرى أن تنشئ إرثًا عالميًا للمدينة المضيفة (إيجابيًا أو سلبيًا) استنادًا إلى التنظيم والنجاح المتصور للحدث.

قامت السعودية بضخ استثمارات هائلة من أجل جلب أحداث من الدرجة الأولى إلى البلاد (انظر الصفحة ١٤). وقد يصح القول: بأن هذه الأحداث تستهدف في الوقت الحالي التسويق للمملكة كوجهة رياضية؛ وبالتالي التأثير على الطلب السياحي في عناصر أخرى من هذا النموذج ونعتقد أننا سنرى إمكانية عالية مرتبطة بالسياحة الرياضية للجمهور، وستحقق إلى حدٍ كبير نجاحاً عالياً.

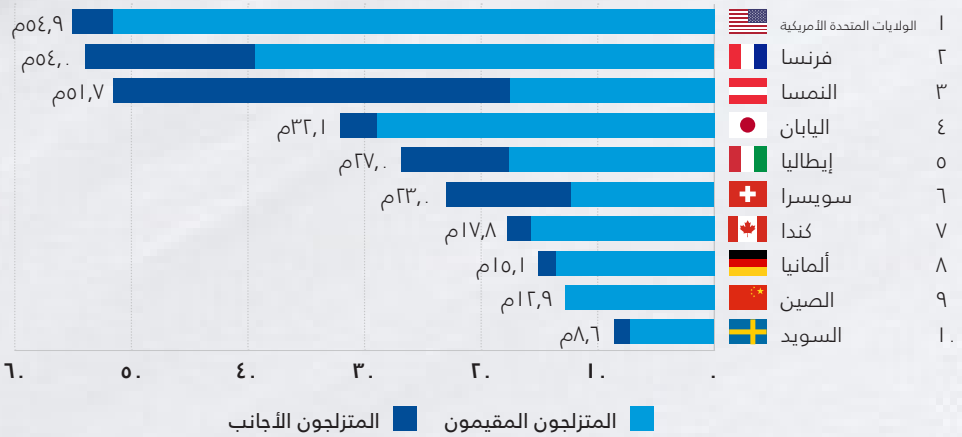
دراسة حالة: التزلج في اليابان

السياحة الرياضية القائمة على الوجهة

شهدت رياضة التزلج في اليابان تحولاً كبيرًا على مدى العقود الأربعة الماضية، وكانت التغيرات التي طرأت عليها مدفوعة بنمو الاقتصاد وانهياره وبالأحداث الرياضية الكبيرة وباستراتيجية ملائمة للسياحة الوافدة، وساعدت دراسة حالة أجراها ماساكي كوريها، أستاذ الجغرافيا الإقليمية في جامعة تسوكوبا، في تتبع تحول القطاع من خلال النظر في تطوير رياضة التزلج في منطقة نيسيكو-هيرافو.[٥]

الأماكن التي يتزلج معظم الناس فيها على المنحدرات[٦]

متوسط عدد زيارات المتزلجين في الموسم الواحد (متوسط آخر ٥ سنوات)*



*تعرف زيارة المتزلجين بأنها زيارة شخص واحد لمنطقة تزلج في كل أو أي جزء من اليوم لغرض التزلج أو التزلج على الجليد أو أيّ من الأنشطة الأخرى، يقوم المتزلج الذي يتزلج لمدة أسبوع كامل بـ ٧ زيارات.

لمحة تاريخية

بدأت رياضة التزلج في نيسيكو-هيرافو بداية مبشرة، في عام ١٩١٢، عندما زارها الضابط النمساوي ثيودور فون لرش، الذي يقال أنه من أنشأ التزلج في اليابان، وأثناء وجوده هناك، قام فون لرش بتدريس تقنيات التزلج في كوتشان تشو وحاول تسلق جبل يوتي القريب، وعلى مر العقود، تطورت رياضة التزلج باستمرار وبحلول حوالي عام ١٩٣٠ أطلق على المنطقة اسم «سانت موريتز الشرق».

وفي الفترة بين الحرب العالمية الثانية ونهاية الحرب الباردة، شهدت اليابان طفرة اقتصادية، لتصبح ثاني أكبر اقتصاد في العالم بعد الولايات المتحدة. وفي ظل هذا النمو، أنفق السكان اليابانيون ثرواتهم الجديدة على السلع والأنشطة الفاخرة، والتي من ضمنها رياضة التزلج.

الازدهار والانهيار

خلال الثمانينيات وحتى التسعينيات، ازدهرت رياضة التزلج المحلية في اليابان. وخلال هذا الوقت، توسعت منطقة التزلج نيسيكو-هيرافو الى حدٍ كبير، وبدأ المتزلجون يأتون إلى نيسيكو ليس من جزيرة هوكايدو التي تقع فيها منطقة نيسيكو فقط ، ولكن من جميع أنحاء اليابان.

ثم جاء الانكماش الاقتصادي في التسعينات في اليابان مما أدى إلى تراجع أنشطة التزلج، وابتداءً من منتصف التسعينات، بدأ عدد زوار نيسيكو ومناطق التزلج الأخرى في جميع أنحاء اليابان في الانخفاض.

ومع ذلك، تم إحياء رياضة التزلج في اليابان من خلال قرارين استراتيجيين رئيسيين: دورة الألعاب الأولمبية الشتوية لعام ١٩٩٨ والترويج بشكل مكثف للسياحة الوافدة.

دورة الألعاب الأولمبية الشتوية ١٩٩٨

جاءت دورة الألعاب الأوليمبية الشتوية لعام ١٩٩٨ التي أقيمت فى محافظة ناغانو في الوقت المناسب لرياضة التزلج اليابانية، وفي ظل الدمار الذي ألحقه الانكماش الاقتصادي في اليابان في قطاع التزلج المحلي في التسعينات، كان التزلج بحاجة للفت النظر عالمياً، وتحقق هذا بالطبع من خلال الألعاب الأوليمبية التي تُعد الحدث الرياضي الأكثر شهرة في العالم، وربما لم يكن العديد من المتابعين الدوليين للألعاب الأولمبية على اطلاع بإمكانات الرياضات الشتوية في اليابان قبل عام ١٩٩٨، ولكن سرعان ما تغير هذا التصور من خلال التغطية الإعلامية الكثيفة لمدة شهر لفعاليات الرياضيين المتنافسين على الجبال الثلجية في اليابان.

وقد وضعت اللجنة المنظمة لدورة الألعاب الأولمبية الشتوية لعام ١٩٩٨ نصب أعينها الترويج «للعلامة التجارية» لليابان.[٧] وشاركت اللجنة في مجموعة من الأنشطة باستخدام التمويل الحكومي للترويج العالمي، بما في ذلك إنشاء مركز للعلاقات العامة وتعزيز الألعاب باللغات الأجنبية، ومع ذلك تطلب الأمر حملة ترويجية للسياحة بين القطاعين العام والخاص بعد دورة الألعاب قبل أن تشهد مناطق التزلج في اليابان زيادة كبيرة في السياحة.

خطط ترويج السياحة اليابانية

بدأ الترويج القوي للسياحة الوافدة إلى اليابان حوالي العام ٢٠٠٠، وقد أدى ذلك إلى وضع سياسات جديدة بشأن السياحة العالمية، تهدف إلى زيادة السياحة الوافدة إلى أسواق معينة، ومن المبادرات الفاعلة حملة زيارة اليابان، التي كانت عبارة عن خطة سداد جزئية ساهمت بموجبها وزارة الأراضي والنقل والبنية التحتية والسياحة في تكلفة التسويق الخارجي لمشغلي السياحة الخاصة. وفي السنوات الأربع التي تلت إطلاق حملة زيارة اليابان، زادت السياحة الوافدة إلى اليابان بنسبة ملحوظة تعادل ٥٩٪.[٨]

استفادت هاكوبا ضمن منطقة ناغانو الأولمبية بوجه خاص من تلك الحملة، كونها قرية تمارس فيها رياضة التزلج بكثافة. ونظم ائتلاف شُكّل حديثاً في هاكوبا مشغلين محليين لمواءمة أنشطتهم المتعلقة بحملة زيارة اليابان حول الأسواق المستهدفة المشتركة. في حين ركز قطاع السياحة في هاكوبا في البداية على السياح الآسيويين (على غرار القرى الأخرى)، واكتشف هذا القطاع أن الأستراليين يميلون إلى السفر كأسرة واحدة والبقاء لفترة أطول؛ مما يؤدي إلى زيادة الإنفاق لكل زائر. وبدأت هاكوبا تشهد تدفقًا كبيرًا للزوار الأجانب خلال أوائل القرن العشرين، بمعدل فاق القرى المستضيفة الأخرى داخل ناغانو. كما تقدم جهود هاكوبا المتعلقة بحملة زيارة اليابان مثالاً رئيسيًا حول الاستخدام الخاص الفاعل للميزانيات الحكومية المخصصة للسياحة الرياضية.

وقد أفادت الجهود الحثيثة في زيادة السياحة الوافدة صناعة التزلج اليابانية بأكملها، ومع مرور الوقت، بدأ سياح التزلج العالميون، وخاصة من المنطقة المحيطة والتي تفتقر لمناطق التزلج نسبيًا، بتعويض الشح الحاصل في عدد سياح التزلج المحليين، وكما هو الحال في هاكوبا، ارتفعت زيارات المتزلجين الأستراليين إلى منتجعات التزلج في اليابان بدرجة ملحوظة منذ حوالي العام ٢٠٠٠، وقد تكرر النجاح الوارد من السوق الأسترالي من خلال تدفق آخر لمتزلجين وافدين من أماكن في أنحاء آسيا، مثل: هونغ كونغ وسنغافورة.

الملخص

كانت استضافة حدث رئيسي خطوة استراتيجية وقد ساهم القطاع العام إلى ذلك بشكل كبير محليًا وإقليميًا؛ مما أدّى لتطوير وجهة سياحية ازدادت قوتها منذ ذلك الحين.

دراسة حالة: الجولف في دبي

السياحة الرياضية في موقع بديل

تعدّ رياضة الجولف أكبر سوق مرتبط بالسياحة الرياضية في العالم.[٩] وعلى نقيض التزلج، الذي يمكن ممارسته في ظل طقس وظروف جغرافية مناسبين فقط، يمكن ممارسة الجولف في جميع أنحاء العالم، وهذه الخاصية تزيد من إمكانية ممارسة هذه الرياضة؛ مما يعني أن الكثير من الناس لا يحتاجون إلى السفر لمسافات طويلة للعب الجولف – فالأمر قد لا يتعدى التنقل لمدة ٢٠ دقيقة عبر المدينة لممارسة هذه اللعبة.

لماذا تُعد لعبة الجولف، رياضة سياحية وذات شعبية خاصة حيث تندرج ضمن الفئة الثانية؟
من المرجح أن يرجع ذلك إلى بيئة الوجهة السياحية المسلية أو المرموقة أو الجميلة ذات المناظر الخلابة. وبصفتها وجهة سياحية، تتحلى دبي بهذه الخصائص، ونجاح سياحة الجولف هو دليل على أهمية تطوير الترفيه والمكانة والصورة الذهنية والجمال في هذا القطاع.

رياضة الجولف العالمية

بلغت قيمة سياحة الجولف ٢٢,٩ مليار دولار أمريكي في الآونة الأخيرة حيث سافر أكثر من ٥٠ مليون سائح جولف حول العالم لممارسة هذه اللعبة في بعض الملاعب التي يُقدر عددها بـ ٤٠,٠٠٠ ملعبًا، كما تنتشر شعبية لعبة الجولف بسرعة، لا سيما في آسيا والشرق الأوسط، ومع نمو شعبية هذه اللعبة، فإنَّ وجهات الجولف لن تصبح أكثر انتشارًا في جميع أنحاء العالم فحسب، وإنَّما سيزداد عدد سياح الجولف إلى حدٍ كبير أيضًا.

رياضة الجولف في دبي

تساهم سياحة الجولف بحوالي ٤٠ مليون دولار أمريكي في الاقتصاد في دبي.[١٠] ومؤخرًا، احتلت دبي المرتبة السادسة (إلى جانب أبوظبي) في ترتيب أفضل وجهات الجولف العالمية، بعد إسبانيا والبرتغال واسكتلندا وتركيا وأيرلندا.

بدأت سياحة الجولف المتطورة الآن في دبي من خلال التمويل الحكومي، حيث قام المكتب الهندسي التابع لشركة سمو الشيخ محمد بن راشد بتمويل نادي الإمارات للجولف، الذي تأسس في عام ١٩٨٨ كأول نادي جولف في الإمارة، ونادي خور دبي للجولف واليخوت، الذي تأسس في عام ١٩٩٣، وتمثلت رؤية المكتب وراء مشاريع الجولف في بناء سياحة الجولف من الألف إلى الياء. وفور إنشاء الناديين واستقطاب العملاء، أدرك القطاع الخاص إمكانات السوق وبدأوا في إنشاء أندية منافسة كما بادر القطاع الحكومي بالمخاطرة فيما يتعلق بمشروع المساحات الخضراء من أجل وضع الأساس لسياحة ذات أهمية استراتيجية، وفي نهاية المطاف جرى نقل ناديي الجولف إلى كيان من القطاع الخاص الذي زاد من تطوير منشآته واستثماراتها.

الخطة الزمنية لافتتاح ملاعب الجولف المكونة من ١٨ حفرة في دبي:

- **١٩٨٨** — ملعب المجلس، نادي الإمارات للجولف
- **١٩٩٣** — ملعب البطولة، نادي دبي للغولف واليخوت
- **١٩٩٦** — ملعب فالدو، نادي الإمارات للجولف
- **٢٠٠٢** — مونتغمري، ملعب نادي دبي للجولف
- **٢٠٠٧** — ملعب نادي إلس
- **٢٠٠٩** — ملعب الأرض، دبي جولف استيتس
- **٢٠١٠** — ملعب النار، دبي جولف استيتس
- **٢٠١٤** — الروابط، نادي المرابع العربية للجولف
- **٢٠١٧** — ملعب نادي ترامب الدولي للجولف دبي
- **٢٠١٨** — ملعب نادي جولف تلال دبي

المكانة المرموقة

لدى كل ملعب من ملاعب الجولف المرموقة في العالم بطولة ترتبط به على نطاق واسع، كما استضاف «أولد كورس» في سانت أندروز البطولة المفتوحة ٢٩ مرة واستضاف ملعب بيبل بيتش جولف لينكس بطولة الولايات المتحدة المفتوحة ٦ مرات، وقد لعب في هذه الملاعب بعض من أعظم لاعبي الجولف في التاريخ، وتعود بعض أكثر اللحظات التي لا تنسى في تاريخ لعبة الجولف الاحترافي إلى هذه الملاعب؛ ولذا ليس بالأمر المستغرب أن يكون قضاء وقت اللعب في الملعب القديم أو ملعب بيبل بيتش هو من أكثر التجارب التي يسعى إليها لاعبو الجولف.

لا تتمتع ملاعب الجولف في دبي بمكانة أوغوستا أو الملعب القديم، ولكن زاد الاعتراف بها إلى حدٍ كبير جراء استضافتها لبطولات الجولف الكبرى. تروج الجولة الأوروبية لموسمها على أنها «السباق إلى دبي»، والذي يتوج ببطولة موانئ دبي العالمية للجولات في نادي جميرا جولف استيتس في دبي، كما استضافت ملاعب دبي بطولة أوميغا دبي ديزرت كلاسيك، التي أقيمت في عام ٢٠٢١ للعام الثاني والثلاثين، وأوميجا دبي للسيدات.

على الرغم من أن معظم لاعبي الجولف يعرفون دبي على أنها وجهة للجولف في هذه المرحلة، إلا أنَّ المسابقات التي تحظى بمشاهدة واسعة مثل: بطولة جولة موانئ دبي العالمية لها تأثير في تنمية الاهتمام باللعب في ملعب معين أو زيارة نادي معين، مثل نادي جميرا جولف استيتس وإذا سافر السائح لمسافات طويلة، فمن المرجح أن يلعب بأكثر من ملعب واحد، ومن المرجح أيضًا أن تستقبل ملاعب الجولف الأخرى في دبي التي تقع على مقربة من بعضها البعض زيارات سائح الجولف الذي حُول إلى دبي من خلال بطولة موانئ دبي العالمية للجولات السياحية.

الجمال والطقس

تُشكل المناظر الطبيعية للمنطقة تجربة الجولف في الملعب، وتخلق الكثبان الرملية الساحلية التي تهب فيها الرياح في اسكتلندا «روابطها» المميزة. كما تتميز ملاعب باركلاند للجولف التي توجد في الولايات المتحدة أغلب الأحيان بممراتها الضيقة وخضرة أشجارها، وتُعرف الملاعب الصحراوية في دبي بجعلك تشعر بأنك في الفضاء، فممراتها الخضراء الزاهية تُبهرك من حيث وجود الصحراء القاحلة التي تحيط بها.

يسعى العديد من لاعبي الجولف لأن يحظوا بلعبة جولف رائعة: فهي لعبة قصيرة لا تقل أهمية عن ضرب كرة الجولف لأبعد مسافة، كما يسعى سياح الجولف إلى خوض تجربة جولف مميزة في أنواع مختلفة من الملاعب في العالم، ومن أجل تحفيزهم لاختيار الجولف الصحراوي، أصبحت دبي بوتيرة متزايدة الوجهة التي يرغب السياح في زيارتها.

الطقس هو ميزة أخرى يمكن أن تميز وجهة الجولف، كما أن العديد من لاعبي الجولف من شمال أوروبا غير قادرين على اللعب في ملاعبهم المحلية خلال فصل الشتاء وبالتالي يتوجهون للسفر إلى مناطق أكثر دفئًا، وأكثر تعرضًا للشمس من أجل ممارسة لعبة الجولف، وفي فصل الشتاء، يبلغ متوسط درجة الحرارة العالية اليومية في دبي حوالي ٢٥ درجة مئوية، وهذا طقس مثالي لرياضة الجولف.

الترفيه

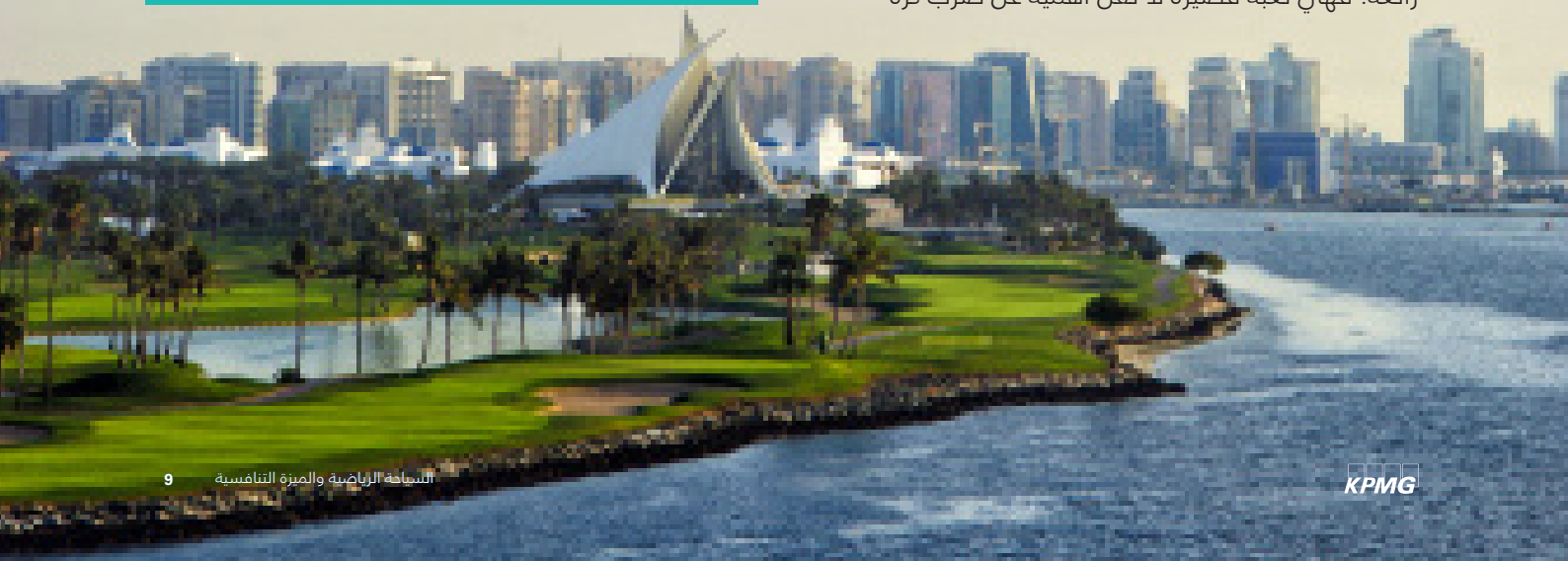
يُعد الترفيه جانبًا مهمًا لجذب السياح إلى الوجهة لممارسة الرياضة البسيطة، ويمكن مقارنة ذلك بتجربة لعبة الجولف بغض النظر عن مكان اللعب، إلا أن قيمة الترفيه المحيطة بالملعب هي عامل تَمَيُّز رئيسي.

كما لوحظ في كتاب سيمون ولويز هدسون حول سياحة الجولف، أصبحت الرحلات العائلية وما يرافقها من تجارب أكثر شعبية في عطلات الجولف.[11] وفي هذا الإطار، يعمل المسوقون حاليًا على تسويق الجولف وركوب الدراجات والطعام والمنتجعات الصحية، والمتطلبات تتزايد من حيث تجربة العملاء والقيمة مقابل المال.

أصبحت دبي واحدة من أكثر الوجهات السياحية جذبًا في العالم في السنوات الأخيرة بسبب العدد الهائل من خيارات الترفيه المتاحة، وفي هذا السياق، يمكن للسياح التسوق في مراكز التسوق الضخمة في دبي وتناول الطعام في المطاعم العالمية والوصول للشاطئ والمشاركة في الرياضات المائية والرياضات المغامرة مثل: القفز بالمظلات والطيران المظلي ويمكنهم الترفيه باعتبار أن دبي تتمتع بخيارات متنوعة للترفيه تناسب جميع الأذواق.

الملخص

تم تسخير المناظر الطبيعية والمناخ لخلق وجهة سياحية للعبة الجولف بدعم من القطاع الحكومي وتحفيزه في البداية من خلال بناء ملاعب للجولف وتمويل المناسبات الاستراتيجية المهمة ذات المستوى العالي.



دراسة حالة: سباق الماراثون

السياحة الرياضية القائمة على المشاركة

تعود جذور سباق الماراثون إلى دورة الألعاب الأولمبية في أثينا في عام ١٨٩٦ -وهي أول دورة ألعاب على الإطلاق- تضمنت سباقاً خاصًا لمسافة ٤٠ كيلومترًا لإحياء ذكرى أسطورة ركض الجندي اليوناني فيديبيدس من معركة ماراثون إلى أثينا للإبلاغ عن النصر العسكري، وفي وقت لاحق ارتفع سباق الماراثون إلى ٤٢,١٩٥ كيلومترًا وأصبح أسطورة في حد ذاته، وفي عام ٢٠١٨، شارك ١,١ مليون شخص في ماراثون منظم؛ مما جعله واحدًا من أكثر الرياضات التنافسية تنظيماً في العالم.[١٢]

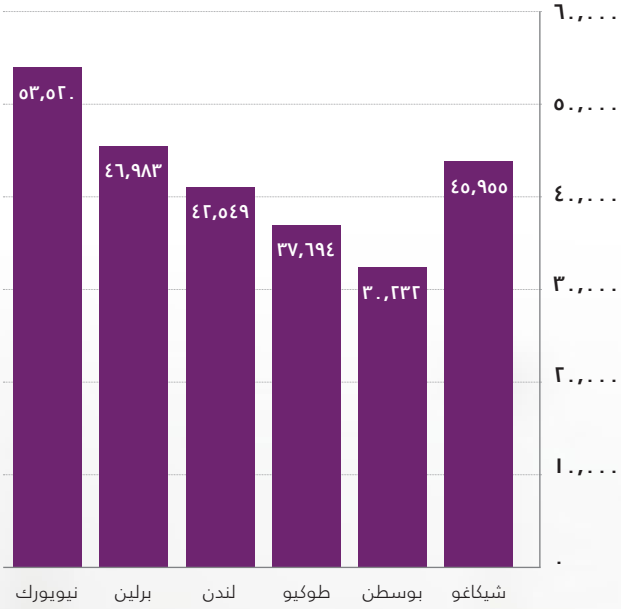
الأحداث الكبرى لسباق الماراثون العالمي

تشكل الماراثونات السنوية الستة التي تقام في بوسطن وطوكيو ولندن وبرلين وشيكاغو ومدينة نيويورك «الفعاليات الكبرى للماراثون العالمي»، وهي أرقى سباقات الماراثون في العالم وأكبرها، يجذب كل سباق ما بين ٣٠,٠٠٠ إلى ٥٠,٠٠٠ مشاركاً، ويسافر هؤلاء المشاركون من جميع أنحاء العالم للركض جنبًا إلى جنب مع العدّائين النخبة (أو على مسافة بعيدة جدًا منهم).

وفي عام ٢٠١٨، عندما سجل إليود كيبتشوج الرقم القياسي العالمي للرجال في سباق الماراثون في برلين أنهى ٤٤,٠٦٤ عداءً السباق خلفه، وفي عام ٢٠١٩، سجلت بريجيد كوسجي الرقم القياسي العالمي للسيدات في شيكاغو وتبعها ٤٥,٩٥٥ من صاحبات المركز الثاني، وكان معظم من أنهوا السباق في كلا السباقين من الهواة بما في ذلك العديد من عدائي الماراثون لأول مرة، وتُعد القدرة على منافسة الرياضيين من الطراز العالمي في مسابقة رياضية أمرًا فريدًا من نوعه من منظور عدائي الماراثونات الكبرى وهي عامل جذب مهم لسياح الرياضة.

تجذب سباقات الماراثونات المرموقة مثل الفعاليات الكبرى سياح الرياضة العالمية والمحلية، وتتأثر فعاليات الماراثون الكبرى مباشرةً بالطلب المحلي وبشكل غير مباشر بوعي المدن المستضيفة لها.

عدد المشاركين في بطولة العالم لسباقات الماراثون الكبرى



ماراثون بوسطن – الطلب المحلي

أُقيم ماراثون بوسطن في العام التالي لأولمبياد ١٨٩٦ وهو أقدم ماراثون سنوي في العالم، ويستقطب حوالي ٣٠,٠٠٠ مشارك من جميع أنحاء العالم في كل عام وفي عام ٢٠١٩، سافر ٧,٦٠٠ من هؤلاء المشاركين دوليًا (من ١١٨ دولة) للمنافسة.[١٣]

في السنوات الأخيرة، أصدر مكتب بوسطن الكبرى للمؤتمرات والزوار تقاريراً عن التأثير الاقتصادي، حيث صدرت تقديرات تفيد بأن الماراثون يضخ أكثر من ٢٠٠ مليون دولار أمريكي في اقتصاد بوسطن، وفي عام ٢٠١٨، قدر المكتب الإنفاق على الماراثون كما يلي:[١٤]

بالدولار الأمريكي	بالدولار الأمريكي	بالدولار الأمريكي	بالدولار الأمريكي	بالدولار الأمريكي
١٠٦,٨ مليون	٣٥ مليون	٣٢,٢ مليون	١٥,٦ مليون	١١,٤ مليون
مجموع إنفاق العدائين وضيوفهم في الماراثون والأحداث ذات الصلة	مجموع التبرعات الخيرية للمشاركين في الماراثون	إجمالي إنفاق المتفرجين والزوار في الماراثون والأحداث ذات الصلة	مجموع الإنفاق على الرعاية والإعلام	إجمالي إنفاق جمعية بوسطن الرياضية

قام منظمو الماراثون ببناء عدد من الفعاليات المرافقة للماراثون لزيادة إنفاق الزوار وتعزيز تجربتهم، ويُعد معرض ماراثون بوسطن، الذي عقد في الأيام ما قبل السباق أحد المعارض الرائدة في رياضة الجري من حيث المنتجات والخدمات الجديدة، وهو يضم أكثر من ١٥٠ عارضًا ويجتذب أكثر من ١٠٠,٠٠٠ مشاركًا. أطلق مهرجان مشجعي ماراثون بوسطن في عام ٢٠١٩، ومهرجان فست، المجاني والمفتوح للجمهور. ومهرجان بوسطن هو مهرجان مدته ثلاثة أيام ويقدم الأنشطة الحية والموسيقى.[١٥]

يعد تنظيم أحداث مرافقة للسباق استراتيجية رئيسية لزيادة الوقت الذي يقضيه السائح الرياضي وإنفاقه في المدينة المضيفة للماراثون، وفي حال اطلاع السياح على البرامج خلال الأيام ما قبل السباق، فمن المرجح أن يقوموا بحجز ليالي إقامة إضافية وإنفاق المزيد خلال إقامتهم، وتُعتبر هذه الأحداث الإضافية مهمة لجذب المتفرجين والجمهور أيضاً، والذين سيرونها على أنّها قيمة مضافة لرحلتهم.

ماراثون بوسطن – الوعي بالمدينة المضيفة

يتم خلق الوعي حول المدينة المضيفة للماراثون من خلال تجربة المشاركين والمتفرجين والتسويق الفاعل، وإذا كان لدى المشاركين تجربة إيجابية في المنافسة في السباق وفي الأحداث المحيطة به، فإنّ هناك فرصة أكبر لتكرار مشاركتهم، وإقناع الآخرين بالحضور إلى المدينة المضيفة وإعادة زيارتها بصفة سائحين.

يقام ماراثون بوسطن في أبريل ويمثّل بداية انطلاقة الفترة السياحية الأكثر ازدحامًا في بوسطن، والتي تمتد من أبريل إلى أكتوبر، وجرى تحديد توقيت الماراثون بقصد زيادة الوعي حول بوسطن كوجهة سياحية صيفية، وفي حين أن المشاركين في الماراثون العالمي قد لا يعودون إلى بوسطن بعد وقت قصير من السباق، قد يفكر العديد من المشاركين الإقليميين في العودة خلال فصل الصيف بعد تجربة إيجابية في الماراثون.

يتم زيادة الوعي من خلال التسويق الفاعل والاتصالات

وفي عام ٢٠١٩، قامت وسائل الإعلام من خلال Producer٢٠٠ عن طريق ٢٠٠ منفذ بتقديم ماراثون بوسطن إعلاميًا؛ مما أظهر منطقة بوسطن عالميًا بشكل جيّد ومهم للغاية.[١٦] بالإضافة إلى ذلك، بُثَّ السباق على المستوى الوطني على شبكة NBC الرياضية.

الماراثونات الأصغر حجمًا

لا تتمتع جميع سباقات الماراثون بتاريخ ماراثون بوسطن وحضوره، ومع ذلك؛ هذا لا يعني أن سباقات الماراثون التي على نطاق أصغر لا يمكن أن تكون ناجحة اقتصاديًا أو غير مفيدة في صنع الاهتمام السياحي.
تم الانتهاء من دراسة حول سباقات الماراثون متوسطة الحجم في ألمانيا لتحديد مستوى الإنفاق الاستهلاكي واستعداد الحضور لإعادة النظر في المدينة.
وتفيد نتائج استطلاعات المستهلكين التي أجريت في أحداث الماراثون التي عقدت في كولونيا وبون وهانوفر أن الناس (المشاركين والمتفرجين) قد أنفقوا في المتوسط حوالي ١٤٤ يورو خلال إقامتهم في كولونيا، و٧٣ يورو في بون و٥٦ يورو في هانوفر. وسيعيد أكثر من ثلاثة أرباع المستهلكين (٧٦,٩٪) زيارة المدينة، وسيعيد أكثر من نصفهم (٥٣,٨٪) النظر في الماراثون.[١٧]

الملخص

يُعتبر الموقع هو الجاذب الرئيسي لتنظيم الفعاليات على نطاق واسع للمشاركين، ويعد المزيج المكون من مدخلات القطاع الخاص والقطاع الحكومي في غاية الأهمية فيما يتعلق بإطلاق العنان للإمكانات التي تمتلكها هذه الفعاليات سواء من حيث التطور العالمي أو تجربة الزوار.

دراسة حالة: أولمبياد سيدني لعام ٢٠٠٠

السياحة الرياضية للجماهير

تقدم دورة الألعاب الأولمبية، التي تقام كل عامين بالتناوب بين الصيف والشتاء، فرصة للمدن لوضع نفسها على الخريطة كوجهة سياحية، ومنذ عام ٢٠٠٠، يُباع ما متوسطه ٦,٢ مليون تذكرة للمتفرجين لحضور دورة الألعاب الصيفية (باستثناء دورة ألعاب طوكيو ٢٠٢٠)، وكثير منهم يسافر دوليًا لحضورها؛ حيث بلغ متوسط مشاهدي دورة الألعاب الأولمبية الشتوية ٢٠١٨ في بيونغ تشانغ ١٩,٨ مليون مشاهد على محطة NBC و٢٧,٥ مليون للألعاب الأولمبية الصيفية ٢٠١٦ في ريو دي جانيرو.

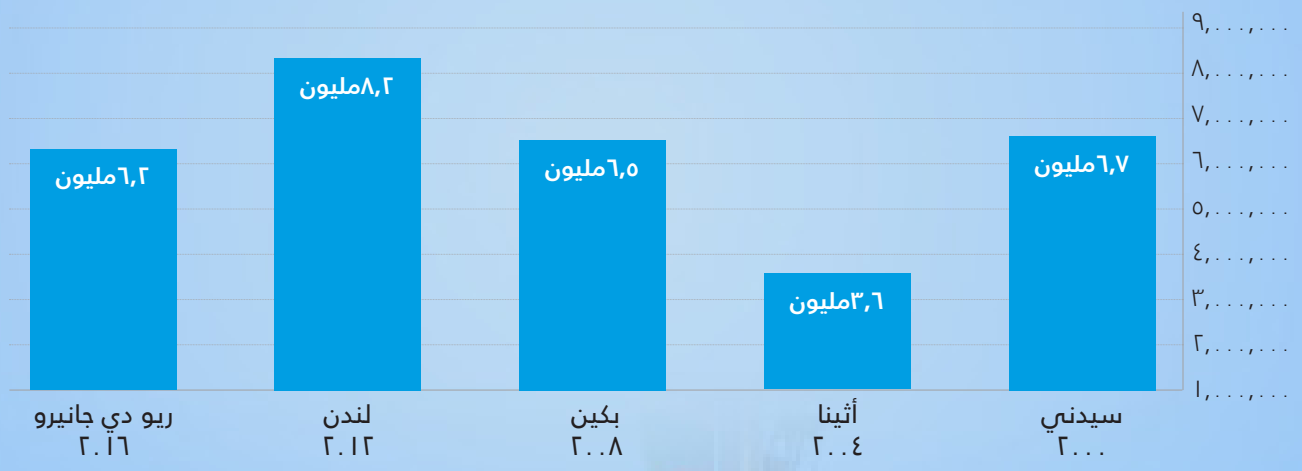
إنَّ إرث الألعاب الأولمبية وتأثيرها على الوعي بالمدينة والبلد المضيفين هي أسباب مهمة تُحفز اللجان المنظمة على المنافسة لاستضافة هذه الألعاب، ويختلف العائد من هذا الإرث فيما يتعلق بكل دورة ألعاب ويصعب احتسابها ومع ذلك فإنَّ دورة الألعاب الأولمبية في سيدني لعام ٢٠٠٠ هي مثال يكثر ذكره بصفته تجربة ناجحة.

وكما هو الحال مع العديد من الفعاليات أو المشاريع واسعة النطاق التي تتولى الحكومة تنظيمها فتخضع الألعاب الأولمبية للتدقيق والمراقبة بشكل مكثف بسبب فائدتها الاجتماعية وآثارها الاقتصادية، وبالتالي تعمل الهيئات المنظمة بجد لتحديد أهدافها وتعزيزها لاستضافة الألعاب ومحاولة تمويل الحدث بطريقة فعالة، وغالبًا ما تجمع بين التمويل العام والخاص.

عُقدت الألعاب الأولمبية الصيفية لعام ٢٠٠٠ في سيدني، أستراليا، وقد صممت الألعاب من قبل اللجنة المنظمة لدورة الألعاب الأولمبية في سيدني، للترويج لسيدني كمدينة «عالمية»، وتعزيز السياحة الدولية الى نيو ساوث ويلز وأستراليا، وجذب الصناعات القائمة على الخدمات من منطقة آسيا والمحيط الهادئ.[١٩]

عدد مشاهدي الألعاب الأولمبية[١٨]

عدد التذاكر المباعة لدورة الألعاب الأولمبية الصيفية في السنوات الخمس الماضية



وقد وضع منظمو الألعاب الأولمبية الآخرون أهدافًا سامية وشاملة ولكن أكثر انتشاراً، حيث أراد منظمو دورة الألعاب الأولمبية لعام ١٩٩٤ في برشلونة أن تساعد الألعاب الأولمبية في دفع خطة التجديد الحضري، وفي عام ١٩٩٦ أراد منظمو ألعاب أتلانتا استخدام الألعاب الأولمبية لمعالجة الفقر داخل المدينة.

وأدى التركيز الواضح على الألعاب الأولمبية ٢٠٠٠ إلى بناء تميز استراليا والسياحة ونمو قطاعات محددة -إلى مزيد من التنسيق بين السلطات في البلاد.

وعملت اللجنة عن كثب مع الحكومة لضمان تقاسم فائدة الألعاب الأولمبية في جميع أنحاء الاقتصاد، وقد روج للألعاب الأولمبية بالتنسيق مع لجنة السياحة الأسترالية والتي وضعت استراتيجية لاستخدام الألعاب لإعادة تسمية أستراليا بلدًا شابًا نابضًا بالحياة بدلاً من دولة بعيدة وفيها الكثير من المناطق النائية.[٢٠]

على الرغم من أن دورة الألعاب الأولمبية لعام ٢٠٠٠ عقدت في مدينة واحدة، وهي سيدني، وصفت أستراليا على أنها وجهة سياحية حتى بعد دورة الألعاب الأولمبية ولسنوات قادمة، حيث أطلق برنامج «وسم استراليا»، وهو مبادرة مدتها أربع سنوات، قبل الألعاب الرامية إلى زيادة العدد المحتمل للزوار والإنفاق وحسّن صورة البلد إلى أقصى حد ونتيجة لذلك، وفقًا للجنة الأولمبية الدولية زادت زيارات السياح إلى سيدني بنسبة ١٪ خلال عام ٢٠٠٠ وزادت إيرادات السياحة بمقدار ٤,٢ مليار دولار أمريكي.

وفي هذا الإطار، مولت أستراليا دورة الألعاب الأولمبية لعام ٢٠٠٠ بالكامل؛ ولضمان الكفاءة، جرى تبسيط الهيكل الإداري للجنة سيدني المنظمة للألعاب الأولمبية التي أنشئت في البداية بأربعة وزراء حكوميين وخمس وكالات منفصلة، إلى حدٍ كبير في عام ١٩٩٥.[٢١]

بالإضافة لذلك، أُنشئت هيئة منفصلة لتقديم أماكن للألعاب وتنسيق جميع مشاركات الحكومة لخدمات الألعاب وبرامجها، وهي عديدة كما يبدو، حيث حصد نموذج التنسيق النجاح وكان موضع تقدير كبير لدى اللجنة الأولمبية الدولية.

وعُرفت الألعاب الأولمبية التي أقيمت في مدن أمريكية من خلال استخدامها الفعال للتمويل الخاص والمرافق الموجودة مسبقاً.[٢٢] وكان أعلى مستوى من التمويل العام لألعاب بحيرة بلاسيد في عام ١٩٨٠، والتي مولها القطاع العام بنسبة ٥٠٪. كما مول القطاع العام ١٠٪ فقط من دورة الألعاب الأولمبية لعام ١٩٩٦ في أتلانتا، بينما كان هناك تعهد بتمويل ٣٠٪ من أولمبياد سولت ليك سيتي ٢٠٠٢ وأولمبياد ٢٠٢٨ في لوس أنجلوس من القطاع الخاص بنسبة ١٠٠٪.

إنَّ التصور الإيجابي لألعاب ٢٠٠٠، فضلاً عن الألعاب الممولة من القطاع الخاص مثل تلك التي في الولايات المتحدة، يشير إلى أنَّ اختيار نموذج التمويل ليس مؤشرًا صريحًا على النجاح، ومن الأرجح أن يكون التمويل الفاعل والشفافية والتنسيق بين المنظمات أكثر أهمية لضمان نجاح الألعاب الأولمبية ومقومات البقاء اقتصاديًا.

الملخص

إنَّ استضافة الفعاليات الرياضية الكبرى، مثل: الألعاب الأولمبية، لها تأثير عالمي كبير على البلد المضيف والمدن المضيفة، وعلى الرغم من أنَّ الاستثمارات مقدمًا قد تكون مرتفعة، إلا أنَّها قد تُفضي إلى جاذبية طويلة الأمد وتسمح لقطاع السياحة بالازدهار.

الرياضة في المملكة العربية السعودية

المشهد الرياضي الحالي

تعدّ كرة القدم هي الرياضة الأكثر شعبية في السعودية، وتنتشر الملاعب في مدن السعودية وأريافها، وينشط المشاركون بأعداد كبيرة سواء من الهواة أو المحترفين. وبالإضافة إلى الدوري السعودي لكرة القدم للمحترفين والذي يتسم بمستوى عالٍ من الاحترافية، فإن المنتخب السعودي لكرة القدم يعد واحداً من أنجح منتخبات آسيا، بعد أن فاز بكأس آسيا ٣ مرات وتأهل إلى كأس العالم ٦ مرات في تاريخه.

كما تحظى لعبة الكريكيت بشعبية كبيرة بين أوساط الوافدين في المملكة العربية السعودية، ويرجع ازدياد شعبيتها إلى وجود عدد كبير من الوافدين من جنوب آسيا الذين يلعبون هذه الرياضة بأعداد هائلة في بلدانهم الأصلية، ومع ذلك فإن الزيادة المستمرة لشعبية هذه اللعبة ستكون مدفوعة بإقبال المواطنين واستراتيجية التوسع التي تنظمها وزارة الرياضة، والاتحاد السعودي للكريكيت الذي تأسس في عام ٢٠٢٠. وقد أقيمت البطولة الوطنية الافتتاحية للكريكيت في يونيو ٢٠٢١، حيث مارس اللعبة أكثر من ٧٠٠٠ لاعب و٣٦٠ فريق في أكثر من ١٠٠ ملعب في جميع أنحاء المملكة.

أمّا تاريخ رياضة الجولف في السعودية فيعد قصيراً، ولكن تطور هذه الرياضة هو جزء مهم من استراتيجية السياحة في السعودية. ووفقًا لجولف السعودية، هناك حالياً ١٤ ملعبًا من ملاعب الجولف في المملكة، بواقع ٧ ملاعب رملية و٧ ملاعب خضراء، حيث استضافت أشهر هذه الملاعب، وتحديدًا ملعب رويال غرينز جولف وكونتري كلوب، الذي افتتح في عام ٢٠١٧ الجولة الأوروبية وجولة السيدات الأوروبية في السنوات الأخيرة، وعلى مدى السنوات العشرة المقبلة، توجد خطط لبناء أكثر من ١٠ ملاعب جولف جديدة في جميع أنحاء البلاد.

قد لا تتمتع الرياضات مثل سباق الخيل وسباق الهجن والصيد بالصقور بمشاركة واسعة مثلما يحصل في كرة القدم ولكنها كانت وما زالت موجودة في السعودية منذ تأسيس المملكة، حيث يعد سباق «كأس السعودية»، الذي أقيم للمرة الأولى في عام ٢٠٢٠، هو سباق الخيل الأغلى في العالم، وبما يعادل ٢٠ مليون دولار أمريكي. وقد لا يحظى سباق الهجن والصيد بالصقور بالقيمة المالية لسباق الخيل، ولكنها تتمتع بمشاركين يعشقونها للغاية وهم يعتبرون من كبار المتسابقين حول العالم.

الفعاليات الرياضية التي أقيمت مؤخراً في المملكة العربية السعودية

الإمكانات الرياضية المرتبطة بالجغرافيا

البحر الأحمر: يقع البحر الأحمر على طول الساحل الغربي للمملكة، ويتميز بالمياه الدافئة والرياح الشمالية الغربية المستمرة والنظام البيئي الكبير للشعاب المرجانية، وهذه الميزات رائعة لرياضات مختلفة، وتقدم خلفية ذات مناظر خلابة لرياضات أخرى.

- الغوص: يتميز البحر الأحمر بتوفير مدى رؤية واضحة على مدار السنة ويشهد عددًا ضئيلًا من التيارات البحرية - وهي ظروف مثالية لعشاق الغوص. كما أن مياه البحر الأحمر في السعودية تعد بكر لم يصلها الغواصون بعد، وتتميز بشعاب مرجانية بكر وعدد من حطام السفن المثيرة للاهتمام، تبدأ معظم رحلات الغوص بالقرب من جدة أو ينبع، وبالقرب من جدة توجد جزيرة الليث، التي تتميز بالشعب المرجانية ذات الألوان الزاهية والأسماك الكبيرة. ومزيدًا نحو الجنوب، يمكنك مشاهدة جزر فرسان، وهي منطقة تحتضن الآلاف من الشعاب المرجانية الصغيرة والجزر، ويقبع على ضفافه حطام مذهل؛ وهناك بقايا تحت الماء من آن آن وكابل ومس ماري ومراجل. وخارج ينبع، يزور معظم الغواصين منطقة الأخوات السبع وهي منطقة غير مكتشفة نسبياً وتشتهر بأنها موطن على مدار السنة لأسماك القرش ذات رأس المطرقة؛ ولهذا لا عجب من أن المملكة قد أصبحت مثيرة لاهتمام سياح الغوص.

- الإبحار: تعتمد رياضة الإبحار كرياضة ناشئة على الظروف المثالية في البحر الأحمر – تتميز مياة البحر الأحمر بدرجات حرارة دافئة على مدار السنة ورياح ثابتة.
تأسس الاتحاد السعودي للإبحار في ديسمبر ٢٠١٧ تحت قيادة اللجنة الأولمبية السعودية إلى جانب وزارة الرياضة، وكُلف بتنمية ثقافة الإبحار، وفي عام ٢٠١٩، استضافت المملكة العربية السعودية بطولة للإبحار، وهي الأولى من نوعها في المملكة.

- ركوب الطائرات الورقية: تُشرف قوات الأمن الخاصة على ترويج التزلج على الطائرات الورقية "Kiteboarding"، وهو أمر مناسب تمامًا لظروف الرياح والمياه في البحر الأحمر والساحل الشرقي. بدأت شعبية هذه الرياضة مع الوافدين وتتزايد بين المواطنين.

- الصيد التنافسي: البحر الأحمر غني بالحياة البحرية؛ مما يجعله وجهة مثالية لصيد الأسماك التنافسي والترفيهي، وفي عام ٢٠١٩، استضاف الاتحاد السعودي للرياضات المائية والغوص أول بطولة دولية لصيد الأسماك في البحر الأحمر، حيث اجتذب ٣٠ فريقًا من جميع أنحاء العالم.

الصحراء والجبال: وفقًا لوكالة ناسا، فإنَّ ٩٥٪ من السعودية مناطق صحراوية، في حين أن هناك العديد من سلاسل الجبال في جميع أنحاء منطقة الحجاز، وتفضي مجتمعة إلى جغرافية مذهلة وبيئة ملائمة للرياضة، مثل: رالي كروس وتسلق الجبال.

• الهايكنج: أصبح الهايكنج نشاطًا شعبيًا باستمرار، ويشهد مزيدًا من الإقبال من خلال الرحلات المنظمة إلى حافة العالم الرائعة بالقرب من الرياض، وعبر جبال عسير ووادي القمر بالقرب من جدة، إلى درب أصحاب الجمال بالقرب من الطائف، حيث تتميز السعودية بمجموعة متنوعة من المناظر الطبيعية.

• رالي كروس: أصبحت السعودية المضيف الجديد لرالي داكار، حيث تستضيف رالي عبر البلاد في ٢٠٢٠ و ٢٠٢١. كما يمكن القول: إنَّ رالي داكار هو أشهر رالي في العالم، وقد عزز وجوده صورة المملكة باعتبارها وجهة سياحية للراليات إلى حد كبير.

• تسلق الجبال: تعد منطقة الحجاز الغربية الجبلية الوجهة الرئيسية لتسلق الجبال في المملكة، ويحدد الاتحاد السعودي للتسلق والمشي لمسافات طويلة خمسة مواقع رئيسية لتسلق المنحدرات أو الجروف بالقرب من الساحل الغربي وموقع واحد، وادي الأخو، في منطقة الرياض.

• رياضات المغامرة: على الرغم من أن الرياضات مثل القفز بالمظلات والطيران المظلي يمكن القيام بها في أي مكان، إلا أن الجمال الطبيعي يزيد من قيمة التجربة، ففي عام ٢٠١٩، استضافت نيوم، وهي مدينة مستقبلية مخطط لها في شمال غرب المملكة العربية السعودية، حدثًا رياضيًا مميزاً، يضم القفز بالمظلات والطيران المظلي وتسلق الصخور (بولدرنق). يتم بناء نيوم في منطقة جغرافية تتغنى بشواطئ بكر وصحراء وجبال - وهو موقع خلاب لرياضات المغامرة، كما تخلق الصحاري والقمم المتعرجة في السعودية بيئة قاسية – ولكنها للبعض مثالية – لرياضات التحمل وركوب الدراجات، حيث يبحث رياضيو التحمل عن ظروف صعبة مثل تلك الموجودة في السعودية.

البنية التحتية الرياضية المتنامية

في حين إنَّ الجغرافيا الطبيعية الفريدة للسعودية تقدم فرصاً وفيرة للسياحة الرياضية فإن مرافقها (والخطط لتوسيعها) تسمح بتنوع أكبر من الرياضات. كما تُعتبر الملاعب الكبيرة والمجمعات الرياضية مهمة للغاية من حيث استضافة الأحداث الرياضية العالمية - وهو جانب مهم لمستقبل السياحة الرياضية في المملكة.

وفي هذا السياق، ذكرت وكالة الأنباء السعودية أنَّ هناك ٢٣ ملعبًا يتسع لعشرة آلاف متفرج أو أكثر في المملكة، إلا أنَّ ثلاثة ملاعب من هذه الملاعب فقط بُنيت في وقت لاحق للعام ١٩٩٥ وفقًا لإحصاءات الملاعب العالمية؛ مما يشير إلى الحاجة إلى ملاعب أكثر حداثة.[٢٣] وقد أدركت السلطات في المملكة الحاجة إلى ملاعب جديدة، وأدرجت مشاريع وخطط لزيادة عدد الملاعب الكبيرة في الخطط الاستراتيجية.

نيوم: يركز المشروع الضخم الذي تبلغ تكلفته ٥٠٠ مليار دولار أمريكي، بمساحة ١٠ آلاف ميل مربع في شمال غرب السعودية على قطاع الرياضة وفقًا لأحد مفاهيمها الأيديولوجية الأساسية البالغة ١٤ مفهومًا؛ فرياضات المغامرة مهمة لهذه الخطط، وفي هذا الصدد تعتزم نيوم الاستفادة من الجمال الطبيعي لتضاريس المنطقة لتوفير البيئة المناسبة للباحثين عن المغامرة من جميع أنحاء العالم. كما يعتزم المشروع الضخم جذب الأحداث الرياضية الكبرى من خلال بناء مرافق عالية الأداء، ويرد ضمن خطة البنية التحتية الرياضية هدف لأن تصبح نيوم مركزًا إقليميًا للتكنولوجيا الرياضية بالاعتماد على التطور التقني والاستفادة منه.

إنَّ هدف نيوم ليصبح المكان الأكثر نشاطًا في العالم بحلول عام ٢٠٣٠ يعتمد اعتمادًا كبيرًا على الشراكات، وقد تم عقد شراكات في هذا المشروع مع أسماء لامعة في عالم الرياضة لبناء أفضل الممارسات الرياضية وزيادة الوعي حول نيوم، وتشمل العديد من الشراكات الأخيرة ما يلي:

- رالي داكار (المذكور أعلاه تحت رالي كروس).
- مرسيدس بنز إي كيو فورمولا إي تيم، الذي ترعاه الآن نيوم، ومن المعروف أيضًا أن الفورمولا إي تناقش مع نيوم موضوع إضافة الوجهة إلى تقويم السباق.
- الاتحاد الآسيوي لكرة القدم، الذي ترعاه نيوم لعدة مسابقات كبرى للمنتخب الآسيوي لكرة القدم.

العلا: أول موقع للتراث العالمي لليونسكو في السعودية، وهو مكان لتاريخ بشري غير مكتشف عمره ٢٠٠,٠٠٠ سنة وما يزال إرثًا حتى يومنا هذا، ويقع في المنطقة الشمالية الغربية من المملكة، ويجري تطويره بسرعة ليصبح واحدًا من مناطق الجذب السياحي الرئيسية. كما أن المنطقة مؤهلة للسياحة الرياضية، بما في ذلك ركوب الخيل والمشي لمسافات طويلة وركوب الرمال وركوب الكثبان الرملية، كما استضافت المنطقة الأحداث الرياضية الدولية الكبرى، مثل الجولة السعودية (ركوب الدراجات) والبولو الصحراوي.

مشروع البحر الأحمر و أمالا: أمالا هو مشروع سياحي فاخر للغاية يجري بناؤه على طول ساحل البحر الأحمر، وتركز العديد من خططه على الرفاهية، وسيكون مجتمع تريبل باي ضمن مخططه الرئيسي، موطنًا لأكاديمية الأداء الرياضي ومنتجع الفروسية وأكاديمية البولو ومرافق للجولف والتنس والصيد بالصقور، وسيسمح موقع أمالا على ساحل البحر الأحمر لزواره في المستقبل بالمشاركة في مجموعة من الرياضات البحرية، بما في ذلك رياضات الغوص وصيد الأسماك والإبحار.

ومن المقرر أن يكون مشروع البحر الأحمر، الذي تم بناؤه عبر مساحة من ٥٠ جزيرة طبيعية على الساحل الغربي للسعودية بين مدينتي أملج والوجه، وجهة منتجع فاخرة عالمية المستوى، وسيقدم المشروع مجموعة متنوعة من الرياضات، بما في ذلك الغوص وتسلق الصخور والرحلات والمظلات، فضلاً عن الجولف والتنس وكرة القدم.

الوعي بالسياحة

تعد المملكة العربية السعودية واحدة من أكثر الوجهات السياحية شعبية في الشرق الأوسط، ولدى وزارة السياحة خطة طموحة لزيادة عدد الزيارات السياحية إلى المملكة إلى ٥٥ مليون زيارة بحلول عام ٢٠٣٠، مقابل ٤٠ مليون زيارة في عام ٢٠١٩، وهناك جزء لا يتجزأ من هذه الخطة لتنويع نوع الزيارة السياحية، والتي هي في الغالب دينية.

في عام ٢٠١٩، زار المملكة ١٦,٥ مليون سائح، مقارنة بـ ١٥,٣ مليون رحلة في العام السابق بزيادة نسبتها ٧,٦٪ وفقاً لصحيفة سعودي جازيت.[٢٤] ما يقرب من ثلاثة أرباع (٧٣,٢٪) من إجمالي إنفاق هؤلاء السياح كان لأغراض دينية يليها الإنفاق لأغراض الأعمال والمؤتمرات بنسبة ١٨,٢٪، ثم زيارة الأقارب والأصدقاء بنسبة ٥,٥٪، وأخيراً العطلات والتسوق وغيرها من أغراض الإنفاق السياحي بنسبة ٣,١٪.

ويمكن لشبكة الطيران الدولية القوية في السعودية والتي كانت موجودة تقليديًا لخدمة السياحة الدينية أن تكون فعالة بالقدر ذاته في خدمة السياح الرياضيين، بالإضافة إلى ذلك، قد تجذب سمعة السعودية بصفتها وجهة سياحية آمنة ومضيافة، ناهيك عن معرفة السياحة الدينية بها، يشجع السياح للعودة إلى السعودية لأغراض سياحية غير دينية أو قد تشجعهم على البقاء لفترة أطول وقد تنوع الغرض من زيارتهم خارج الأنشطة الدينية.

الأثر الاقتصادي

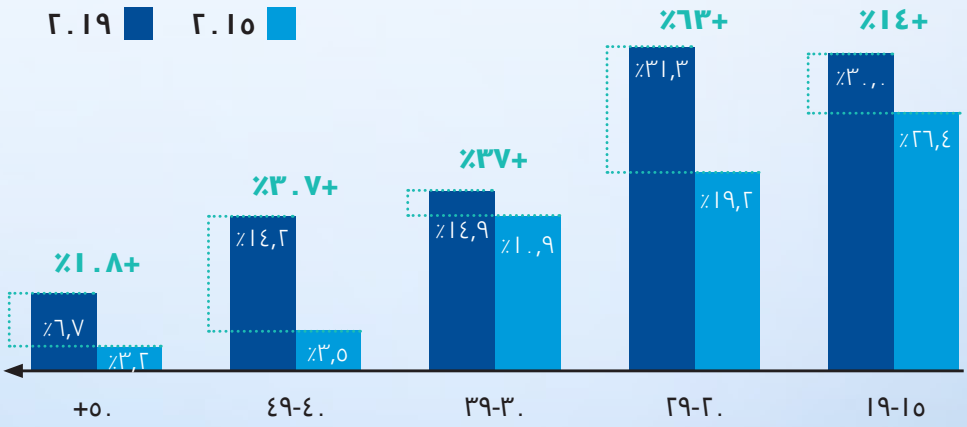
إنّ إمكانات السياحة الرياضية في السعودية هائلة، وتتجاوز الفوائد الاقتصادية الواضحة كما تعزز السياحة الرياضية وبناء البنية التحتية الرياضية أهداف الحكومة في الاهتمام بصحة المواطنين.

نوعية الحياة والفوائد الصحية

توجد السياحة الرياضية بين الحدود الوطنية وداخلها، والجهود المبذولة لتطوير السياحة الرياضية في السعودية موجهة جزئيًا نحو جذب السياح الرياضيين المحليين، مما يتناسب تمامًا مع توجه المملكة في زيادة النشاط البدني وتحسين الصحة.

وفي السعودية، تترأس وزارة الرياضة والاتحاد السعودي للرياضة للجميع الجهود الرامية إلى زيادة النشاط البدني للمواطنين، ولدى– المؤسسات أهداف مستقلة فهي تعمل أيضًا ضمن برنامج جودة الحياة التابع لأحد برامج رؤية المملكة ٢٠٣٠، ويتمثل الهدف الأساسي لاتحاد الرياضة للجميع بجعل ٤٠٪ من المواطنين السعوديين نشطين بدنيًا بحلول عام ٢٠٣٠.

النشاط الأسبوعي للمواطنين السعوديين[٢٥]



من متفرجين إلى مشاركين

وفقاً لدراسة لكلوديا هاموند لهيئة الإذاعة البريطانية، يدفع «تأثير المظاهرة» المتفرجين للمشاركة في الرياضة، ولتحقيق ذلك: إلهام الناس الذين يمارسون بالفعل رياضة ما لممارستها بعدد مرات أكثر، وتشجيع الرياضيين الذين توقفوا عن ممارسة رياضة ما إلى العودة لممارستها، وأخيرًا يوجد أشخاص حل عليهم الإلهام لممارسة رياضة لم يمارسوها سابقًا.[٢٦]

ومع ذلك، عند فحص الدراسات التي أجريت على دورة الألعاب الأولمبية، لاحظت هاموند أن أثر هذه الدراسات محدود على مستويات النشاط البدني بشكل واسع، وكان أحد الأسباب التي ذكرتها حول هذه الظاهرة هو عدم وجود استراتيجيات محددة نُفِّذت في أعقاب الألعاب الأولمبية.

وكما ورد في تقرير صادر عن معهد بحوث السياسة العامة، فإن الاستراتيجية المحتملة لزيادة المشاركة الرياضية بعد الحدث هي التعزيز المستمر، أو التذكير المستمر، بالمشاركة الرياضية.[٢٧] كما أن ذاكرة المتفرجين قصيرة، وبدون مثل هذا التشجيع، من المرجح أن يلجأوا إلى روتين ما قبل الحدث.

كما أن المرافق الشعبية مهمة لزيادة المشاركة في أعقاب حدث كبير للمشاهدين، وفي هذا السياق، استضافت المملكة العربية السعودية مؤخراً كأس السوبر الإيطالي ومباراة في بطولة العالم للملاكمة. وتُعد كرة القدم الرياضة الأكثر شعبية في المملكة، كما يتضح من ملاعب كرة القدم التي تنتشر في أحياء المدن الكبيرة والصغيرة. كما يتزايد عدد صالات الملاكمة وفنون الدفاع عن النفس المتنوعة، حيث افتتحت أول صالة رياضية للملاكمة النسائية في عام ٢٠١٦، والثانية في عام ٢٠٢٠.

وفي هذا الإطار، تعمل وزارة الرياضة عن كثب مع القطاع الخاص لزيادة عدد صالات الألعاب الرياضية في المملكة العربية السعودية، وبناءً على تشجيع أصحاب الصالات الرياضية في القطاع الخاص، الذين نمت وتطورت أعمالهم في السنوات الأخيرة، أعادت الوزارة تشكيل القواعد واللوائح لتحفيز افتتاح صالات رياضية جديدة، وقد اختُصرت عملية ترخيص صالة الألعاب الرياضية من ٢١ يومًا إلى ٤ أيام، ويمكن الآن استكمال مجموعة من الخدمات، بما في ذلك طلب الترخيص وإصدار رخصة وتعديلها وإلغائها ونقل الملكية ودعم التوظيف رقميًا، وجراء ذلك، تم إصدار ١,٥٤٩ ترخيص صالة ألعاب رياضية اعتبارًا من عام ٢٠٢٠.[٢٨]

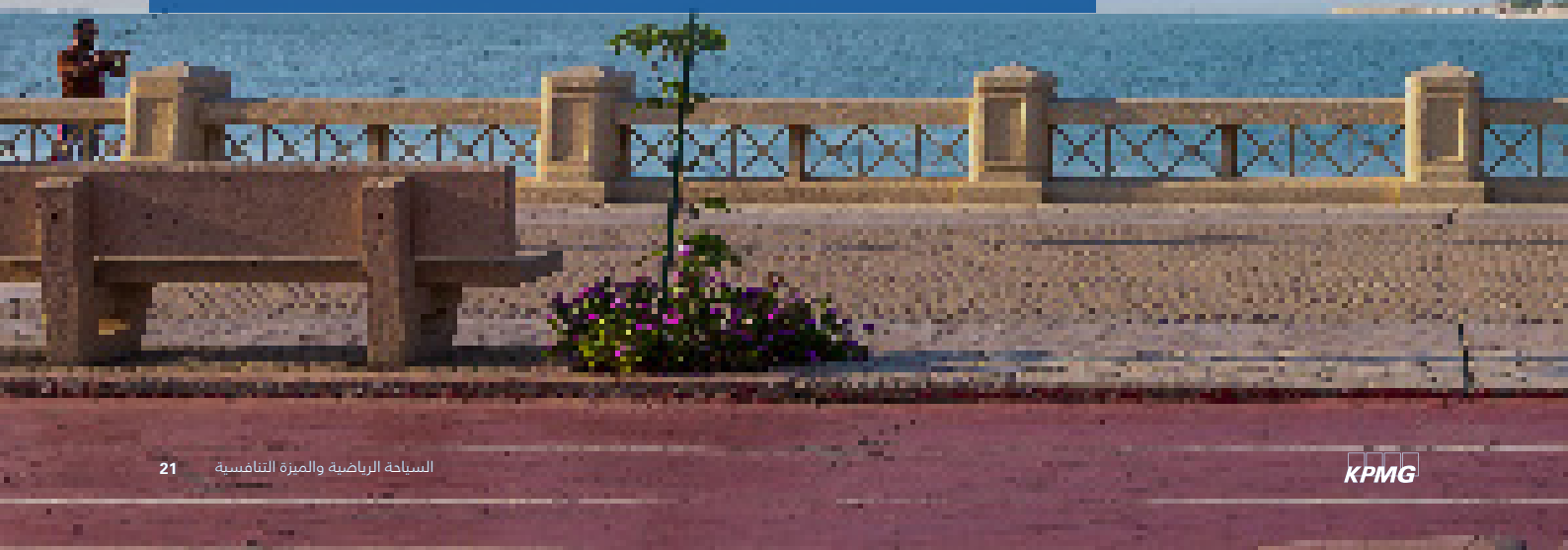
وزارة الرياضة

لدى وزارة الرياضة ثلاثة مجالات رئيسية للتركيز على تعزيز الرياضة في المملكة: الأندية والمرافق والتشريعات.[٢٩]

استراتيجية دعم الأندية هي مبادرة صممتها الوزارة لتمكين الأندية الرياضية في السعودية وتهدف الاستراتيجية إلى حل العديد من القضايا في المشهد الرياضي السعودي، بما في ذلك عدم نضج الإدارة المالية على مستوى الأندية، وعدم فعالية هياكل الحوكمة، والتركيز المحدود على الرياضات بخلاف كرة القدم، وقد أتاحت الوزارة حوالي ٢ مليار ريال لدعم الأندية على أساس سنوي.[٣٠]

وتعمل الوزارة على تحديث مرافق الملاعب القائمة في المملكة، بالإضافة إلى ذلك هناك حاجة ملحّة لزيادة عدد الملاعب الكبيرة في السعودية، والتي تعتبر أساسية لاستضافة الأحداث الدولية، في حين أنّ العديد من هذه الملاعب لم تتجاوز مراحل التخطيط ، إلا أنّه من المتوقع إحراز تقدم في السنوات القادمة.

وتعمل الوزارة عن كثب مع القطاع الخاص لتحديث التشريعات والقوانين المتعلقة بالرياضة ومن الأمثلة على التعاون بين القطاعين العام والخاص هو التعاون بين وزارة الرياضة والبنك المركزي اللذين تعاونا لتطوير الاقتصاد الرياضي في السعودية. وقد خصصت الوزارة المنطقة الشرقية لتكون مركزاً رياضياً متعدد الأغراض، مع إمكانية أن تصبح مجموعة رياضية عالمية المستوى. وفي هذا الصدد، يوضح البنك المركزي السعودي «ساما» أفضل السبل لإشراك القطاع الخاص وإطلاق العنان للإمكانات التجارية لهذا المركز.



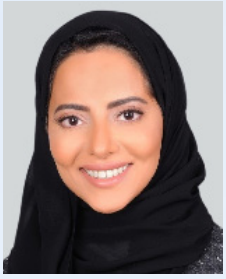
	السياحة الرياضية المعتمدة على الوجهة	السياحة الرياضية في موقع بديل	السياحة الرياضية القائمة على المشاركة	السياحة الرياضية للجماهير
الأمثلة في السعودية	الرياضات المائية، بما في ذلك الغوص والإبحار وركوب الأمواج وتسلق الجبال والنشاطات الصحراوية مثل رالي كروس وركوب الرباعيات والمركبات.	الجولف وركوب الدراجات والقفز المظلي الحر.	سباق الماراثون والجولف وفعاليات التنس وبطولات كرة القدم.	ألعاب رياضية متعددة (دورة الألعاب الأولمبية ودورة الألعاب الآسيوية) وكأس أسيا والفورمولا ١ .
الاستثمار العام	يعتمد هذا في المقام الأول على البنية التحتية الطبيعية في السعودية والصحراء، يجب أن يقتصر الاستثمار على دعم البنية التحتية.	يتطلب إتاحة هذه الفرص استثمار شامل لتحفيز الطلب، مثل بناء ملاعب الجولف.	يمكن للقطاع الخاص تحفيزها إلى حدٍ كبير إذا توفرت الشروط على الرغم من أنه في بعض الحالات، يجب على القطاع العام أن يكون مستثمر استباقي.	يعتمد هذا في الغالب على استثمار القطاع الحكومي لتأمين الفعاليات وتوفير البيئة التحتية اللازمة والتنظيم.
التنسيق في القطاع العام	تتطلب السياحة التي تستند على المزايا الفريدة للسعودية تنسيقًا كبيرًا عبر كيانات القطاع العام.	يمكن أن يستفيد النجاح بخصوص هذا العنصر من عناصر السياحة الرياضية من ترويج عناصر أخرى مثل استضافة الفعاليات ذات الصلة في السعودية.	التنسيق بين المنظمين (في العادة من القطاع الخاص) ومروجي السياحة الوطنية مهم للغاية في جلب المشاركين من السياح الأجانب.	تتطلب الفعاليات الأكبر تنسيقًا وثيقًا عبر العديد من الجهات في القطاع العام.
الرعاية والاستضافة	تحفيز مشاركة القطاع العام إلى حدٍ كبير من خلال الاستثمار في المرافق لإطلاق الإمكانات.	متطلبات محدودة علاوة على متطلبات ترويج الوجهة.	يحفزها إلى حدٍ كبير القطاع الخاص.	يمكن أن يكون للفعاليات التي يروجها القطاع العام تأثيرًا كبيرًا على إمكانات العناصر الأخرى للسياحة الرياضية.
البنية التحتية	يجب تخطيط البنية التحتية من أجل إطلاق إمكانات الوجهة.	يلزم بناء بنية تحتية ملائمة للسماح بالقيام بمثل هذه الرياضات في هذه المواقع.	يمكن أن تستفيد إلى حدٍ كبير من البنية التحتية الحالية.	تتطلب الأحداث الكبرى دائمًا تطوير بنية تحتية كبيرة.
إمكانيات السوق	سوف يتبع السوق نقاط البيع الفريدة التي يمكن أن تقدمها السعودية في الرياضات القائمة على الوجهة. ومن المرجح، أن تكون نقاط البيع هذه في مجال الرياضات المتخصصة.	لعبة الجولف هي واحدة من أكبر مجالات السياحة الرياضية وتتبوأ السعودية مكانة رائعة للحصول على حصة من هذا السوق.	يعتمد هذا على العديد من الجوانب ليس أقلها الأحداث التي يتم إنشاؤها واستضافتها وغالبًا ما تكون مدفوعة بجاذبية الموقع الذي تُقام به.	سوف يملي حجم الحدث وطبيعته إمكانية السوق لمثل هذه السياحة. وسوف تجذب البطولات الإقليمية والعالمية في كثير من الأحيان متفرجين مهمين إذا كانت من مستوى مقبول وتتمتع رياضاتها بجاذبية شعبية.

المراجع

[1] https://humankinetics.me/2019/04/04/the-remarkable-growth-of-sport-tourism/
[2] https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/sports-business-group/deloitte-uk-sbg-dubai-falcon-report.pdf
[3] https://www.golfmonthly.com/features/the-game/how-many-golf-courses-are-there-in-the-world-182153
[4] https://www.randa.org/~/media/files/golfdevelopment/gaw-2019-edition-3-hi.ashx
[5] https://www.researchgate.net/publication/270292832_Changes_in_Japanese_Ski_Resorts_with_the_Development_of_Inbound_Tourism_A_Case_Study_of_Niseko-Hirafu_District_Hokkaido
[6] https://blogs-images.forbes.com/niallmccarthy/files/2018/12/20181205_Skilaender_FORBES.jpg
[7] https://www.researchgate.net/publication/315367268_Reinterpreting_Olympic_legacies_the_emergent_process_of_long-term_post-event_strategic_planning_of_Hakuba_after_the_1998_Nagano_Winter_Games
[8] https://statistics.jnto.go.jp/en/
[9] Golf Tourism, Second Edition, Simon and Louise Hudson
[10] https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/sports-business-group/deloitte-uk-sbg-dubai-falcon-report.pdf
[11] Golf Tourism, Second Edition, Simon and Louise Hudson
[12] https://racemedicine.org/the-state-of-running-2019/
[13] https://www.baa.org/2019-boston-marathon-injects-more-200-million-greater-boston-economy
[14] https://www.bostonusa.com/articles/post/2018-boston-marathon-will-mean-over-200-million-for-boston-economy/
[15] https://www.baa.org/2019-boston-marathon-injects-more-200-million-greater-boston-economy
[16] Ibid.
[17] https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14775085.2012.734058
[18] https://www.statista.com/chart/21046/number-of-tickets-sold-for-summer-olympic-games/
[19] https://www.london.gov.uk/sites/default/files/gla_migrate_files_destination/archives/assembly-reports-econsd-lasting-legacy-uel-research.pdf
[20] Ibid.
[21] https://www.insidethegames.biz/media/file/185689/2019_Book_CostAndRevenueOverrunsOfTheOly.pdf
[22] Ibid.
[23] http://www.worldstadiums.com/middle_east/countries/saudi_arabia.shtml
[24] https://saudigazette.com.sa/article/595280
[25] https://sportsforall.com.sa/
[26] https://www.bbc.com/future/article/20160805-do-big-sporting-events-make-us-do-more-sport
[27] https://www.ippr.org/publications/after-the-gold-rush-a-sustainable-olympics-for-london
[28] Ministry of Sport, Kingdom of Saudi Arabia, 2020 Annual Report
[29] Ibid.
[30] Ibid.

تواصل معنا:

إسماعيل دحام العاني
رئيس القطاع الحكومي والعام
كي بي إم جي في السعودية
البريد الإلكتروني: ialani@kpmg.com



حنان عبد الله العوين
شريك، القطاع الحكومي والعام
كي بي إم جي في السعودية
البريد الإلكتروني: hananalowain@kpmg.com

نيراج داساني
رئيس الاستشارات الاستراتيجية
كي بي إم جي في السعودية
البريد الإلكتروني: neerajdassani@kpmg.com

ألاستير جراهام
مدير تنفيذي، خدمات الرياضة
كي بي إم جي في السعودية
البريد الإلكتروني: alastairgraham1@kpmg.com

المساهمون

بيتر بننك، مدير الدراسات والأبحاث

عمر الغامدي، مدير، القطاع الحكومي والعام

مؤيد العليوي، مدير العلاقات العامة والاتصالات

لمى البسيط، محلل، الدراسات والأبحاث، التسويق والاتصالات

عنود السواجي، متدرب، الدراسات والأبحاث، التسويق والاتصالات

kpmg.com/sa

إنّ المعلومات الواردة في هذه الوثيقة ذات طبيعة عامة وليست لغرض التعامل مع ظروف أي فرد أو كيان معين. وعلى الرغم من سعينا لتوفير معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب، فإنه لا يمكن أن يكون ثمة ضمان بأن هذه المعلومات دقيقة اعتبارًا من تاريخ استلامها أو أنها ستظل دقيقة في المستقبل. لا ينبغي لأحد أن يتصرف وفقًا لهذه المعلومات دون مشورة مهنية مناسبة بعد إجراء دراسة شاملة للحالة الخاصة.

إخلاء مسؤولية

هذا التقرير فقط لغرض عرض المعلومات. ووفقًا لذلك، لا تتحمل كي بي إم جي للاستشارات المهنية ولن تتحمل أي مسؤولية عن المعلومات المقدمة هنا أو طبيعة هذا التقرير ومدى استخدامه.

©٢٠٢٢ كي بي إم جي للاستشارات المهنية، شركة مهنية مساهمة مغلقة مسجلة في المملكة العربية السعودية وعضو غير شريك في الشبكة العالمية لشركات كي بي إم جي المستقلة والتابعة لـ كي بي إم جي العالمية المحدودة، شركة إنجليزية خاصة محدودة بضمان.

اسم وشعار كي بي إم جي هما علامتان تجاريتان مستخدمتان بموجب ترخيص من الشركات الأعضاء المستقلة في منظمة كي بي إم جي العالمية.

جميع الحقوق محفوظة.