

طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة في مكة المكرمة والمدينة

المنورة (موسم حج ١٤٣٣ هـ)

د. السيد محمد أحمد السريتي^١ - أ. د. نبيل صلاح العربي^٢ - د. إبراهيم عبد المجيد القليطي^٣
١ أستاذ الاقتصاد المشارك بكلية العلوم الاقتصادية والمالية الإسلامية - جامعة أم القرى
٢ أستاذ الاقتصاد، كلية إدارة الأعمال - جامعة طيبة المدينة المنورة
٣ أستاذ التكاليف المساعد بكلية الشريعة والدراسات الإسلامية - جامعة أم القرى

ملخص البحث

تعد وجبات الطعام أهم بنود الإنفاق اليومية للحجاج خلال فترة إقامتهم في مكة المكرمة والمدينة المنورة. وتهدف هذه الدراسة إلى استطلاع خصائص قطاع المطاعم في محيط الحرمين الشريفين وتقييم الحجاج لخدمات تلك المطاعم ومواصفات الوجبات المقدمة لهم وتقدير دالة الطلب على الوجبات الجاهزة. من أبرز ما خلصت إليه الدراسة أن إنفاق الأعاجم على الوجبات أكبر من إنفاق العرب في المتوسط، وأن أهم ما يزعج الحجاج الزحام الشديد في المطاعم، وغياب التنظيم في تقديم الخدمة، والنقص الشديد في الأماكن الملائمة لتناول الوجبات الجاهزة وخاصة للعوائل، كما تبين أن عددا كبيرا من الحجاج يشترطون وجبات جاهزة رغم أن حملاتهم ملتزمة بتقديم وجبات كاملة لهم، وأظهرت الدراسة تفضيل الحجاج لأصناف بعينها من الوجبات على رأسها المشويات والبيتزا والبروست، وأن من أولويات الحجاج مراعاة ضوابط النظافة العامة في المطاعم ومرافقها. وختمت الدراسة ببعض التوصيات للاستفادة من نتائجها.

مقدمة :

تشهد المملكة العربية السعودية خلال فترة الحج من كل عام تزايد الطلب بدرجة كبيرة على الوجبات الجاهزة التي تقدمها مطاعم الوجبات السريعة بصفة عامة، وعلى الأخص في مكة المكرمة والمدينة المنورة. ويرجع ذلك بالدرجة الأولى لضيق الوقت المتاح للحاج لإعداد الوجبات بنفسه، وذلك لإنشغال الحجاج في معظم الأوقات بتأدية مناسك الحج، ومن ثم يفضلون الحصول على الوجبات الجاهزة. ولعل تحديد وتحليل العوامل المحددة للطلب على الوجبات الجاهزة يكون حافزا لتطوير منتجات وخدمات المطاعم عموما على نحو يتفق مع أذواق واحتياجات وإمكانيات الحجاج، وبالتالي تتحسن كفاءة التشغيل لدى المطاعم القائمة، مما يسهم في راحة الحجاج، وتسهيل مهمتهم، كما تزداد ربحية مشروعات المطاعم الجديدة، وهذا يشجع على الانتعاش الاقتصادي في منطقة الحرمين وما حولها. ومن هنا برزت أهمية دراسة الطلب على الوجبات الجاهزة في مكة المكرمة والمدينة المنورة. ويركز هذا البحث على دراسة مقارنة لطلب الحجاج على الوجبات الجاهزة في مكة المكرمة والمدينة المنورة خلال موسم حج ١٤٣٣ هـ.

أهداف الورقة:

يتمثل الهدف الرئيسي للورقة في تحليل العوامل المؤثرة في طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة في مكة المكرمة والمدينة المنورة. ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل في تحديد أنواع وخصائص قطاع المطاعم في مكة المكرمة والمدينة المنورة، مرثيات الحجاج بشأن جودة الوجبات الجاهزة التي تقدمها المطاعم في مكة المكرمة والمدينة المنورة، وبيان هيكل الطلب على الوجبات الجاهزة، وتحديد العوامل المحددة لطلب الحجاج على الوجبات الجاهزة في الحرمين. فضلاً عن التعرف على أهم المشاكل التي تواجه الحجاج عند طلبهم للوجبات الجاهزة، وتقديم بعض المقترحات لتحسين مواصفات الوجبات الجاهزة، والعمل على رفع كفاءة نشاط المطاعم، وتشجيع على الاستثمار فيها، وإتاحة المزيد من فرص العمل.

منهج الورقة:

تعتمد الورقة في إطارها النظري على نظرية طلب المستهلك حيث يتوقف الطلب على عوامل عديدة طرحتها الأدبيات النظرية فضلاً عن الدراسات التطبيقية السابقة. أما في الجانب التطبيقي فتعتمد الورقة على مقاييس إحصائية وتحليلية إلى جانب نموذج قياسي econometric model لتقدير دالة الطلب على الوجبات الجاهزة باستخدام بيانات عينة من مجتمع الدراسة في كل من مكة المكرمة والمدينة المنورة اعتماداً على أسلوب تحليل الانحدار المتعدد مع تنفيذ الاختبارات الإحصائية والقياسية اللازمة.

خطة الورقة:

تحتوي هذه الورقة على ستة أقسام؛ تناقش الجوانب المختلفة لطلب الحجاج على الوجبات الجاهزة في مكة المكرمة والمدينة المنورة. يتناول أولها: مواصفات الوجبات الجاهزة، ويدرس ثانيها: هيكل الطلب على الوجبات الجاهزة. ويعرض ثالثها: العوامل المحددة لطلب الحجاج على الوجبات الجاهزة. ويختص رابعها: بتقدير دالة طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة. ويوضح خامسها: الصعوبات التي تواجه الحجاج بشأن الوجبات الجاهزة. ويتناول القسم الأخير النتائج والتوصيات.

مواصفات الوجبات الجاهزة

يتوافد خلال موسم الحج من كل عام ملايين من الحجاج إلى مكة المكرمة والمدينة المنورة لتأدية مناسك الحج والزيارة، ويعتمدون بدرجة ملحوظة على شراء الوجبات الجاهزة لتلبية احتياجاتهم الغذائية. وانطلاقاً من ذلك سوف نركز في هذا القسم على توضيح مفهوم الوجبات الجاهزة، وتاريخ ظهورها، والمواصفات المرغوبة من قبل مستهلكي الوجبات الجاهزة بصفة عامة. ثم عرض أهم المواصفات المرغوبة في الوجبات الجاهزة من وجهة نظر الحجاج، ومن وجهة نظر أصحاب المطاعم. وذلك علي النحو التالي:

مفهوم الوجبات الجاهزة

يطلق عليها أيضا الوجبات السريعة fast-food وقد شاع هذا المفهوم منذ ١٩٥١م ليدل على وجبات غذائية سريعة التحضير، أي يتم إعدادها خلال فترة قصيرة، وقد يتم التغاضي قليلا عن الجودة^(١). وتباع عادة في المطاعم مختلفة الأنواع، وقد يطلبها العميل شخصيا ليتناولها داخل المطعم أو خارج المطعم، أو قد يطلبها عبر الهاتف لتصل إليه في مقر إقامته.

تاريخ الوجبات الجاهزة

تاريخيا، ارتبط مفهوم الوجبات الجاهزة ارتباطا وثيقا بالتنمية الحضرية، فقد عرفت المدن الأوروبية الوجبات الجاهزة منذ زمن بعيد، حيث اعتاد بعض الباعة الوقوف في الشوارع لبيع الخبز والخبز. كذلك اعتادت المتاجر والمحلات في بعض مدن شرقى آسيا أن تباع بعض الوجبات الجاهزة كالمكرونه. كما ظهرت في الدول العربية بعض منافذ لبيع الخبز المفرد والفلافل.

وتعتبر ظاهرة انتشار الوجبات الجاهزة حديثة النشأة في المملكة العربية السعودية، مقارنة بظهورها في دول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، حيث ظهر أول مطعم في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٠٢م، في حين تم افتتاح أول مطعم للطازج في مكة المكرمة عام ١٩٨٩م^(٢). وقد انتشرت مطاعم الوجبات الجاهزة في كل من مكة المكرمة والمدينة المنورة لكي تتمشي مع احتياجات ملايين الحجاج والمعتمرين الذين يتوافدون باستمرار إلى المملكة العربية السعودية لتأدية مناسك الحج والعمرة والزيارة على مدار العام، وهناك العديد من الاستثمارات التي تم توجيهها نحو مجال المطاعم والوجبات الجاهزة، الأمر الذي يعكس الأهمية المتزايدة لدور قطاع المطاعم في دعم مسيرة التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالمملكة العربية السعودية.

الخصائص المرغوبة في الوجبات الجاهزة

لعل من أهم الخصائص أو المواصفات المرغوبة في الوجبات الجاهزة من قبل مستهلكيها بصفة عامة، ما يلي:

جودة الطعم والنكهة: من المتوقع أن يتأثر الطلب على الوجبات الجاهزة بجودة الطعم والرائحة، فمع ثبات العوامل الأخرى على حالها، يزيد الطلب على الوجبات الجاهزة مع ارتفاع مستوى جودة الطعم والرائحة، حيث يفضل المستهلك الوجبات الجاهزة التي تتميز بطعم لذيذ وذات نكهة جذابة.

سرعة تجهيز الوجبة: يعتبر عامل الوقت من العوامل المهمة في الحصول على الوجبة الجاهزة، لذا يعد سرعة تجهيز الوجبة والحصول عليها بصفة عاجلة من الخصائص المرغوبة في الوجبة الجاهزة من وجهة نظر المستهلك.

1 <http://www.merriam-webster.com/dictionary/fast%20food>,

http://www.marefa.org/index.php/%D9%88%D8%AC%D8%A8%D8%A7%D8%AA_%D8%B3%D8%B1%D9%8A%D8%B9%D8%A9

(٢) جريدة الرياض، ٥١٤٣٠هـ، العدد ١٤٨٥٦.

وقت إتاحة الوجبة: يفضل المستهلك الوجبات الجاهزة التي تقدمها المطاعم في أي وقت على مدار اليوم، وليس في أوقات محددة.

كمية الطعام في الوجبة: كلما كانت كمية الطعام التي تتكون منها الوجبة الجاهزة كثيرة، وتشبع حاجة المستهلك، فإنه يفضلها بالمقارنة بالوجبات قليلة المكونات.

طريقة تغليف الوجبة وشكل التقديم: يفضل المستهلك الوجبات الجاهزة المغلفة، حيث تكون أكثر أماناً وغير معرضة للفساد وذلك بالمقارنة بالوجبات غير المغلفة المعرضة للتلوث، كما يفضل المستهلك الوجبات الجاهزة التي تقدمها المطاعم بطريقة منظمة.

سعر الوجبة الجاهزة: يري بعض المستهلكين أن انخفاض سعر الوجبة الجاهزة يعد من العوامل المهمة التي تجذب إليها المستهلكين، وهذا ما يتميز به الوجبات الجاهزة التي يقدمها مطعم البيك، على سبيل المثال. الغذاء الصحي: يطلب بعض المستهلكين للوجبات الجاهزة ذات سعرات حرارية منخفضة وخاصة لمرضى السكر.

هيكل الطلب على الوجبات الجاهزة

يقصد بهيكل الطلب على الوجبات الجاهزة تصنيف هذه الوجبات إلى فئات مختلفة وفقاً لدرجة إقبال الحاج عليها. ويمكن قياس درجة إقبال الحاج على الوجبات الجاهزة بنسبة الحاج الذين عبروا عن رغبتهم في شرائها أو قاموا بشرائها فعلاً. ويختلف هيكل الطلب على الوجبات الجاهزة وفقاً لمعيارين، أولهما نوع المطعم المفضل لدى الحاج والذي يحدد نوعية الوجبات الجاهزة التي يقبل عليها الحاج وفقاً للتصويت العددي. وثانيهما قيمة الإنفاق اليومي للحاج على الوجبات الجاهزة مقاساً بالريال السعودي ويعكس ذلك الأهمية النسبية للوجبات الجاهزة التي يفضلها الحاج وفقاً للتصويت النقدي.

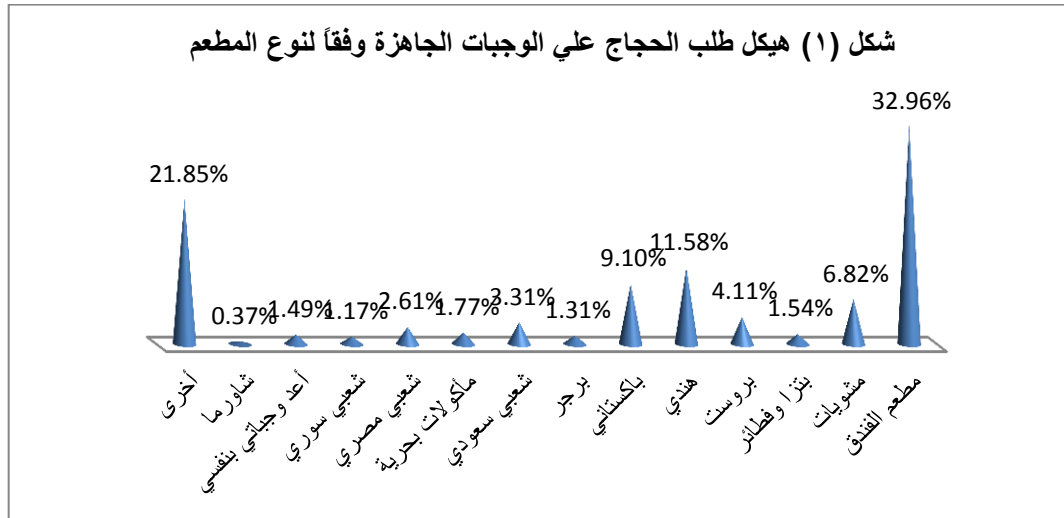
دور الامكانيات والتفضيلات في تشكيل هيكل الطلب على الوجبات الجاهزة:

توضح نظريات سلوك المستهلك أن قرار الاختيار بين المجموعات السلعية المختلفة يتأثر بعاملين أساسيين هما امكانيات المستهلك وتفضيلاته. وتشير امكانيات المستهلك إلى مقدرته الشرائية التي تتحدد بعاملين هما الدخل وأسعار السلع التي يشتريها. أما تفضيلات المستهلك فهي تعبر عن ترتيب المجموعات السلعية في مستويات مختلفة. (أفضل، أقل تفضيلاً، سواء) وفقاً لذوقه بغض النظر عن تكلفة كل مجموعة سلعية^(١). ووفقاً لنظرية التفضيل المستبان إذا قام المستهلك بشراء المجموعة السلعية (أ) دون المجموعة السلعية (ب)، فإن هذا يرجع إلى سببين أولهما: أن تكون المجموعة السلعية (أ) أرخص من المجموعة السلعية (ب) وهو أمر متعلق بجانب الامكانيات. ثانيهما: أن تكون المجموعة السلعية (أ) أفضل من المجموعة السلعية (ب) وهو أمر متعلق بتفضيلات المستهلك^(٢).

٢-Borowing, E & Zupan, M., Microeconomic Theory and Applications, New York. Harper Collins College Publishers, 1996, 5th edition, pp.69-99.

(٤) د. عبد القادر محمد عطية : التحليل الاقتصادي الجزئي بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٨م، صفحة ٥٥،

هيكل الطلب على الوجبات الجاهزة وفقاً للتصويت العددي:
وقد تم تحديد هذا الهيكل للطلب على الوجبات الجاهزة وفقاً لعدد الحجاج الذين قاموا بشراء الوجبات الجاهزة من نوع معين من المطاعم. ويوضح الشكل رقم (١) هيكل طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة وفقاً للتصويت العددي.

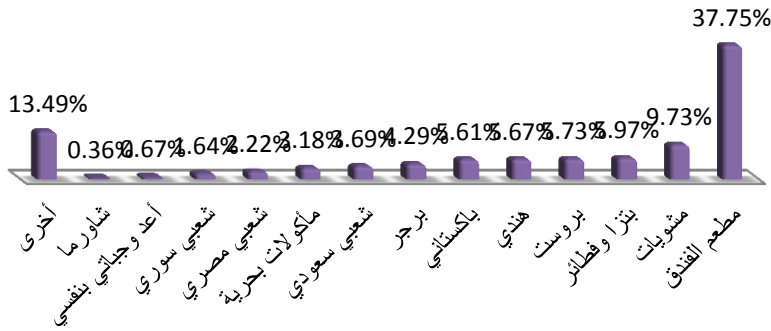


ومن الشكل رقم (١) الذي يبين هيكل الطلب على الوجبات الجاهزة وفقاً للتصويت العددي، جاء في المرتبة الأولى مطعم الفندق، حيث أن حوالي (٣٣٪) من عينة الحجاج يفضلون مطعم الفندق، ويأتي في المرتبة الثانية في تفضيل الحجاج المطعم الهندي حيث أن حوالي (١٢٪) من عينة الحجاج يفضلون المطعم الهندي، ثم يأتي في المرتبة الثالثة في تفضيل الحجاج المطعم الباكستاني حيث أن حوالي (٩٪) من عينة الحجاج يفضلون المطعم الباكستاني، ويأتي في المرتبة الرابعة في تفضيل الحجاج مطعم المشويات حيث أن حوالي (٧٪) من عينة الحجاج يفضلون مطعم المشويات، ويأتي في المرتبة الخامسة في تفضيل الحجاج مطعم البروست حيث أن حوالي (٤٪) من عينة الحجاج يفضلون مطعم البروست، ويأتي في المرتبة السادسة في تفضيل الحجاج المطعم الشعبي السعودي حيث أن حوالي (٣٪) من عينة الحجاج يفضلون المطعم الشعبي السعودي.

هيكل الطلب على الوجبات الجاهزة وفقاً للتصويت النقدي:

وقد تم تحديد هذا الهيكل للطلب على الوجبات الجاهزة من خلال قيمة الإنفاق اليومي على الوجبات الجاهزة مقاساً بالريال السعودي. ويوضح الشكل رقم (٢) هيكل طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة وفقاً للتصويت النقدي.

شكل (٢) هيكل طلب الحجاج علي الوجبات الجاهزة وفقاً لقيمة الإنفاق اليومي



ومن الشكل رقم (٢) الذي يبين هيكل طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة وفقاً لقيمة الإنفاق اليومي على الوجبات الجاهزة، جاء في المرتبة الأولى مطعم الفندق، حيث أن حوالي (٣٨٪) من عينة الحجاج يفضلون مطعم الفندق، ويأتي في المرتبة الثانية في تفضيل الحجاج مطعم المشويات حيث أن حوالي (١٠٪) من عينة الحجاج يفضلون مطعم المشويات، ثم يأتي في المرتبة الثالثة في تفضيل الحجاج مطعم بنزرا وفطائر حيث أن حوالي (٦٪) من عينة الحجاج يفضلون مطعم بنزرا وفطائر، ويأتي في المرتبة الرابعة في تفضيل الحجاج مطعم بروتس حيث أن حوالي (٦٪) من عينة الحجاج يفضلون مطعم بروتس، ويأتي في المرتبة الخامسة في تفضيل الحجاج المطعم الهندي حيث أن حوالي (٦٪) من عينة الحجاج يفضلون المطعم الهندي، ويأتي في المرتبة السادسة في تفضيل الحجاج المطعم الباكستاني حيث أن حوالي (٦٪) من عينة الحجاج يفضلون المطعم الباكستاني.

العوامل المحددة لطلب الحجاج على الوجبات الجاهزة

بناءً على نظرية طلب المستهلك، ودراسات الطلب على الغذاء وفقاً للظروف المعيشية للحجاج خلال فترة الحج من كل موسم داخل الأراضي المقدسة في مكة المكرمة والمدينة المنورة، فإن أهم العوامل المتوقع أن تؤثر في الطلب على الوجبات الجاهزة من قبل حجاج بيت الله الحرام هي ما يلي^(١):

سعر الوجبة الجاهزة: يعد من أهم العوامل المحددة للكمية المطلوبة من نوع معين من الوجبات الجاهزة خلال اليوم الواحد، ومن المتوقع وجود علاقة اتجاهية عكسية بين الكمية المطلوبة من الوجبات الجاهزة من

(١) لمزيد من التفصيل يمكن الرجوع إلى الدراسات التالية:

- د. السيد محمد أحمد السريتي: **النظرية الاقتصادية المتقدمة**، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠١١م.
 - د. السيد محمد أحمد السريتي: **الأمن الغذائي والتنمية الاقتصادية: رؤية إسلامية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٠م.

- Blanchard O., **Macroeconomics**, International Edition, Third Edition, Prentice Hall, 2002.

- Nicholson W., **Microeconomic Theory**, The Dryden Press, New York, US, Seventh Edition, 1998.

قبل الحجاج وسعر الوجبة الجاهزة خلال موسم الحج، فمع ثبات العوامل الأخرى على حالها، نتوقع أن تزيد الكمية المطلوبة من الوجبات الجاهزة عندما ينخفض سعرها، والعكس صحيح.

مستوي الدخل النقدي للحاج: يعتبر مستوي الدخل النقدي للحاج من العوامل المهمة المحددة للطلب على الوجبات الجاهزة خلال موسم الحج من كل عام. ومن المتوقع وجود علاقة اتجاهية طردية بين التغير في مستوي الدخل النقدي للحاج والطلب على الوجبات الجاهزة، وذلك باعتبارها من السلع العادية. فمع ثبات العوامل الأخرى على حالها، نتوقع أن تزيد الكمية المطلوبة من الوجبات الجاهزة عندما يزيد مستوي الدخل النقدي للحاج، والعكس صحيح.

أسعار الوجبات الغذائية البديلة: والتي تعتبر بديلاً للوجبات الجاهزة. ومن المتوقع زيادة الطلب على الوجبات الجاهزة إذا ارتفع سعر الوجبات الغذائية البديلة لها مع ثبات العوامل الأخرى على حالها، والعكس صحيح.

عدد الحجاج: من العوامل المهمة المحددة للطلب على الوجبات الجاهزة خلال فترة موسم الحج من كل عام. ومن المتوقع أنه كلما زاد عدد الحجاج مع ثبات العوامل الأخرى على حالها، كلما زاد طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة، والعكس صحيح.

أذواق وتفضيلات الحجاج: تعتبر من العوامل المهمة المحددة للطلب على الوجبات الغذائية خلال موسم الحج من كل عام، وتتحدد أذواق وتفضيلات الحجاج من خلال عاملين **أولهما: جنسية الحاج**، وتعكس جنسية الحاج مدى اختلاف النواحي الثقافية والاجتماعية للحاج، وينعكس هذا الاختلاف في اختلاف ذوق الحاج وتفضيلاته للوجبات الجاهزة، مما ينعكس في اختلاف إنفاق الحاج على الوجبات الجاهزة. **ثانيهما العادات والتقاليد الغذائية للحاج**، وتعد من العوامل المهمة التي يعتمد عليها طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة خلال فترة موسم الحج من كل عام، حيث أن العادات والتقاليد الغذائية للحجاج تحدد نوع الوجبات الجاهزة المفضلة لدى الحجاج.

نوعية الوجبة الجاهزة المقدمة للحاج: تعد من العوامل المهمة التي يعتمد عليها الطلب على الوجبات الجاهزة خلال موسم الحج من كل عام. ومن المتوقع وجود علاقة طردية بين الطلب على الوجبات الجاهزة ونوعية الوجبة الجاهزة المقدمة للحاج.

سرعة تجهيز الوجبة الجاهزة: تمثل سرعة تجهيز الوجبة الجاهزة عامل حاسماً في تحديد طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة، نظراً لأهمية عامل الوقت بالنسبة للحاج بصفة خاصة. ومن المتوقع وجود علاقة طردية بين الطلب على الوجبات الجاهزة سرعة تجهيز الوجبة الجاهزة. فكلما زادت سرعة تجهيز الوجبة الجاهزة مع ثبات العوامل الأخرى على حالها، كلما زاد رضا الحاج عن مقدم الخدمة وبالتالي يزداد طلبه على الوجبات المقدمة.

عدد أيام رحلة الحج: يعد عدد أيام رحلة الحج من العوامل المهمة المحددة للطلب على الوجبات الجاهزة خلال فترة موسم الحج من كل عام. ونتوقع أن طلب الحاج على الوجبات الجاهزة يتناسب عكسياً مع عدد أيام رحلة الحج.

التكلفة الكلية لرحلة الحج: تعد التكلفة لرحلة الحج من العوامل المهمة المحددة للطلب على الوجبات الجاهزة خلال فترة موسم الحج من كل عام. ومن المتوقع أن طلب الحاج على الوجبات يتناسب طردياً مع التكاليف

الكلية لرحلة الحج، نظراً لأن زيادة التكاليف الكلية لرحلة الحج تدل على ارتفاع متوسط دخل الحاج في موطنه الأصلي، الأمر الذي ينعكس في زيادة إنفاقه اليومي على الوجبات الجاهزة.

١٠- **عمر الحاج:** يعد عمر الحاج من أهم العوامل المحددة للطلب على الوجبات الجاهزة، ومن المتوقع أن طلب الحاج على الوجبات يتناسب عكسياً مع عمر الحاج، فكلما زاد عمر الحاج قل معدل استهلاكه للغذاء، ومن ثم قل متوسط إنفاقه اليومي على الوجبات الجاهزة.

١١- **الجهة القادم منها الحاج:** تعتبر جهة قدوم الحاج من العوامل المؤثرة في الطلب على الوجبات الجاهزة. وتعني جهة قدوم الحاج هل هو من حجاج الخارج أم حجاج الداخل. ومن المتوقع أن يوجد اختلاف في الطلب على الوجبات الجاهزة بين حجاج الخارج وحجاج الداخل.

١٢- **وسيلة نقل الحاج:** تعتبر وسيلة نقل الحاج مؤشراً نسبياً على متوسط دخل الحاج في موطنه الأصلي، الأمر الذي قد ينعكس على حجم إنفاقه على الوجبات الجاهزة خلال رحلة الحاج. ومن المتوقع أن يوجد اختلاف في الطلب على الوجبات الجاهزة من حجاج الجو عن طلب حجاج البر أو البحر.

١٣- **مكان إقامة الحاج :** يختلف مكان إقامة الحاج ما بين فندق خمسة نجوم أو بدون سكن حيث يفترش الطرق. ويرتبط مكان إقامة الحاج بمتوسط دخله في موطنه الأصلي، فكلما زاد متوسط دخله فإنه يقيم في فندق خمسة أو أربعة نجوم، وإذا قل متوسط دخل الحاج فإنه يقيم في مسكن خاص أو بدون سكن. وسوف ينعكس ذلك على إنفاق الحاج على الوجبات الجاهزة. ومن المتوقع أن يوجد اختلاف في الطلب على الوجبات الجاهزة وفقاً لمكان إقامة الحاج.

كما توجد مجموعة أخرى من العوامل التي يمكن أن تؤثر في طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة، من أهمها مدي تقديم الحملة لوجبات جاهزة للحجاج خلال رحلة الحاج، المنطقة التي يقيم فيها الحاج، جنس أو نوع الحاج. وفي المبحث التالي سوف يتم تقدير دالة الطلب على الوجبات الجاهزة اعتماداً على أهم العوامل المؤثرة في طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة التي تم تجميعها والحصول عليها من عينة الدراسة.

تقدير دالة طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة

يركز هذا القسم على تقدير دالة طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة في مكة المكرمة والمدينة المنورة خلال موسم حج ١٤٣٣ هـ. وسوف نبدأ أولاً: بتحديد متغيرات دالة طلب الحاج على الوجبات الجاهزة وكيفية قياسها، ثم يتم ثانياً : عرض نتائج التقدير، وأخيراً يتم تفسير نتائج التقدير.

تحديد متغيرات دالة طلب الحاج على الوجبات الجاهزة وكيفية قياسها:

تتضمن دالة طلب الحاج على الوجبات الجاهزة متغيراً تابعاً، وثلاثة عشر متغيراً مستقلاً، وفيما يلي توضيحها وكيفية قياسها.

- **المتغير التابع (Y)** : ويتمثل في قيمة الإنفاق اليومي للحاج علي الوجبات الجاهزة (ريال لكل حاج). وسوف يتم قياسه في صيغة اللوغاريتم الطبيعي (LN_Y) كمقياس معبر عن طلب الحاج على الوجبات الجاهزة.

- **المتغيرات التفسيرية**: تتضمن دالة طلب الحاج على الوجبات الجاهزة مجموعتين من المتغيرات المستقلة، وأولاهما: المتغيرات الكمية وهي المتغيرات التي يمكن قياسها كميًا، وتشمل كلا من عدد أيام رحلة الحج، والتكلفة الكلية لرحلة الحاج، وعمر الحاج. ثانيتهما: المتغيرات الصورية (dummy variables) وهي المتغيرات التي تعبر عن حالة وجود أو عدم وجود صفة معينة في الحاج، وتشمل كل من جنسية الحاج، والجهة القادم منها الحاج، ومكان إقامة الحاج، ومدى تقديم الحملات ووجبات جاهزة للحاج، والمنطقة المقيم فيها الحاج، وجنس أو نوع الحاج.

المجموعة الأولى : المتغيرات التفسيرية الكمية :

- ١- **عدد أيام رحلة الحج (X)**: ويعبر هذا المتغير الكمي عن الفترة التي يقيمها الحاج خلال موسم الحج لتأدية المناسك والزيارة؛ وسوف يتم قياس هذا المتغير بعدد الأيام الي يقيمها الحاج في كل من مكة المكرمة والمدينة المنورة. ومن المتوقع أن طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة يتناسب عكسياً مع عدد أيام رحلة الحج.
- ٢- **التكلفة الكلية لرحلة الحج (C)**: ويعبر هذا المتغير الكمي عن التكاليف الكلية لرحلة الحج، وتشمل رسوم الرحلة وإنفاق الحاج على الهدايا، وإنفاق الحاج علي الوجبات الجاهزة، وأية نفقات أخرى ينفقها الحاج خلال رحلة الحج. وسوف يتم قياس هذا المتغير بالقيمة المكافئة للتكلفة الكلية لرحلة الحج بالريال السعودي. ومن المتوقع أن طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة يتناسب طردياً مع التكاليف الكلية لرحلة الحج.
- ٣- **عمر الحاج (G)**: ويعكس هذا المتغير الكمي عمر الحاج خلال أثناء رحلة الحج، وسوف يتم قياس هذا المتغير بسن الحاج عند قدومه للمملكة العربية السعودية. ومن المتوقع أن طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة يتناسب عكسياً مع عمر الحاج، فكلما زاد عمر الحاج قل معدل استهلاكه للغذاء، ومن ثم قل متوسط إنفاقه اليومي على الوجبات الجاهزة.
- ٤- **جنسية الحاج**: ويعبر هذا المتغير النوعي أو الصوري عن جنسية الحاج. وسوف نأخذ في الاعتبار عند تقدير دالة طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة ثلاثة متغيرات صورية تعبر عن الجنسية وهي:
أ - (NA) وتعبر عن جنسية الحاج من الدول العربية، وسوف يتم قياسها في نموذج الانحدار من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) عندما تكون جنسية الحاج من الدول العربية، ويأخذ القيمة (٠) عندما تكون جنسية الحاج من الجنسيات الأخرى. ومن المتوقع أن يوجد اختلاف بين طلب الحاج من الجنسيات العربية عن الجنسيات الأخرى، مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.
- ب - (NI) وتعبر عن جنسية الحاج من دول جنوب وشرق آسيا، وسوف يتم قياسها في نموذج الانحدار من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) عندما تكون جنسية الحاج من دول جنوب وشرق آسيا، ويأخذ القيمة (٠) عندما تكون جنسية الحاج من الجنسيات الأخرى. ومن المتوقع أن يوجد اختلاف بين طلب الحاج من جنسيات جنوب وشرق آسيا عن الجنسيات الأخرى، مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

^١ اعتماد الصيغة اللوغاريتمية استدعي استبعاد الحالات التي قيمة المتغير Y تساوي صفراً

ج - (NT) وتعتبر عن جنسية الحاج من دولتي تركيا وإيران، وسوف يتم قياسها في نموذج الانحدار من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) عندما تكون جنسية الحاج من دولتي تركيا وإيران، ويأخذ القيمة (٠) عندما تكون جنسية الحاج من الجنسيات الأخرى. ومن المتوقع أن يوجد اختلاف بين طلب الحاج من الجنسية التركية والإيرانية عن الجنسيات الأخرى، مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

٥- **الجهة القادم منها الحاج (P):** ويعكس هذا المتغير النوعي جهة قدوم الحاج هل هو من حجاج الخارج أم حجاج الداخل. وسوف يتم قياس هذا المتغير من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) عندما تكون جهة القدوم من خارج المملكة العربية السعودية، ويأخذ القيمة (٠) عندما تكون جهة القدوم من داخل المملكة العربية السعودية. ومن المتوقع أن يوجد اختلاف في طلب حجاج الخارج علي الوجبات الجاهزة عن طلب حجاج من الداخل.

٦- **وسيلة نقل الحاج (T):** ويعكس هذا المتغير النوعي وسيلة نقل الحاج هل عن طريق الجو، أو البر أو البحر. وسوف يتم قياس هذا المتغير من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) عندما تكون وسيلة نقل الحاج هي الجو، ويأخذ القيمة (٠) عندما تكون وسيلة نقل الحاج هي البر أو البحر. ومن المتوقع أن يزيد طلب حجاج الجو علي الوجبات الجاهزة عن طلب حجاج البر أو البحر.

٧- **مكان إقامة الحاج :** ويعبر هذا المتغير الصوري عن المكان الذي يقيم فيه الحاج خلال موسم الحج. وسوف نأخذ هذا المتغير في الاعتبار عند تقدير دالة طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة من خلال متغيرين صوريين هما:

أ - (RH) وتعتبر عن إقامة الحاج في فندق، وسوف يتم قياسها في نموذج الانحدار من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) عندما يقيم الحاج في فندق، ويأخذ القيمة (٠) عندما يقيم الحاج في مسكن خاص أو بدون سكن. ومن المتوقع أن يزيد طلب الحجاج الذين يقيمون في الفنادق على الوجبات الجاهزة عن باقي الحجاج، مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

ب- (RW) تعني الحاج بدون سكن، وسوف يتم قياسها في نموذج الانحدار من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) عندما يكون الحاج بدون سكن، ويأخذ القيمة (٠) عندما يقيم الحاج في مسكن أو فندق. ومن المتوقع أن يقل طلب حجاج الذين ليس لديهم سكن على الوجبات الجاهزة عن باقي الحجاج، مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

٨- **مدي تقديم الحملة لوجبات جاهزة للحاج (M) :** ويعبر هذا المتغير النوعي. وسوف يتم قياس هذا المتغير من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) عندما تقدم الحملة وجبات جاهزة للحاج، ويأخذ القيمة (٠) عندما لا تقدم الحملة وجبات جاهزة للحاج. ومن المتوقع أن يزيد انفاق الحاج علي الوجبات الجاهزة عندما لا تقدم الحملة وجبات جاهزة للحاج.

٩- **المنطقة المقيم فيها الحاج وقت الاستبانة (A) :** ويوضح هذا المتغير النوعي مكان إقامة الحاج عن استطلاع رأيه هل كان في مكة المكرمة أم المدينة المنورة. وسوف يتم قياس هذا المتغير من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) إذا كان الحاج مقيم في مكة المكرمة وقت استطلاع رأيه، ويأخذ القيمة (٠) إذا كان

الحاج مقيم في المدينة المنورة وقت استطلاع رأيه. ومن المتوقع أن يقل إنفاق الحاج المقيم في مكة المكرمة علي الوجبات الجاهزة عن إنفاق الحاج المقيم في المدينة المنورة.

١٠ - **جنس الحاج (S)** : ويعبر هذا المتغير النوعي عن جنس أو نوع الحاج هل ذكر أم أنثي. وسوف يتم قياس هذا المتغير من خلال متغير صوري يأخذ القيمة (١) إذا كان الحاج ذكر، ويأخذ القيمة (٠) إذا كان الحاج أنثي. ومن المتوقع أن يزيد إنفاق الأناث من الحجاج علي الوجبات الجاهزة عن إنفاق الذكور خلال رحلة الحاج.

نتائج تقدير دالة طلب الحاج على الوجبات الجاهزة: الدالة المقدره تأخذ الشكل التالي

$$\ln Y = 5.232 - 0.055X - 0.004G - 0.631NA - 0.831NI + 0.019NT + 0.475P \\ + 0.189T + 0.404RH - 0.356RW - 0.394M - 0.255A - 0.131S + U$$

(0.110) (0.002) (0.001) (0.052) (0.044) (0.065) (0.088)
(0.064) (0.038) (0.110) (0.034) (0.033) (0.040)

تفسير المعلمات المقدره للنموذج

بالرجوع إلى جدول المعلمات المقدره ضمن نتائج تحليل الانحدار نجد أن **معلمتين فقط غير معنويتين إحصائياً هما:**

تكلفة رحلة الحج (C) وترجع هذه النتيجة إلي أن الغذاء يعتبر مطلباً ضرورياً لكل الحجاج سواء كانت التكلفة الكلية لرحلة الحج مرتفعة أو منخفضة، فالجميع يطلب الوجبات الجاهزة بغض النظر عن التكلفة الكلية لرحلة الحج.

الجنسية التركية والإيرانية (NT=1) لا يختلف أصحابها عن بقية أفراد العينة من حيث نمط الإنفاق على المطاعم.

وتظهر **النتائج أن بقية المعلمات المقدره معنوية إحصائياً ويمكن توضيح دلالاتها على النحو التالي:** يؤثر عدد أيام بعثة الحج (X) تأثيراً جوهرياً عكسياً في الطلب علي الوجبات الجاهزة، أي أنها ذات تأثير عكسي على نفقة الوجبات فمع كل يوم إضافي يقل الإنفاق على الوجبات الجاهزة بنسبة حوالي ٠.٦٪. يؤثر عمر الحاج (G) تأثيراً جوهرياً عكسياً في طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة، ولكنه تأثير ضعيف أقل من ٠.٥٪، فمع زيادة عمر الحاج سنة إضافية يقل إنفاقه على الوجبات الجاهزة بنسبة حوالي (٠.٥٪). تؤثر جنسية الحاج تأثيراً جوهرياً في طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة، فالحاج من الجنسيات العربية (NA=1) ينفق على الوجبات الجاهزة أقل بنسبة حوالي ٦٣٪ من الجنسيات الأخرى، مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

الحاج من جنسيات جنوب وشرق آسيا (NI=1) ينفق على الوجبات الجاهزة أقل بنسبة حوالي ٨٣٪ من الجنسيات الأخرى، مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

تؤثر جهة قدوم الحاج تأثيراً جوهرياً في طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة، نظراً لأن حجاج الخارج (P=1) ينفقون على الوجبات الجاهزة أكثر بنسبة حوالي ٤٨٪ من حجاج الداخل مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

تؤثر وسيلة نقل الحاج تأثيراً جوهرياً في طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة، فالحجاج القادمون جوا (T=1) ينفقون على الوجبات الجاهزة أكثر بنسبة حوالي ١٩٪ من القادمين برا أو بحرا مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

يؤثر مكان إقامة الحاج تأثيراً جوهرياً في طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة، فالحجاج الذي يسكن الفنادق (RH=1) ينفق على الوجبات الجاهزة أكثر بنسبة حوالي ٤٠٪ ممن يقيمون في أماكن أخرى مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

الحجاج بدون سكن (RW=1) ينفق على الوجبات الجاهزة أقل بنسبة حوالي ٣٦٪ ممن يقيمون في فنادق أو مساكن مع بقاء العوامل الأخرى على حالها. ويرجع ذلك إلي أن الحجاج بدون سكن قد يعتمدون على الوجبات الجاهزة التي توزع مجاناً.

يؤثر توزيع الحملات لوجبات جاهزة تأثيراً جوهرياً في طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة، فأكد نموذج الدراسة على أن الحاج الذي يحصل على وجبات ضمن الحملة (M=1) ينفق على الوجبات الجاهزة أقل بنسبة حوالي ٣٩٪ ممن لا يحصلون على هذه الوجبات مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

تؤثر المنطقة التي يقيم فيها الحاج تأثيراً جوهرياً في طلب الحاج علي الوجبات الجاهزة، فأكد نموذج الدراسة على أن الحجاج الذين تم استطلاعهم في مكة المكرمة (A=1) تبين أنهم ينفقون أقل بنسبة حوالي ٢٦٪ ممن تم استطلاع آرائهم في المدينة المنورة مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

أخيراً يؤثر جنس الحاج تأثيراً جوهرياً في طلبه علي الوجبات الجاهزة، فقد أوضح نموذج الدراسة أن الحجاج الرجال (S=1) ينفقون على الوجبات أقل بنسبة ١٣٪ من النساء مع بقاء العوامل الأخرى على حالها.

٦- الصعوبات التي تواجه الحجاج بشأن الوجبات الجاهزة

تم توجيه سؤال مفتوح إلي عينة الحجاج تمثل في "ما هي أهم الصعوبات أو المشاكل التي تقابلكم في الحصول علي الوجبات الجاهزة" وقد أجاب عن هذا السؤال ٥٨ حاجاً (حوالي ٣٪ من عينة الحجاج) ولا يعني هذا بالضرورة رضا اغلب الحجاج عن الخدمات المقدمة في المطاعم، حيث لوحظ عزوف كثيرين عن إجابة هذا السؤال ربما لتصورهم أن هذا قد يسبب ضرراً للعاملين في المطاعم. من تحليل إجابات الحجاج يمكن تلخيص أهم هذه المشاكل في الجدول رقم (١).

جدول رقم (١) أهم المشاكل التي تواجه الحجاج عند طلبهم للوجبات الجاهزة

م	المشكلة التي تواجه الحاج عند شراء الوجبات الجاهزة	عدد الحجاج
١	الازدحام الشديد عند شراء الوجبات الجاهزة	٣٥
٢	ارتفاع أسعار الوجبات الجاهزة	١٠
٣	بعد المطاعم عن أماكن إقامة الحجاج	٥
٤	عدم نظافة المطاعم	٥
٥	طهي الوجبات بطريقة غير مناسبة	٤
٦	عدم فهم البائعين لغة الحجاج	٤
٧	عدم وضوح مكان المطعم وصعوبة الوصول إليه	٣

٨	قلة فروع المطاعم	١
٩	عدم وجود قسم للعوائل	١
١٠	عدم وجود أماكن للانتظار	١
١١	عدم وجود طلبات جاهزة	١
١٢	عدم وجود نظام داخل المطاعم	١
١٣	قلة عدد الموظفين بالمطعم	١

يتضح من الجدول رقم (١) أن أهم الصعوبات أو المشاكل التي تواجه الحجاج عند شرائهم للوجبات الجاهزة ما يلي:

الازدحام الشديد عند شراء الوجبات الجاهزة: لعل من أهم المشاكل التي تواجه حجاج بيت الله الحرام هي مشكلة الازدحام، وبالطبع فإن المطاعم هي الأخرى تتعرض لزدحام شديد. وقد أكد حوالي (٦٠٪) من عينة الحجاج معاناتهم من ازدحام شديد عند شرائهم للوجبات الجاهزة من المطاعم، وبصفة خاصة في المنطقة المركزية.

ارتفاع أسعار الوجبات الجاهزة: فقد أكد حوالي (١٧٪) من عينة الحجاج على ارتفاع اسعار الوجبات الجاهزة خلال موسم الحج بالمقارنة بأسعارها في باقي أيام العام.

بعد المطاعم عن أماكن إقامة الحجاج: لقد أكد حوالي (٩٪) من عينة الحجاج على بعد المطاعم عن أماكن إقامتهم، قد يرجع ذلك إلي سكن هذه الفئة من الحجاج في أماكن بعيدة عن المنطقة المركزية التي يتوافر حولها معظم المطاعم.

عدم نظافة المطاعم: فقد أكد حوالي (٩٪) من عينة الحجاج على عدم نظافة المطاعم.

انخفاض جودة الوجبات الجاهزة : وقد أوضح بعض الحجاج انخفاض جودة الوجبات الجاهزة بسبب الطهي بطريقة غير مناسبة وسريعة، فذكر بعض الحجاج على سبيل المثال (وجود أرز نيئ). وقد أكد حوالي (٧٪) من عينة الحجاج على انخفاض جودة الوجبات الجاهزة بسبب الطهي بطريقة غير مناسبة وسريعة.

عدم فهم البائعين للغات الحجاج : فقد أكد حوالي (٧٪) من عينة الحجاج على عدم فهم البائعين للغات الحجاج.

عدم وضوح مكان المطعم وصعوبة الوصول إليه: فقد أكد حوالي (٥٪) من عينة الحجاج على عدم وضوح مكان المطعم وصعوبة الوصول إليه.

أما المشاكل من رقم (٨) إلي رقم (١٣) فهي ليست مشاكل رئيسية، بل هي عناصر فرعية مرتبطة بالمشكلة الرئيسية وهي مشكلة الازدحام الشديد، وتزيد من حدتها، مما يسبب إزعاجا مستمرا للحجاج أثناء شراء الوجبات في موسم الحج.

النتائج والتوصيات

نتائج الدراسة : لعل من أهم النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة مايلي:

١- **مواصفات الوجبات الجاهزة:** فقد أكدت عينة المطاعم علي أهم مواصفات الوجبات الجاهزة التي تقدمها المطاعم في كل من مكة المكرمة والمدينة المنورة، فجاء في المرتبة الأولى طريقة تغليف الوجبة وشكل التقديم، ثم سرعة تجهيز الوجبة الجاهزة، ثم جودة طعم ورائحة الوجبة الجاهزة، ثم كفاية كمية الطعام، ثم توافر الوجبة في وقت معين، ثم انخفاض سعر الوجبة الجاهزة، وأخيراً الغذاء الأكثر فائدة للجسم (قليل السعرات).

٢- **هيكل طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة:** يختلف هيكل طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة وفقاً لمعيارين، أولهما نوع المطعم المفضل لدى الحاج والذي يحدد نوعية الوجبات الجاهزة التي يقبل عليها الحاج وفقاً للتصويت العددي. وثانيهما قيمة الإنفاق اليومي للحاج على الوجبات الجاهزة مقاساً بالريال السعودي ويعكس ذلك الأهمية النسبية للوجبات الجاهزة التي يفضلها الحاج وفقاً للتصويت النقدي. وأكدت الدراسة علي أن (٦٨٪) من هيكل طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة وفقاً لنوع المطعم المفضل لدى الحاج يتمثل في طلب الحجاج على مطعم الفنادق، والمطعم الهندي، والمطعم الباكستاني، ومطعم المشويات، ومطعم البروست، والمطعم الشعبي السعودي، وأن (٣٢٪) الباقية تتوزع على الأنواع الأخرى من المطاعم. كما أكدت الدراسة علي أن (٧٢٪) من هيكل طلب الحجاج على الوجبات الجاهزة وفقاً لقيمة الإنفاق اليومي على الوجبات الجاهزة يتمثل في مطاعم الفنادق، والمشويات، وبيتزا وفطائر، وبروست، وهندي، وباكستاني. وأن (٢٨٪) تعود إلى باقي المطاعم.

٣- **العوامل المؤثرة في طلب الحاج على الوجبات الجاهزة:** من أهم العوامل التي تؤثر جوهرياً في طلب الحاج على الوجبات الجاهزة: عدد أيام رحلة الحج، وعمر الحاج، وجنسية الحاج، والجهة القادم منها الحاج، ووسيلة نقل الحاج، ومكان إقامة الحاج، ومدى حصول الحاج على وجبات جاهزة، والمنطقة التي يقيم فيها الحاج، وجنس الحاج. وقد اتضح أن التكلفة الكلية لرحلة الحج لا تؤثر جوهرياً في طلب الحاج على الوجبات الجاهزة.

٤- **بعض المشاكل التي تواجه الحجاج عند طلبهم الوجبات الجاهزة:** من أهم هذه المشاكل التي تواجه الحجاج عند طلبهم للوجبات الجاهزة هي مشكلة الازدحام الشديد عند شراء الوجبات الجاهزة، وارتفاع أسعار الوجبات الجاهزة، وأن المطاعم بعيدة عن أماكن إقامتهم، وعدم نظافة المطاعم، وصعوبة فهم البائعين للغاتهم، وانخفاض جودة الوجبات الجاهزة، وعدم وضوح مكان المطعم وصعوبة الوصول إليه، وقلة فروع المطاعم في مكة المكرمة والمدينة المنورة، وعدم وجود قسم للعوائل، وعدم وجود أماكن للانتظار، وعدم وجود نظام داخل المطعم، وقلة عدد الموظفين والعمال بالمطعم.

التوصيات : هذه التوصيات موجهة إلى أصحاب المطاعم والجهات الحكومية المشرفة على أنشطة المطاعم بل والباحثين في مجال خدمات الحج والعمرة واقتصادياتها. فيما يلي بيان هذه التوصيات:

يتطلب الأمر دراسة خاصة بالفنادق ومديري الحملات الكبيرة لتفسير قيام عدد كبير من الحجاج بشراء وجبات إضافية من المطاعم رغم تقديم وجبات في الفنادق من خلال الحملات التي يتبعونها، وهل يعود ذلك إلى نقص كمية الوجبة أو رداءة المستوى في الإعداد أو التقديم.

مراعاة جودة التهوية وضوابط النظافة العامة وتطهير دورات المياه الملحقة بالمطاعم لأن هذا ضمن الأولويات المتقدمة للحجاج في مواصفات المطاعم.

مراعاة اهتمام الحجاج بالخصائص المباشرة للوجبة مثل جودة الطعم والنكهة وإتاحة الوجبات على مدار الساعة فضلا عن اهتمام خاص بالغذاء الصحي قليل السعرات وهو ما تفتقر إليه معظم المطاعم.

نظرا لأن الجنسيات غير العربية تنفق على الوجبات الجاهزة أكثر من الجنسيات العربية بدرجة ملحوظة يراعى وضع اللافتات وقوائم الطعام باللغات الأعجمية للإعلان عن مواصفات الوجبات وأسعارها وليكون الحجاج على بينة من ذلك.

تدريب العاملين لتنوع الوجبات ومراعاة مواصفات الوجبة الصحية، خاصة مع هيمنة جنسيات محدودة على العمل في أغلب المطاعم.

تشجيع القطاع الخاص على إنشاء المزيد من المطاعم في مناطق تواجد الحجاج والزائرين للحد من مضايقات الزحام. ويمكن ابتكار مطاعم مؤقتة أو منافذ بيع وجبات صحية لتباع في موسم الحج فقط. كذلك لوحظ زيادة الإنفاق اليومي على الوجبات في المدينة المنورة بالمقارنة مع مكة المكرمة، لذلك ستكون فرصة استثمارية جديرة بالدراسة لإنشاء مزيد من المطاعم في المدينة المنورة.

يراعى في المطاعم الجديدة التوسع في الأماكن المتاحة للعوائل، كذلك يجب تخطيط وإدارة المطاعم في موسم الحج على نحو مختلف يراعى أن حجاج الخارج ينفقون على الوجبات أكثر من حجاج الداخل بدرجة ملموسة وهم يختلفون في اختياراتهم عن المواطنين والمقيمين في الداخل والذين هم عملاء المطاعم طول العام.

على مشروعات المطاعم الجديدة مراعاة تفضيلات الحجاج لوجبات المشويات والبيتزا والبروست مع مراعاة تجويد المواصفات لمنافسة المطاعم القائمة والتركيز على توفير بدائل بسعر منخفض لأن هذا عنصر أولوية لدى شريحة مهمة من الحجاج.

الحاجة لإدخال وسائل التقنية الحديثة في أعمال الطهي والتجهيز وتسليم الوجبات، ويمكن إيجاد آلية لاستفادة المطاعم الشعبية من الأنظمة المطبقة في سلاسل المطاعم الغربية.

المراجع:

أولا : المراجع العربية :

- ١- د. السيد محمد أحمد السريتي: النظرية الاقتصادية المتقدمة، الدار الجامعية، الاسكندرية، ٢٠١١م.
- ٢- د. السيد محمد أحمد السريتي: الأمن الغذائي والتنمية الاقتصادية: رؤية إسلامية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، ٢٠٠٠م.
- ٣- د. السيد محمد أحمد السريتي، د. علي عبد الوهاب نجا: مبادئ الاقتصاد الكلي، الدار الجامعية، الاسكندرية، ٢٠١٣م.

- ٤- د. السيد محمد أحمد السريتي، د. نبيل صلاح العربي، دابراهيم القليطي: دراسة مقارنة لطلب الحجاج على الوجبات الجاهزة في مكة المكرمة والمدينة المنورة، بحث مقدم معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، موسم حج ١٤٣٣ هـ.
- ٥- د. خليل حماد، د. عبد الرازق بن هاني : تقدير دوال الطلب والإنتاج والفجوة الغذائية وعلاقتها بالأمن الغذائي الأردني، مجلة أبحاث اليرموك سلسلة أبحاث العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد، ٩، العدد ٤، ١٩٩٣م.
- ٦- د. عبد القادر محمد عطية : التحليل الاقتصادي الجزئي بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، الاسكندرية، ١٩٩٨م.

ثانيا : المراجع الأجنبية:

1. Adams, Catherine". Reframing the Obesity Debate: McDonald's Role May Surprise You ".Journal of Law, Medicine, and Ethics 35 (2007): 154-157. Academic Search Premier. EBSCOhost. University of Nevada, Reno Libraries. 5 February 2008.
2. Arndt, Michael". McDonald's 24/7 ".Business Week 4020 (2007): 64-72. Academic Search Premier. EBSCOhost. University of Nevada, Reno Libraries. 22 February 2008.
3. Borowing, E & Zupan, M., Microeconomic Theoy and Apploctions, New York. Harper Collins College Publishers,1996, 5th edition.
4. Blanchard O., Macroeconomics, International Edition, Third Edition, Prentice Hall, 2002.
5. Castillo-Merino, David, Vilaseca-Requena, Jordi, Serradell-López, Enric, & Valls-Ruiz, Natàlia. (2008). E-learning and Labour Market: Wage-premium Analysis RUSC, 5(1), 22-34.
6. Hogan, David .Selling 'em by the Sack: White Castle and the Creation of American Food .New York: New York University Press, 1997.
7. Kroc, Ray with Robert Anderson .Grinding It Out: The Making of McDonald's .St. Martin's Press, 1992.
8. Levinstein, Harvey. Paradox of Plenty: a Social History of Eating in Modern America. Berkeley: University of California P, 2003. 228-229.
9. Luxenberg, Stan .Roadside Empires :How the Chains Franchised America .New York: Viking, 1985
10. Nicholson W., Microeconomic Theory, The Dryden Press, New York, US, Seventh Edition, 1998.
11. McGinley, Lou Ellen with Stephanie Spurr .Honk for Service: A Man, A Tray and the Glory Days of the Drive-In .St. Louis: Tray Days Publishing, 2004. For photos of the Parkmoor Restaurants see Drive-In Restaurant Photos
12. Obesity In America. The Endocrine Society; The Hormone Foundation. 27 April 2008 The Obesity Crisis: What's it all about?
13. Samuelson, P., Economics, An introductory analysis, Mcgrame-Will, New York, 1985.

14. Schlosser, Eric ,Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal ,Houghton Mifflin Company, 2001
15. Schultz, Howard with Dori Jones Yang ,Pour Your Heart Into It: How Starbucks Built a Company One Cup at a Time ,Hyperion, 1999.
16. Warner, Melanie" Salads or No, Cheap Burgers Revive McDonald's. "The New York Times 19 April, 2006. Academic Search Premier. EBSCOhost. University of Nevada, Reno Libraries. 5 February 2008.
