



# أنشطة خدمات الإقامة والطعام

# المحتويات

## الجزء الثاني

**المؤشرات الاقتصادية  
لأنشطة خدمات الإقامة  
والطعام**

## الجزء الأول

**نبذة عن التقرير**

## الجزء الرابع

**أنشطة خدمات الأطعمة  
والمشروبات**

أداء سوق خدمات المطاعم  
والمقاهي **1-4**

دراسة سوق خدمات  
المطاعم والمقاهي من  
وجهة نظر أصحاب المنشآت  
**2-4**

دراسة سوق خدمات  
المطاعم والمقاهي من  
وجهة نظر المستهلكين  
**3-4**

## الجزء الثالث

**أنشطة خدمات الإقامة**

أداء سوق خدمات الإقامة **1-3**

دراسة سوق خدمات الإقامة  
من وجهة نظر أصحاب  
المنشآت **2-3**

دراسة سوق خدمات الإقامة  
من وجهة نظر المستهلكين **3-3**

الجزء الأول

# نبذة عن التقرير



.....

## 1-1 أهداف ومنهجية التقرير

### عن منشآت

أنشئت الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت» عام 2016م، وتتلخص أهدافها في تنظيم قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة ودعمه وتنميته ورعايته، وفقاً لأفضل الممارسات العالمية، لرفع إنتاجية هذه المنشآت وزيادة مساحتها في الناتج المحلي الإجمالي إلى 35 % بحلول عام 2030م.

وتعمل «منشآت» على إعداد وتنفيذ ودعم برامج ومشاريع لنشر ثقافة وفكر العمل الحر وروح ريادة الأعمال والمبادرة والابتكار، وتنوع مصادر الدعم المالي للمنشآت، وتحفيز مبادرات قطاع رأس المال الجريء، إلى جانب وضع السياسات والمعايير لتمويل المشاريع التي تصنف على أنها مشاريع صغيرة ومتوسطة، وتقديم الدعم الإداري والفني للمنشآت، ومساندتها في تنمية قدراتها الإدارية والفنية والمالية، والتسويقية، والموارد البشرية، وغيرها.

كما تعمل على دعم إنشاء شركات متخصصة في التمويل، وتفعيل دور البنوك وصناديق الإقراض وتحفيزها لأداء دور أكبر وفعال في التمويل والاستثمار في المنشآت، وإنشاء البرامج اللازمة لتنمية المنشآت ودعمها، إضافة إلى إنشاء مراكز خدمة شاملة للمنشآت بإصدار جميع المتطلبات النظامية لها ونحوها؛ من خلال المشاركة الفعلية والإلكترونية للجهات العامة والخاصة ذات العلاقة.



### الأهداف العامة للتقرير

يهدف هذا التقرير بالأساس إلى:

- تقديم معلومات وإحصاءات موثوقة تخص أنشطة خدمات الإقامة والطعام في المملكة العربية السعودية.
- توضيح حالة السوق وإبراز الفرص المتاحة ورغبات المستهلكين وتفاعلهم وآراء أصحاب الأعمال في كل نشاط.
- مساعدة رواد الأعمال والمستثمرين في التعرف بشكل أوضح على الخصائص والمميزات الاقتصادية الحالية والمستقبلية لهذه الأنشطة.
- تشجيع رواد الأعمال للاستثمار في هذه الأنشطة باعتبارها من الأنشطة الاقتصادية الوعدة في المملكة العربية السعودية.
- دفع الاستثمار في هذه الأنشطة والرفع من قيمتها الاقتصادية ومن مساحتها في الناتج المحلي الإجمالي.



# منهجية التقرير

تعتمد منهجية التقرير على عرض وتحليل البيانات والإحصاءات والمؤشرات الاقتصادية والاجتماعية واستطلاع آراء المستهلكين ومقدمي خدمات الإقامة والطعام، وذلك من خلال:



## 2-1 محتويات التقرير



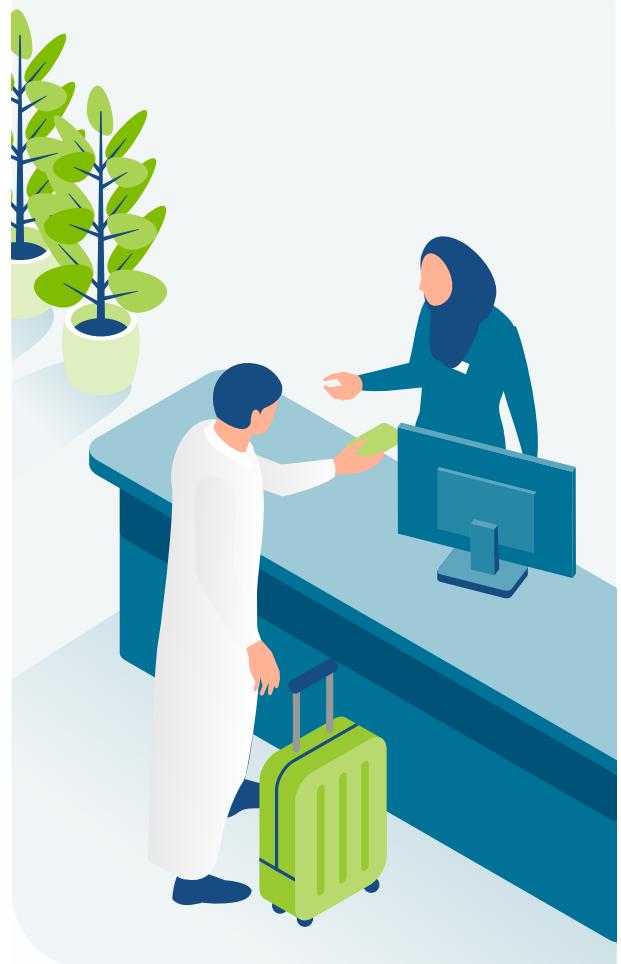
## 3-1 التعريف بالأنشطة المشمولة بالتقرير

### 1 أنشطة خدمات الإقامة

أنشطة خدمات الإقامة، وهي الأنشطة المنضوية تحت القسم 55 من الباب (ط) في دليل التصنيف الوطني للأنشطة الاقتصادية المعتمد على التصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، بحسب التقسيم الرابع (ISIC4) ، وتتكون من 11 نشاطاً فرعياً، مثل الفنادق والوحدات والشقق الفندقية والشاليهات وقصور وصالات الأفراح والمناسبات مع الإقامة.

### 2 أنشطة خدمات الأطعمة والمشروبات

أنشطة خدمات الأطعمة والمشروبات، وهي الأنشطة المنضوية تحت القسم 56 من الباب (ط) في دليل التصنيف الوطني للأنشطة الاقتصادية الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، بحسب التقسيم الرابع (ISIC4) ، وتتكون من 13 نشاطاً فرعياً، مثل المطاعم مع الخدمة والبوفيهات ومطاعم الوجبات السريعة والمقاهي.



الجزء الثاني

# المؤشرات الاقتصادية لأنشطة خدمات الإقامة والطعام

## 1-2 أصناف منشآت خدمات الإقامة والطعام

### أنشطة خدمات الإقامة والطعام



#### خدمات الأطعمة والمشروبات

##### مطاعم مع الخدمة

تسمى أيضاً مطاعم الخدمة على الطاولة، وهي مطاعم يتم فيها إعداد وتقديم الوجبات الغذائية لتناولها داخل صالة الطعام الملحقة والمعدة خصيصاً لهذا الغرض أو يمكن تناولها خارج المحل.



- 
- 
- 
- 
- 
- 

##### مطاعم الوجبات السريعة

تعرف أيضاً بمطاعم الخدمة السريعة، وهي تتميز بتقديم الأطعمة سريعة التحضير ضمن قائمة محدودة من الوجبات. غالباً ما تنتهي هذه المطاعم إلى علامات تجارية عالمية ولكن يمكن أن تكون ذات علامات تجارية محلية، وتقدم في الغالب أطعمة من أنماط الغذاء الغربي.



- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

##### المقاهي

المقهى أو الكوفي شوب أو الكافيه هو مكان عام يجلس الناس فيه لشرب القهوة أو الشاي أو العصائر والمشروبات والمأكولات الخفيفة. يوجد منها العديد من الأصناف حسب نوع وجودة الخدمة المقدمة والمساحة والمكان، إلخ، ومنها من ينتهي إلى علامات تجارية عالمية وأخرى محلية عادة ما يكون لها فروع ومنها دون علامة يكون لها في أغلب الأحيان فرع واحد.



- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

##### أخرى

تشمل عدة أصناف أخرى مثل البوفيهات والكافيتيريات والمطعم المتنقلة (Food truck)، إلخ، وتقدم خدمات سريعة في مساحات صغيرة وبأسعار منخفضة نسبياً.



- 
- 
- 
- 
- 
- 



#### خدمات الإقامة

##### فنادق فاخرة

تسمى أيضاً فنادق فاخرة وهي الفنادق من فئة الأربع نجوم وأكثر وتكون في أغلب الأحيان تابعة لسلسل فندقية عالمية، ولكن يوجد منها أيضاً أصناف ذات علامات محلية، تقدم خدمات عالية الجودة في محيط فاخر وأنيق.

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

##### فنادق متوسطة

وهي فنادق متوسطة الحجم من فئة 3 نجوم تتوارد في أغلب المدن الكبرى وضواحيها وتقديم خدماتها بأسعار وبمواصفات أقل من الفنادق الراقية، ولكن الكثير منها يتسم بمحيط فخم وبمجال خدمات واسع.

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

##### فنادق اقتصادية

وهي فنادق من فئة نجمتين أو نجمة واحدة، تؤجر غرفة أو أكثر إلى الزبائن لفترات طويلة من الزمن، وتتشبه هذه الفنادق بمباني الشقق إلا أنها توفر أيضاً خدمات الغسيل والكلي وأسعارها منخفضة مقارنة بالفنادق الأخرى.

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

##### أخرى

تشمل عدة أصناف أخرى من منشآت الإقامة تقدم خدماتها لمدة قصيرة تصل حد الساعات مثل المويليات وتوجد غالباً على الطرق السريعة وبالقرب من المناطق السياحية أو تقدم خدمات إقامة عرضية مثل المخيمات والشاليهات في المناسبات.

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

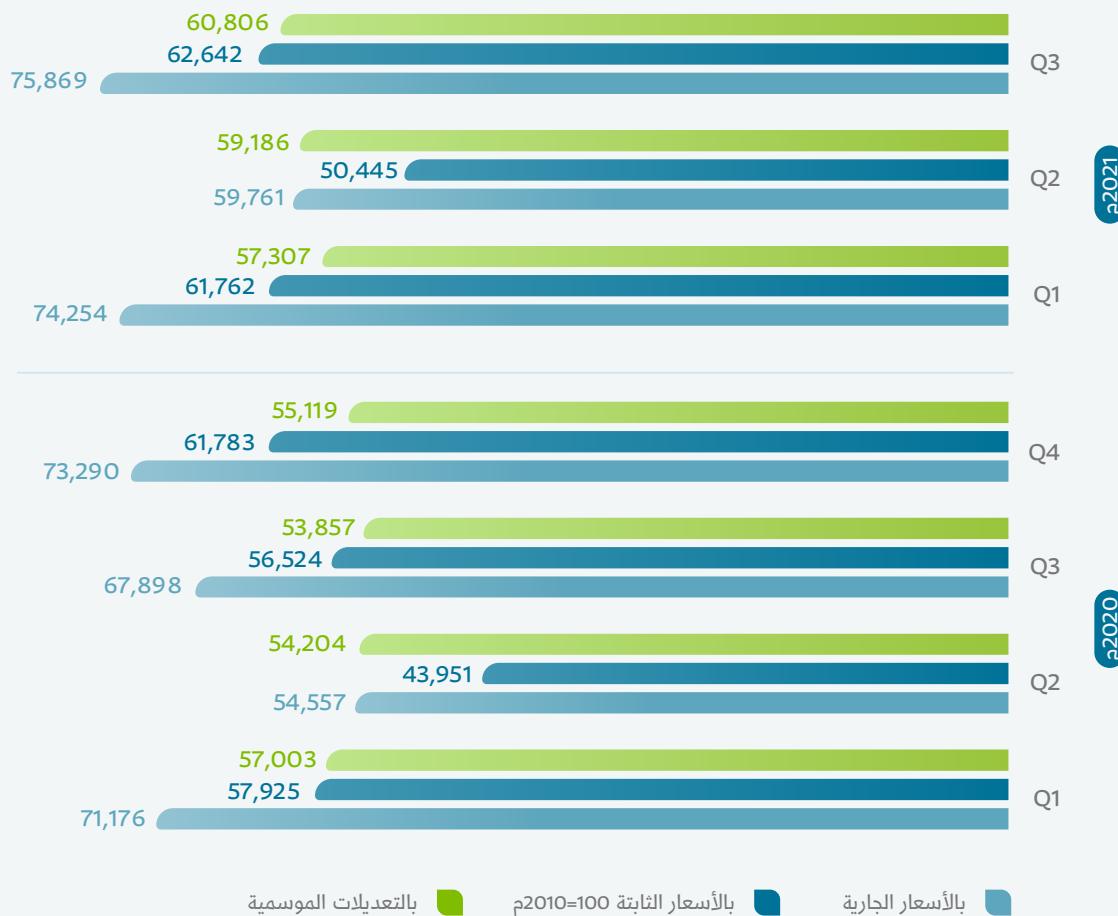
## 2-2 الناتج المحلي لأنشطة خدمات المطاعم والفنادق وتجارة الجملة والتجزئة



تتيح إحصاءات الحسابات القومية الصادرة من الهيئة العامة للإحصاء إمكانية الاطلاع على توزيع الناتج المحلي الإجمالي السعودي حسب الأنشطة الاقتصادية. ومن خلال الإصدارات الجديدة للهيئة، يتضح أن أنشطة المطاعم والفنادق تصنف ضمن النشاط السادس إلى جانب نشاط تجارة الجملة والتجزئة. وتشير بيانات الربع الثالث من عام 2021م، إلى أن الناتج المحلي لأنشطة المطاعم والفنادق وتجارة الجملة والتجزئة قد بلغ نحو 75.9 مليار ريال بالأسعار الجارية و62.6 مليار ريال بالأسعار الثابتة (2010م=100).

كما تُظهر البيانات ارتفاع الناتج المحلي بالأسعار الثابتة لأنشطة المطاعم والفنادق وتجارة الجملة والتجزئة بنسبة 24.2%，خلال الربع الثالث 2021م مقارنة بالربع الثاني من العام نفسه، وبنسبة 10.8% مقارنة بنفس الربع من العام الماضي (2020م). وتفيد هذه النتائج بأن أنشطة تجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق تشهد انتعاشه قوية تمثلت في تحقيقها لقيمة اقتصادية قياسية خلال عامي 2020م و2021م، سواء بالأسعار الجارية أو الثابتة أو بالتعديلات الموسمية.

**الناتج المحلي لقطاع تجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق**  
(مليون ريال)



المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، الحسابات القومية.

## 3-2 مساهمة أنشطة تجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق في الناتج المحلي الإجمالي



خلال الربع الثالث من عام 2021م، بلغ الناتج المحلي بالأسعار الثابتة لأنشطة خدمات المطاعم والفنادق وتجارة الجملة والتجزئة نحو 62.2 مليار ريال، وبذلك ارتفعت نسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة من 8.3% خلال الربع الثاني 2021م إلى 9.4% خلال الربع الثالث 2021م. هذه النسبة وصلت إلى 22% من الناتج المحلي غير النفطي، وبذلك تحتل هذه الأنشطة المركز الثالث ضمن الأنشطة الاقتصادية غير النفطية من حيث الأهمية الاقتصادية بعد أنشطة الصناعات التحويلية بـ 25.2% وأنشطة خدمات المال والتأمين والعقارات بـ 24.4%. وهي تتجاوز أنشطة كثيرة أخرى مثل التشييد والبناء أو النقل والتخزين والاتصالات، إلخ.

### نسبة مساهمة قطاع تجارة الجملة والتجزئة والمطاعم والفنادق في الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة



المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، الحسابات القومية.

## مواطنون ▶ %20.4

الربع الثالث 2021م

**35,732**  
%40.5



**33,039**

الربع الثاني 2021م

**44,090**  
%44.8



**41,706**

## وافدون ▶ 79.6%

الربع الثالث 2021م

الربع الثاني 2021م

**2,385**



**2,175**

**308,612**



**304,514**

## إجمالي العاملين في أنشطة المطاعم والفنادق

الربع الثالث 2021م

الربع الثاني 2021م

**390,819**

**381,488**

النسبة من إجمالي العاملين في جميع الأنشطة الاقتصادية في المملكة العربية السعودية

الربع الثالث 2021م

الربع الثاني 2021م

**%4.8**

**%4.7**

## 4-2 العاملون في أنشطة خدمات المطاعم والفنادق

تُشير إحصاءات سوق العمل التي تصدرها الهيئة العامة للإحصاء بأن عدد العاملين الخاضعين لأنظمة ولوائح التأمينات الاجتماعية في أنشطة الإقامة والخدمات الغذائية، قد تجاوز في نهاية الربع الثالث من عام 2021م 390 ألف عاملًا، بنسبة 44.8% من إجمالي العاملين في جميع القطاعات الاقتصادية في المملكة. وهي من أكثر الأنشطة التي تشغّل السعوديين، حيث أنها تتجاوز قطاع التعليم ولكنها تأتي في المركز الثالث بعد أنشطة الخدمات الإدارية في المركز الأول وأنشطة الصحة البشرية والخدمة الاجتماعية في المركز الثاني.

وتُظهر بيانات الربع الثالث 2021م أن حوالي خمس عدد العاملين في أنشطة المطاعم والفنادق (20.4%) هم مواطنون سعوديون، منهم 35,732 من الإناث. عدد العاملات السعوديات في هذه الأنشطة ارتفع بنسبة 8.15% بين الربعين الثاني والثالث من عام 2021م، وذلك نتيجة لسياسة تمكين المرأة السعودية والرفع من مسانتها في الاقتصاد الوطني. حيث يلاحظ أن نسبة السعوديات من إجمالي الأيدي العاملة قد ارتفعت من 8.66% في الربع الثاني 2021م إلى 9.14% في الربع الثالث من العام نفسه.

من جانب آخر، مثل السعوديون الذكور بنسبة 11.3% من إجمالي الأيدي العاملة في أنشطة المطاعم والفنادق وذلك خلال الربع الثالث من عام 2021م. هذه النسبة كانت في حدود 10.9% في الربع السابق، وهو ما يعني أن هذه الأنشطة تستقطب أكثر فأكثر من السعوديين كنتيجة لسياسة توطين الوظائف التي تتبعها المملكة منذ فترة تماشياً مع أهداف رؤية 2030.



المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، إحصاءات سوق العمل.

## 5-2 العاملون في أنشطة خدمات المطاعم والفنادق حسب المنطقة الإدارية

بحسب إحصاءات سوق العمل للربع الثالث من عام 2021م، تتصدر منطقة الرياض قائمة المناطق الإدارية للمملكة من حيث عدد العاملين في أنشطة الإقامة والخدمات الغذائية، وذلك بنحو 122 ألف عامل وبنسبة 31.2% من إجمالي الأيدي العاملة في هذه الأنشطة على مستوى المملكة.

يُلاحظ أن نسبة كبيرة من الوظائف في أنشطة الإقامة والخدمات الغذائية تتركز في ثلاثة مناطق إدارية، وهي الرياض ومكة المكرمة والشرقية. هذه النسبة بلغت 75.3% في الربع الثالث من عام 2020م، ولكنها انخفضت قليلاً بعد عام من ذلك إلى 74.7%， وكان ذلك نتيجة لتراجع عدد الوظائف في كل منهم.

بقية مناطق المملكة تشغّل نسبة قليلة من الأيدي العاملة في أنشطة خدمات المطاعم والفنادق، حيث أنها لم تتجاوز 25.2% في أفضل الحالات. وهو ما يعني أنها لا تزال مناطق ذات قابلية تشغيلية عالية في مجالات الإقامة والمطاعم والمقاهي.

المنطقة الإدارية	الربع الثالث 2020م		الربع الثالث 2021م	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد
الرياض	%31.2	121,911	%30	126,168
مكة المكرمة	%27.5	107,458	%29.8	125,360
المدينة المنورة	%4.2	16,407	%6	25,066
القصيم	%4	15,787	%3.3	13,699
المنطقة الشرقية	%16	62,675	%15.5	65,294
عسير	%5.2	20,433	%4.6	19,339
تبوك	%2.1	8,035	%2.0	8,260
حائل	%1.5	5,697	%1.3	5,352
الحدود الشمالية	%2.5	9,644	%2.1	8,641
جازان	%3.1	11,939	%2.9	12,127
نجران	%1.2	4,572	%1.1	4,649
الباحة	%0.7	2,885	%0.8	3,230
الجوف	%0.9	3,376	%0.8	3,402
إجمالي	%100	390,819	%100	420,587

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، إحصاءات سوق العمل.



## 6-2 العاملون في أنشطة خدمات المطاعم والفنادق حسب الفئة العمرية

من جهة أخرى، تُظهر إحصاءات سوق العمل للربع الثالث من عام 2021م أنّ 20.2% من العاملين في أنشطة خدمات المطاعم والفنادق يتبعون إلى الفئة العمرية 34-30 سنة، وهي الفئة الأعلى نسبةً من بقية الفئات العمرية.

كما تفيد الأرقام بأن أكثر من ثلثي (68.5%) العاملين في هذه الأنشطة هم من الفئة العمرية 25-44 عاماً.

أما الفئة الشبابية التي يتراوح عمرها بين 15 و 24 عاماً فعدها في حدود 44,287 عاملًا، ولا تمثل إلا 11.3% من إجمالي العاملين في هذه الأنشطة، ولكن هذه النسبة ارتفعت قليلاً مقارنة بنفس المدة من العام الماضي، حيث كانت في حدود 9.4%. وهذا يعني أن أنشطة خدمات المطاعم والفنادق تتجه نحو تشغيل المزيد من العاملين والعاملات الشباب، خاصة وأنه بحكم طبيعتها تعدد من الأنشطة التي توفر وظائف ذات مرونة عالية، كالدوم الجزئي والعمل الحر، وهي جميعها من أنماط العمل الجديد التي تتواءم مع حاجيات الفئات الشبابية خاصة من الطلاب والطالبات.

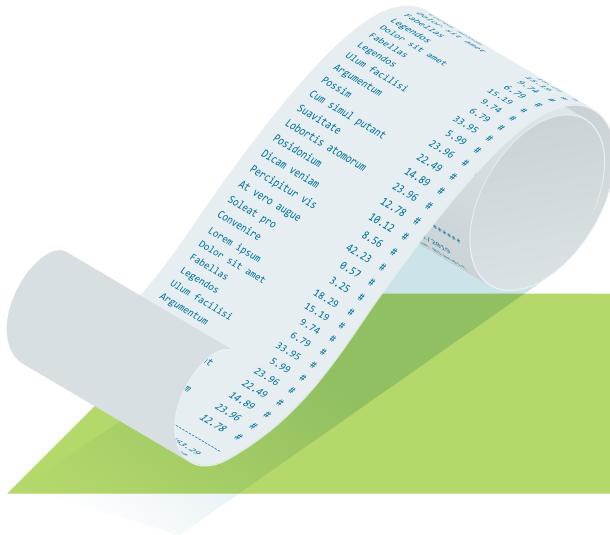
الربع الثالث 2021م		الربع الثالث 2020م		الفئة العمرية
النسبة	العدد	النسبة	العدد	
1.3%	5,053	%1	4,153	19-15
10%	39,234	%8.4	35,258	24-20
20.1%	78,633	%19.4	81,559	29-25
20.2%	78,862	%20.3	85,542	34-30
16.3%	63,783	%16.5	69,428	39-35
11.9%	46,535	%12.4	52,324	44-40
7.7%	30,286	%8.3	34,871	49-45
5.6%	21,903	%6.3	26,359	54-50
3.7%	14,623	%4.1	17,372	59-55
1.9%	7,480	%2.1	8,667	64-60
1.1%	4,427	%1.2	5,054	+65
100%	420,587	100%	420,587	الإجمالي

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، إحصاءات سوق العمل.

## 7-2 الرقم القياسي لأسعار خدمات المطاعم والفنادق

الرقم القياسي لأسعار خدمات المطاعم والفنادق هو مؤشر يقيس مدى تغير أسعار خدمات الإقامة والطعام في زمن معين مقارنة بفترة الأساس. وقد حددت الهيئة العامة للإحصاء عام 2018م كسنة الأساس لقياس هذا المؤشر، وبذلك تكون قيمة المؤشر في سنة الأساس متساوية لـ100. كل زيادة عن المائة في المؤشر تعني ارتفاع الأسعار مقارنة بعام 2018م، وكل انخفاض تحت المائة تعني العكس تماماً.

تشير الأرقام الصادرة عن البنك المركزي السعودي إلى حصول ارتفاع في الرقم القياسي لأسعار خدمات المطاعم والفنادق خلال الربع الأخير من عام 2021م مقارنة بالربع الذي سبقه، حيث بلغت نسبة الارتفاع 1.06% (من 112.4 إلى 113.6). ومقارنة بالربع الأخير من العام 2020م، فإن نسبة الارتفاع تصل إلى 1.61%. وقد تأثرت أسعار خدمات المطاعم والفنادق باعتماد الضريبة على القيمة المضافة بداية العام 2018م، ورفعها من 5% إلى 15% مطلع النصف الثاني من عام 2020م. كما تأثر الرقم القياسي لأسعار خدمات المطاعم والفنادق بتغير الأسعار في عدة أنشطة مساندة لها مثل أسعار منشآت مسؤولية تقديم الطعام وكذلك معدلات التضخم في أسعار المنتجات الغذائية والشحن والنقل.



الرقم القياسي لأسعار خدمات المطاعم والفنادق  
(سنة الأساس: 2018م=100)

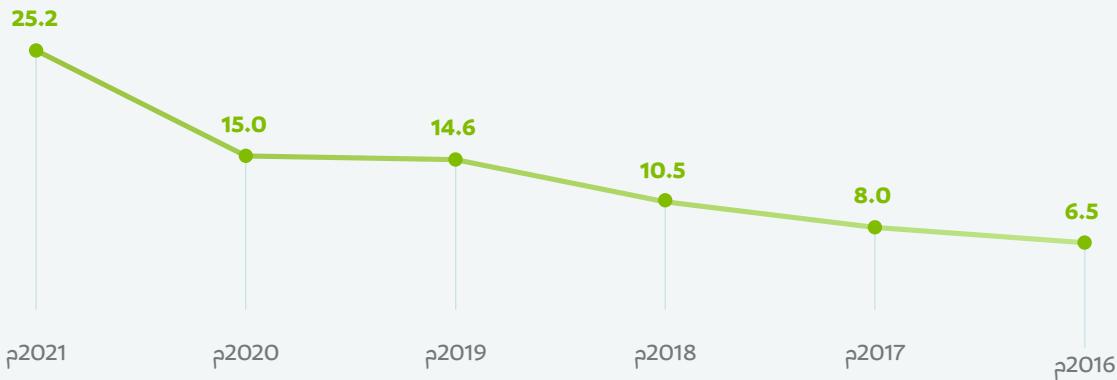


المصدر: البنك المركزي السعودي، إحصاءات الأسعار.

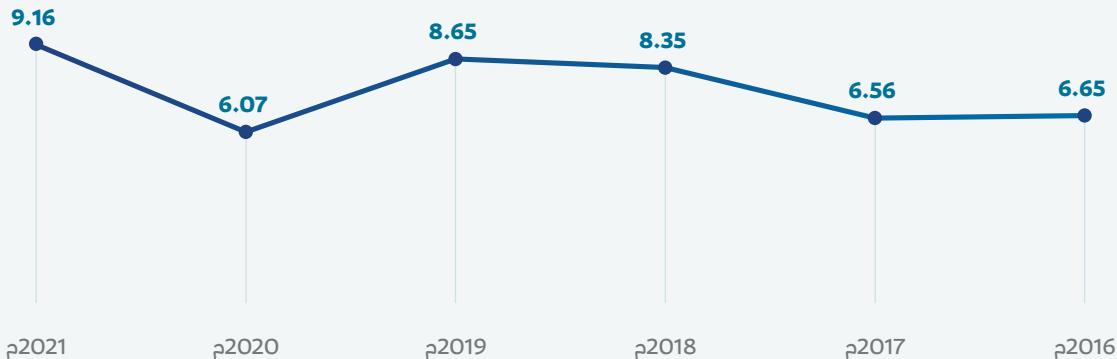
## 8-2 عمليات الدفع بالبطاقات البنكية في أنشطة خدمات الإقامة



عدد عمليات الدفع بالبطاقات البنكية  
(بالمليون)



قيمة عمليات الدفع بالبطاقات البنكية  
(مليار ريال)



تطورت عمليات الدفع بالبطاقات البنكية عند الشراء في الفنادق بشكل كبير في السنوات الخمسة الماضية، ليبلغ عددها 25.2 مليون عملية دفع في عام 2021م، بزيادة 10.2 مليون عملية مقارنة بعام 2020م. يرتبط هذا الارتفاع الواضح في عمليات الدفع بالبطاقات البنكية بعودة النشاط إلى الفنادق والشقق الفندقية بعد فترة الجائحة من جهة وتطور حلول الدفع الإلكتروني للحجز والسداد في مختلف منشآت الإيواء في المملكة من جهة أخرى.

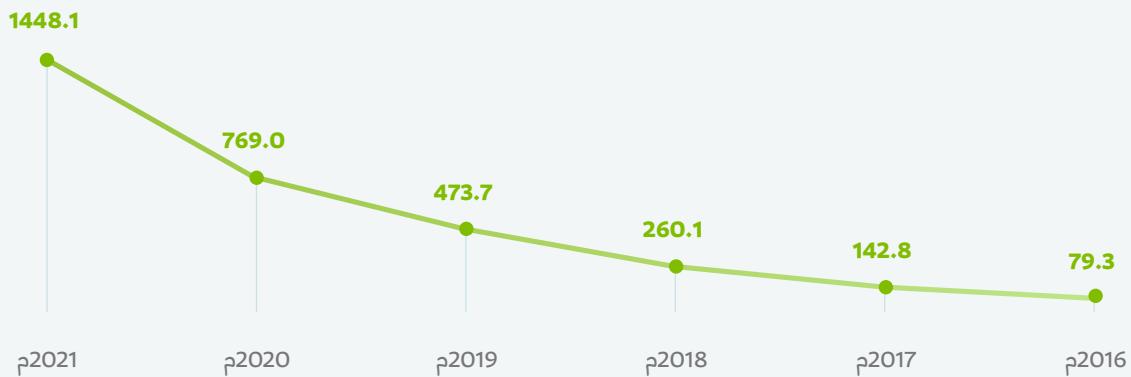
وكنتيجة لذلك بلغ حجم المعاملات بالبطاقات البنكية في مختلف أنواع الفنادق والشقق الفندقية بجميع أصنافها في عام 2021م نحو 9.16 مليار ريال، بزيادة 3.09 مليار ريال عن عام 2020م. وخلال السنوات الخمسة الأخيرة ارتفعت قيمة هذه العمليات بنسبة 6.61% كمعدل سنوي.

المصدر: البنك المركزي السعودي، عمليات نقاط البيع

## ٩- عمليات الدفع بالبطاقات البنكية في أنشطة خدمات المطاعم والمقاهي



### عدد عمليات الدفع بالبطاقات البنكية (بالمليون)



### قيمة عمليات الدفع بالبطاقات البنكية (مليار ريال)



تطور عمليات الدفع بالبطاقات البنكية عند الشراء في أنشطة المطاعم والمقاهي بشكل كبير في السنوات الخمسة الماضية، ليبلغ عددها 1,448.1 مليون عملية دفع في عام 2021م. وقد ارتفع عدد هذه العمليات بنسبة 71.6% كمعدل سنوي خلال الفترة 2016-2021م، بسبب تطور طرق وحلول الدفع الإلكتروني في المملكة وتعدد أنواع البطاقات البنكية وتفاوت المميزات والمكافآت التي تمنحها كلًّ منها لأصحابها. وخلال فترة كورونا ترسخت تقاليد الدفع بالبطاقات البنكية أكثر فأكثر لتصبح أمراً واقعاً بعد انتهاء الأزمة وهو ما يفسر القفزة الواضحة لعدد عمليات الدفع بالبطاقات البنكية في عام 2020م وبعده مقارنةً بما قبل 2020م.

وكنتيجة لذلك، ارتفع حجم المعاملات في قطاع المطاعم والمقاهي ليبلغ في عام 2021م نحو 62.6 مليار ريال، بزيادة 22.5 مليار ريال عن عام 2020م، وبنسبة نمو سنوي قارب الـ 45.8% خلال الفترة 2016-2021م.

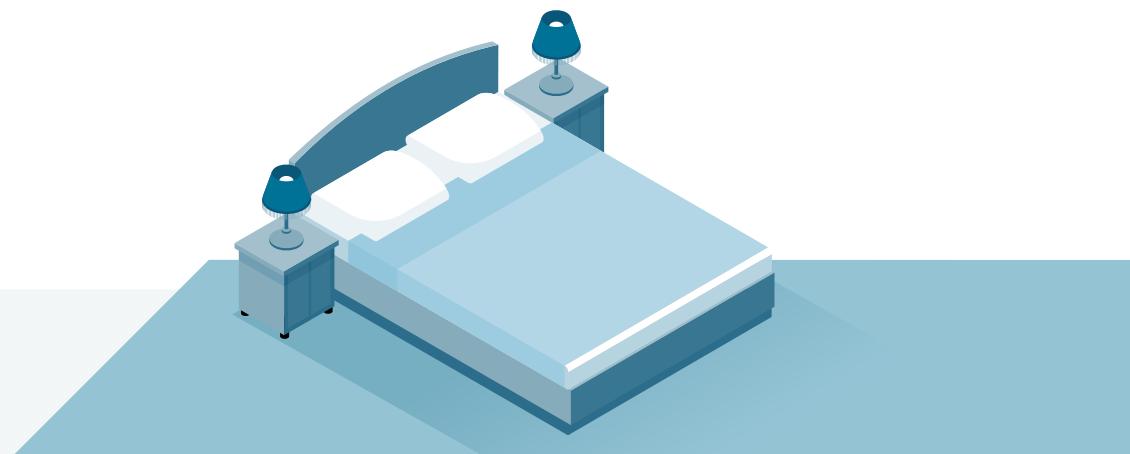
المصدر: البنك المركزي السعودي، عمليات نقاط البيع

الجزء الثالث

## أنشطة خدمات الإقامة

3

## أنشطة خدمات الإقامة والطعام



### خدمات الإقامة



فنادق  
متوسطة



فنادق  
فاخرة



أخرى  
(شاليهات، موتيلات، إلخ)



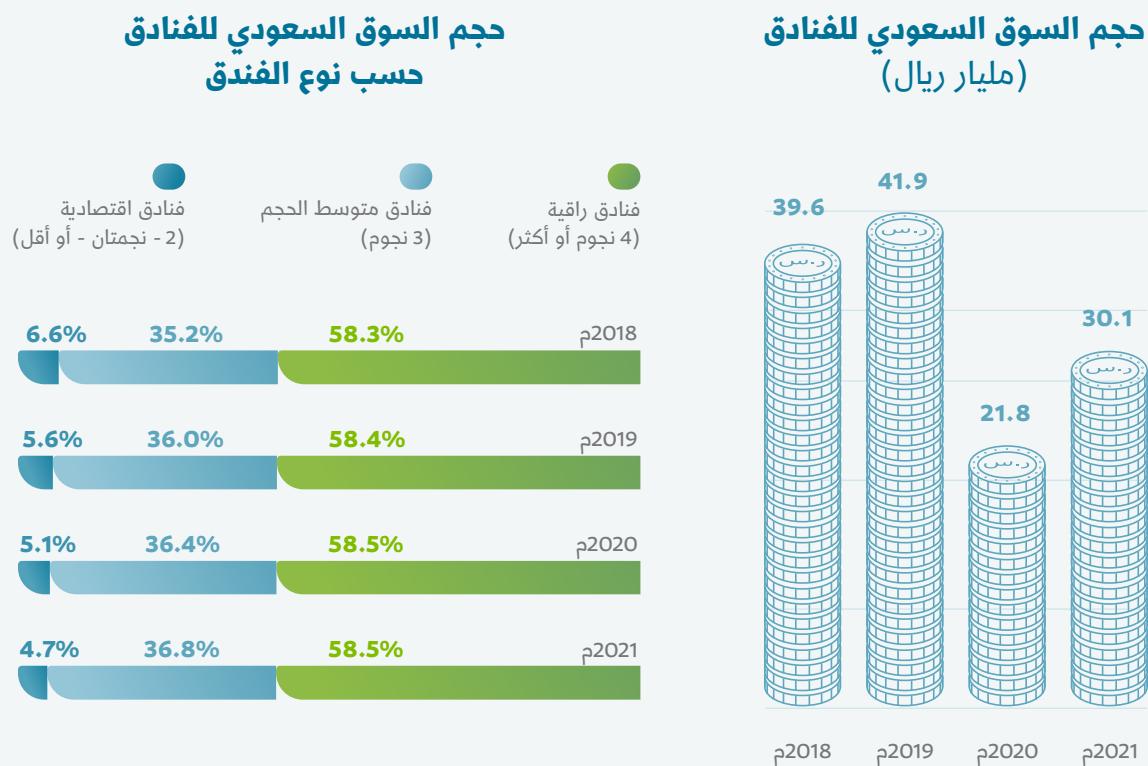
فنادق  
اقتصادية

3

1-3

أداء سوق خدمات الإقامة

## 1-1-3 حجم السوق السعودي للفنادق



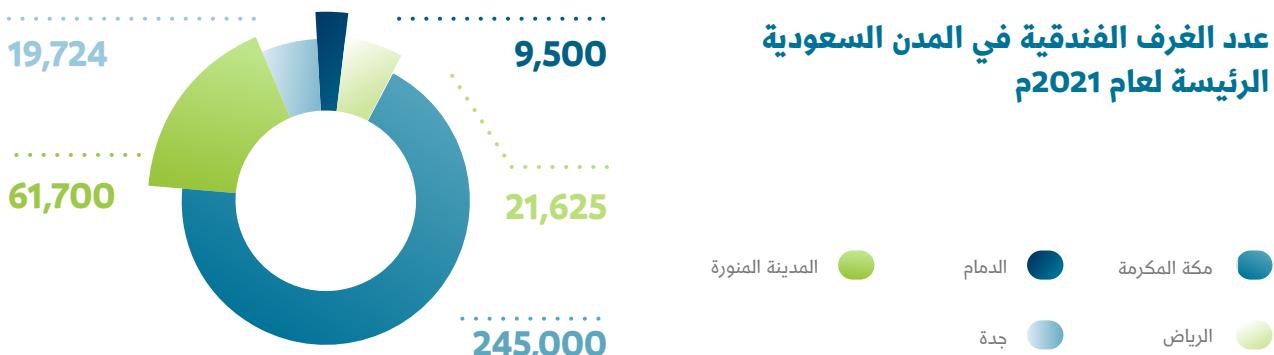
ارتفع حجم السوق السعودي للفنادق إلى 30.1 مليار ريال خلال عام 2021م، وذلك بعد انكماسه ظرفي في عام 2020م متأثراً بانخفاض الطلب على المنشآت الفندقية خلال الأزمة الصحية العالمية. وقد عاد النشاط من جديد لقطاع الإيواء الفندقي في عام 2019م بتسجيله زيادة في حجم المعاملات بـ 8.3 مليار ريال مقارنة بعام 2020م، مما يعني تحقيقه نمواً بنسبة 38% على أساس سنوي، ولكنه ما زال بعيداً عن المستوى القياسي الذي حققه القطاع في عام 2019م بـ 41.9 مليار ريال. ويتجه السوق السعودي للفنادق حالياً نحو استعادة مكانه الاقتصادي خاصةً مع التطورات الكبيرة التي تشهدها القطاعات الاقتصادية الأخرى كالسياحة الداخلية والسياحة الدولية والترفيه معززة بنمو نشاط النقل الجوي المحلي والدولي للركاب.

تستحوذ الفنادق الراقية من فئة الأربع نجوم وأكثر على الحصة الأكبر من السوق بنحو 58.5%，مستفيدة بذلك خاص من زوار المملكة الباحثين عن الخدمات الفندقية الراقية والمميزة في إطار سياحة الأعمال والمؤتمرات أوفي إطار حضور الفعاليات الثقافية والفنية التي تشهدها المدن الكبرى السعودية. الفنادق متوسطة الحجم من فئة الثلاثة نجوم شهدت أيضاً إقبالاً متزايداً خلال السنوات الماضية وهو ما مكّنها من ربح حصة سوقية على حساب الفنادق الاقتصادية، حيث ارتفعت حصتها السوقية من 35.2% في عام 2018م إلى 36.8% في عام 2021م، لتتّنخفض حصة الفنادق الاقتصادية من 6.6% إلى 4.7% لنفس الفترة.

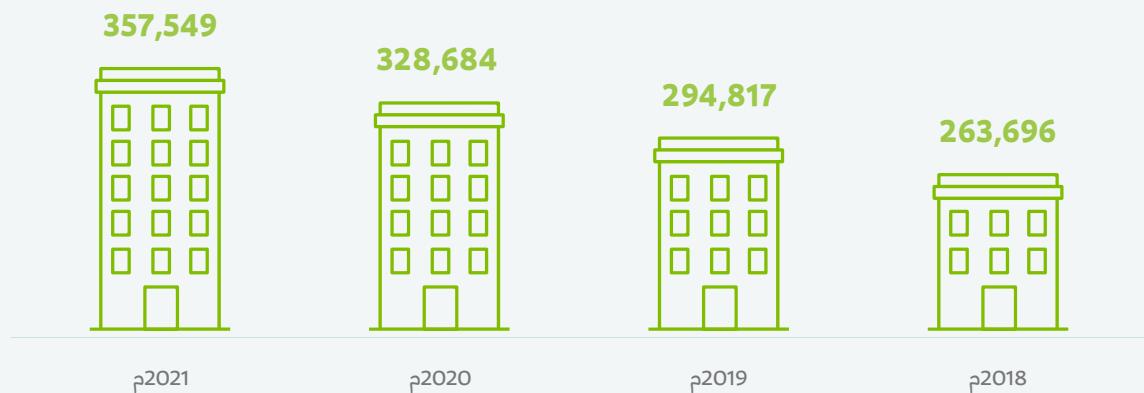
المصادر:

<https://enterprise.press/wp-content/uploads/05/2021/MENA-Hotel-Forecasts-May-2021-English.pdf>  
<https://www.researchandmarkets.com/reports/4849360/saudi-arabia-hotel-market-volume-and-forecast-by>  
[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me\\_ksa-hospitality-market\\_an-overview2020\\_arabic.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me_ksa-hospitality-market_an-overview2020_arabic.pdf)  
<https://enterprise.press/wp-content/uploads/05/2021/MENA-Hotel-Forecasts-May-2021-English.pdf>

## 2-1-3 طاقة استيعاب السوق السعودي للفنادق



### عدد الغرف الفندقية الممتاحة



بلغت طاقة استيعاب الفنادق السعودية في عام 2021م ما يفوق 357 ألف غرفة فندقية ممتاحة، بزيادة ما يناهز 29 ألف غرفة مقارنة بعام 2020م. ويتركز في مكة المكرمة 68.5% من طاقة الاستيعاب للفنادق في المملكة بـ 245 ألف غرفة فندقية، في حين يتتوفر في المدينة المنورة 61,700 غرفة. المدن الساحلية كجدة والدمام والعاصمة الرياض تضم نحو 51 ألف غرفة فندقية، أغلبها من فئة الخمس نجوم.

لقد دخل السوق السعودي للفنادق مرحلة جديدة من التميز بفضل الأهداف التي رسمتها رؤية 2030 للنهوض بالقطاع السياحي وقطاع الترفيه. ومع توفر البنية التحتية المتطورة منها القطارات والطرق ووسائل النقل العامة، أصبح الاستثمار في المجال الفندقي أكثر جذباً للشركات والمؤسسات العالمية ولأصحاب الأعمال السعوديين.

وكنتيجة لذلك ارتفعت الطاقة الاستيعابية لمنشآت الإيواء في المملكة بشكل مستمر منذ 2018م، مستفيدة من الإنشاءات الفندقية الجديدة أو من مشاريع التطوير والتوسعة في بعض الفنادق القائمة، خاصة في مكة المكرمة والمدينة المنورة. ووفقاً لتقرير شركة البيانات الفندقية STR، فإن المملكة تسعي إلى زيادة عدد الغرف الفندقية بنسبة تصل إلى 67.1% من أجل تحقيق أهداف رؤية 2030 في استقبال 100 مليون زائر سنوياً بحلول عام 2030م.

المصادر:

<https://enterprise.press/wp-content/uploads/05/2021/MENA-Hotel-Forecasts-May-2021-English.pdf>

01/04/2021 /سياحة-السعودية-ال الأولى-العالمي-في-نمو-المعروف-الفندقي/

<https://www.alarabiya.net/aswaq/special-stories/01/04/2021/saudiarabian-hotel-forecast-2021>

<https://www.researchandmarkets.com/reports/4849360/saudi-arabia-hotel-market-volume-and-forecast-by>

[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me\\_ksa-hospitality-market\\_an-overview2020\\_arabic.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me_ksa-hospitality-market_an-overview2020_arabic.pdf)

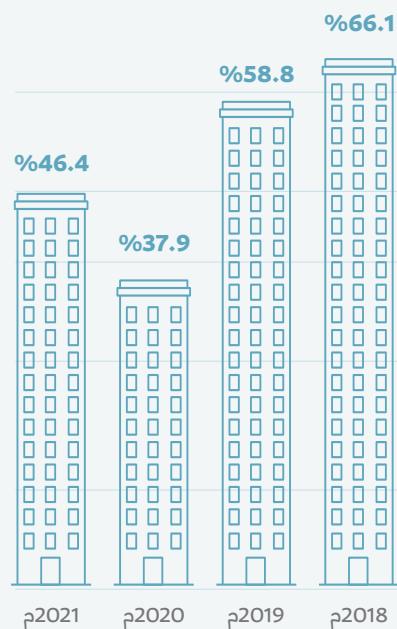
### 3-1-3 نسبة إشغال في السوق السعودي للفنادق

منشأة

#### معدل إشغال الفنادق

م2021 م2020 م2019 م2018

الرياض	م2021	م2020	م2019	م2018
55%	50%	60%	53%	
مكة المكرمة	29%	20.7%	61%	74%
المدينة المنورة	39%	26.4%	59%	75%
جدة	55%	39%	58%	7.4%
الدمام	54%	53.5%	56%	52%



شهدت نسبة إشغال الفنادق السعودية انخفاضات متواترة الأهمية في السنوات الأخيرة، اختلفت من فندق آخر ومن مدينة إلى أخرى، وذلك بسبب تداعيات الأزمة الصحية العالمية، لتبلغ أدنى مستوى لها في عام 2020م بـ37.9% كمعدل عام لجميع الفنادق السعودية. ولكن خلال عام 2021م نسبة إشغال الفنادق السعودية عاد للارتفاع دون أن يبلغ النسبة التي كانت موجودة قبل الأزمة الصحية.

عودة النشاط لقطاعات السياحة والترفيه وتحفيظ الإجراءات الاحترازية الصحية خلال عام 2021م ساهموا بشكل واضح في تنشيط قطاع الفنادق من جديد ودفع المعدل العام لإشغال الوحدات الفندقية في المملكة إلى 46.4%. كما أن فنادق مكة المكرمة وفنادق المدينة المنورة التي ترتبط أنشطتها بشكل كبير بزوار الحرمين الشريفين كانت الأكثر شغوراً خلال عام 2020م بما أن نسبة إشغال فيهما كانت الأضعف على مستوى المملكة بـ20.7% و 26.4% على التوالي. في العاصمة الرياض والمدن الساحلية الكبرى، بدأت الفنادق تستعيد عملائها وارتفعت نسبة إشغال فيها في عام 2021م إلى نحو 55% لتقترب من مستويات إشغال التي كانت سائدة في عام 2019م وما قبله.

المصادر:

<https://enterprise.press/wp-content/uploads/05/2021/MENA-Hotel-Forecasts-May-2021-English.pdf>

<https://www.researchandmarkets.com/reports/4849360/saudi-arabia-hotel-market-volume-and-forecast-by>

[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me\\_ksa-hospitality-market\\_an-overview2020\\_arabic.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me_ksa-hospitality-market_an-overview2020_arabic.pdf)

## 4-1-3 أسعار الغرف الفندقية السعودية وإيراداتها اليومية



نسب الإشغال الضعيفة نسبياً في الفنادق السعودية خلال الفترة الماضية كانت لها آثار مباشرة على أسعار الغرف الفندقية وعلى إيراداتها اليومية. وقد اختلفت هذه الآثار بحسب المدن الرئيسية للمملكة.

في العاصمة الرياض، وبعد أن انخفض متوسط سعر الغرفة الفندقية في عام 2020م إلى 544 ريالاً، عاد ليرتفع من جديد في عام 2021م ليبلغ 555.3 ريالاً، وهو ما رفع متوسط إيراد الغرفة الواحدة من 272 ريالاً إلى 305.4 ريالاً.

في مدن الحرمين الشريفين، انخفض متوسط سعر الغرف الفندقية بشكل قياسي في عام 2020م، وانعكس ذلك على متوسط إيراد الغرفة الواحدة. ويتوقع ارتفاع أسعار الإيواء في الفترة القادمة بعد تحسن الأوضاع الصحية وتخفيف الإجراءات الاحترازية لزيارة الحرمين وإعادة فتح العمارة لمختلف دول العالم.

المدن الساحلية (جدة والدمام) لم تكن بعيدة عن هذه التأثيرات، وهي تشهد حالياً تحسناً على مستوى الإيرادات اليومية للغرف الفندقية بسبب اتجاه الوضع السياحي في المدينتين إلى التحسن.

المصادر:

<https://enterprise.press/wp-content/uploads/05/2021/MENA-Hotel-Forecasts-May-2021-English.pdf>

<https://www.researchandmarkets.com/reports/4849360/saudi-arabia-hotel-market-volume-and-forecast-by>

[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me\\_ksa-hospitality-market\\_an-overview2020\\_arabic.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me_ksa-hospitality-market_an-overview2020_arabic.pdf)

## 5-1-3 طرق الحجز في السوق السعودي للفنادق



يعتمد السوق السعودي للفنادق في عام 2021م بنسبة 40% على الحجوزات عن طريق المنصات الإلكترونية العالمية والمحلية، في حين أن 60% من السوق ما زال يعمل بطرق حجز أخرى وهي طرق البيع التقليدية التي تعتمد على الحجز والشراء من مكاتب ووكالات الحجوزات أو الاتصال المباشر وغير المباشر مع المنشآت الفندقية. هذه النسبة تُظهر حاجة القطاع الفندقي إلى مزيد من التطوير لآليات الحجز والبيع في اتجاه استخدام الوسائل والوسائل الحديثة لما لها من أهمية في تحسين القدرة التنافسية للسوق السعودي للإقامة والضيافة.

### طرق الحجز



منصات حجز إلكترونية عبر الإنترنت

طرق حجز أخرى (مكاتب/وكالات/مباشر، إلخ)

المصادر:

<https://enterprise.press/wp-content/uploads/05/2021/MENA-Hotel-Forecasts-May-2021-English.pdf>

<https://www.researchandmarkets.com/reports/4849360/saudi-arabia-hotel-market-volume-and-forecast-by>

[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me\\_ksa-hospitality-market\\_an-overview2020\\_arabic.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/xe/Documents/finance/me_ksa-hospitality-market_an-overview2020_arabic.pdf)

# 3

2-3

## دراسة سوق خدمات الإقامة من وجهة نظر أصحاب المنشآت

لدراسة سوق خدمات الإقامة من وجهة نظر أصحاب المنشآت، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 132 مسؤول ممثل لمنشأة ناشطة في مجال الإقامة، واستقصاء آرائهم حول مجموعة من المؤشرات والعوامل والمؤثرات والتطلعات، إلخ، التي تحيط بأعمالهم باستخدام الاستبيان.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

## 1-2-3 خصائص عينة منشآت الإقامة



قصور وصالات الأفراح  
والمناسبات مع الإقامة



الفنادق والشقق  
المفروشة



حجم العينة=132

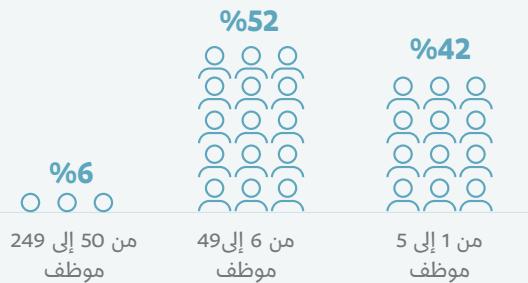
إلى أي نشاط تنتمي منشآتك؟

حجم الإيرادات  
السنوية



حجم العينة=132

حجم المنشأة  
(الموظفون بدوام كامل)



حجم العينة=132

الحدود الشمالية

%6.8

تبوك

%6.8

المنطقة الشرقية

%16.7

الباحة

%4.5

حائل

%3.8

عسير

%8.3

مكة المكرمة

%9.8

الجوف

%4.5

الرياض

%14.4

القصيم

%6.8

المدينة المنورة

%7.6

جازان

%5.3

حجم العينة=132

## 2-2-3 مؤشرات النمو لمنشآت الإقامة



كيف تتوقع أن يكون الطلب على خدمات منشآتك خلال الأشهر الـ6 القادمة؟



حجم العينة=132

### هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع خلال الأشهر الـ6 القادمة؟

حجم العينة=132



## 3-2-3 مؤشر التضخم في خدمات منشآت الإقامة

أكثر من 40% من أصحاب المنشآت يتوقعون بأن أسعار بيع خدماتهم وتكليف الإنتاج ستبقى على حالها خلال الستة أشهر القادمة.

### كيف تتوقع أن تتغير تكاليف الإنتاج في منشآتك خلال الأشهر الـ6 القادمة (بعيدهاً عن الرواتب)



### كيف تتوقع أن تتغير أسعار بيع خدماتك خلال الأشهر الـ6 القادمة؟

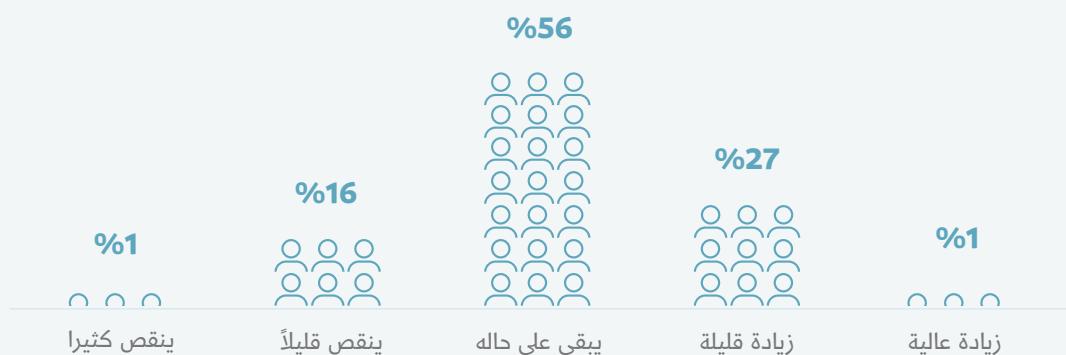


حجم العينة=132

## 4-2-3 مؤشر التوظيف لدى منشآت الإقامة

65% من أصحاب منشآت الإقامة يتوقعون بأنه لن يكون هناك تغيير في عدد الموظفين العاملين في المنشأة خلال الستة أشهر القادمة.

ما هو مستوى التغيير الإجمالي المتوقع لعدد الموظفين العاملين في منشآتك خلال الستة أشهر القادمة؟



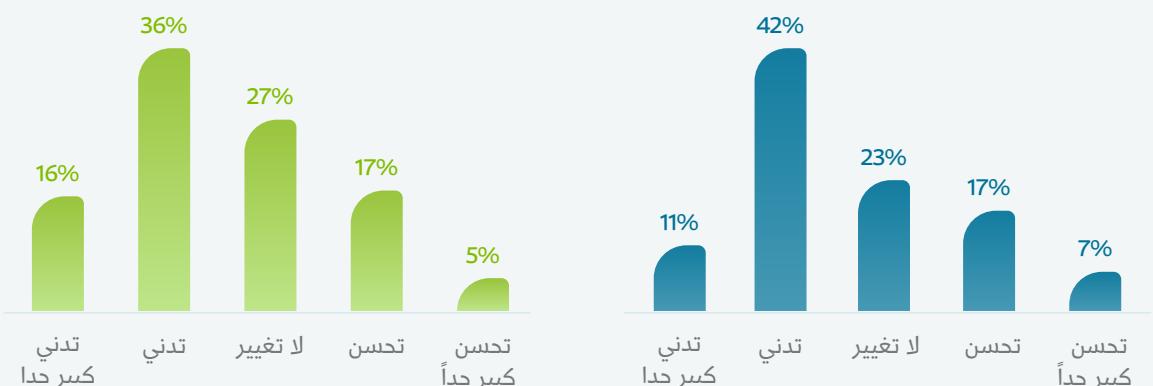
حجم العينة=132

## 5-2-3 مؤشر ثقة الأعمال لدى منشآت الإقامة

أكثر من نصف أصحاب المنشآت يتوقعون بأنه سيكون هناك انخفاض لنشاطهم ووضعهم المادي خلال الستة أشهر القادمة.

ما هو تصورك لوضع النشاط الذي تعمل به بشكل عام خلال 6 أشهر القادمة؟

كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشآتك خلال الـ 6 الأشهر المقبلة؟



حجم العينة=132

## 6-2-3 تأثير القرارات الحكومية وجائحة كورونا على أنشطة الإقامة من وجهة نظر أصحاب المنشآت

سلبي جداً

سلبي

لا تأثير

إيجابي

إيجابي جداً

%79.5

%11.4

%6.8

%1.5

%0.8

جائحة كورونا



%28.8

%32.6

%35.6

%3.0

%0

نظام ضريبة  
القيمة المضافة



%28.8

%37.9

%29.5

%3

%0.8

نظام الرسوم على  
إقامة العمالة الأجنبية



%20.5

%22.7

%39.4

%12.9

%4.5

الاشتراطات  
التنظيمية المتعلقة  
بالتفتيش والغرامات



%8.3

%7.6

%45.5

%19.7

%18.9

نظام التوطين



ما تقييمك لتأثير هذه العوامل على نشاطك

منشآت  
monsha'at

أنشطة خدمات الإقامة والطعام

## 7-2-3 خطط تطوير الأعمال في منشآت الإقامة

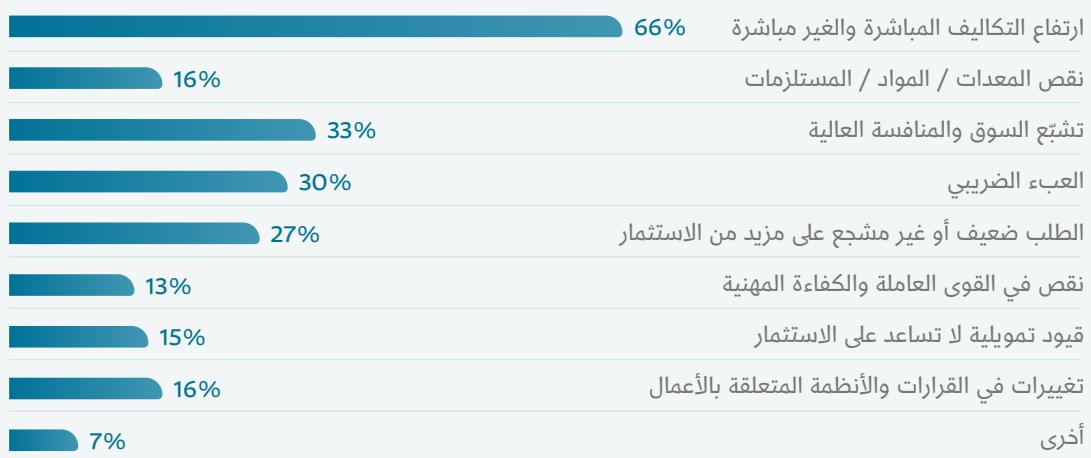


### ما هي تلك الخطط؟



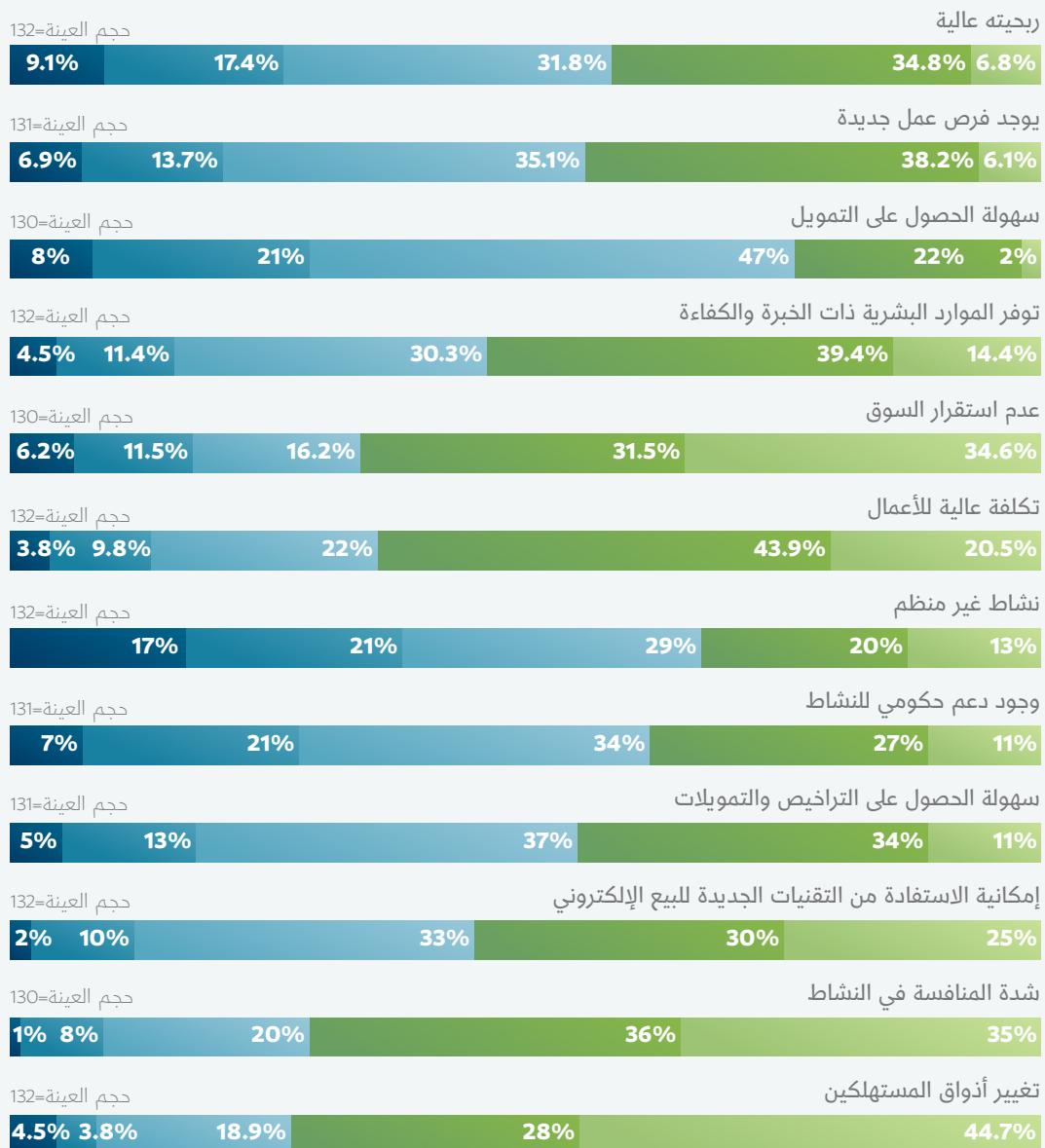
## 8-2-3 تحديات تطوير الأعمال في منشآت الإقامة من وجهة نظر أصحابها

### ما هي الأسباب التي تحد من تطوير أعمالك؟



## 9-2-3 مميزات أنشطة الإقامة من وجهة نظر أصحاب المنشآت

إلى أي مدى توافق على العبارات التالية تجاه نشاطك؟  
حيث 1 لا أتفق تماماً و 5 موافق تماماً



أيقونات التصويت: ● لا أتفق تماماً ● لا أتفق ● محايد ● موافق ● موافق بشدة

## 10-2-3 التوجهات الجديدة في سوق الإقامة من وجهة نظر أصحاب المنشآت

### التوجه الجديد:

منصة إلكترونية موحدة للإطلاع وحجز قاعات الأفراح والمناسبات أو الشاليهات



هل سبق وسمعت عن منصة إلكترونية موحدة للإطلاع وحجز قاعات الأفراح والمناسبات أو الشاليهات؟



هل تعتقد أنها ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟ (الفكرة)



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



### التوجه الجديد:

برامج الولاء (جمع نقاط للحصول على خدمات أو منتجات مجانية)



هل سبق وسمعت عن فكرة برامج الولاء (جمع نقاط للحصول على خدمات أو منتجات مجانية)؟



هل تعتقد أنها ستكون ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟ (الفكرة)



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



لا

نعم

## 11-2-3 التوصيات والمقترحات لتطوير أنشطة الإقامة من وجهة نظر أصحاب المنشآت



تنظيم لقاءات دورية مع أصحاب الأعمال للاستماع إليهم ومساعدتهم على تجاوز الصعوبات التي تعرّضهم والعمل على حلّها بأسرع وقت ممكّن.



توفير ما يكفي من المعلومات والإحصاءات الموثوقة المتعلقة بأنشطة الإقامة حتى يتمكّن أصحاب الأعمال والمستثمرين من بناء استراتيجياتهم وخططهم الاستثمارية على أساس صحيحة.



إعادة النظر في نظام ضريبة القيمة المضافة لما له من تأثير سلبي على أصحاب الأعمال، والتي قد تؤدي إلى العزوف عن الاستثمار.



التشجيع على إنشاء الجمعيات التي تمثل هذا النوع من المنشآت لتقديم المبادرات والبرامج الداعمة لمنشآت الإقامة والعمل على تطوير اليد العاملة والرفع من كفاءتها.



دعم وتشجيع أصحاب الأعمال على توظيف السعوديين لمساعدتهم على تفادي التكاليف المالية لرسوم تجديد إقامة العامل الأجنبي.



إقرار تشريعات عمل جديدة تحدّث العامل على مزيد الانضباط الوظيفي، حيث تؤكّد نسبة عالية من أصحاب الأعمال على صعوبة التعامل والتصرف مع الموظفين السعوديين.

# 3

3-3

## دراسة سوق خدمات الإقامة من وجهة نظر المستهلكين

لدراسة سوق خدمات الإقامة من وجهة نظر المستهلكين، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 102 مستهلك لخدمات الإقامة، واستقصاء آرائهم حول مدى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها منشآت الإقامة وعن احتياجاتهم ومقدراتهم في مجالات الإقامة.

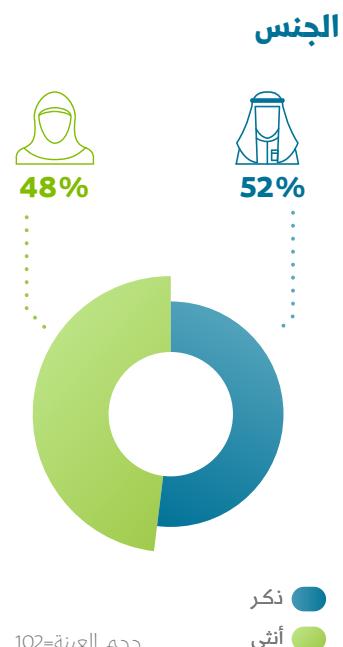
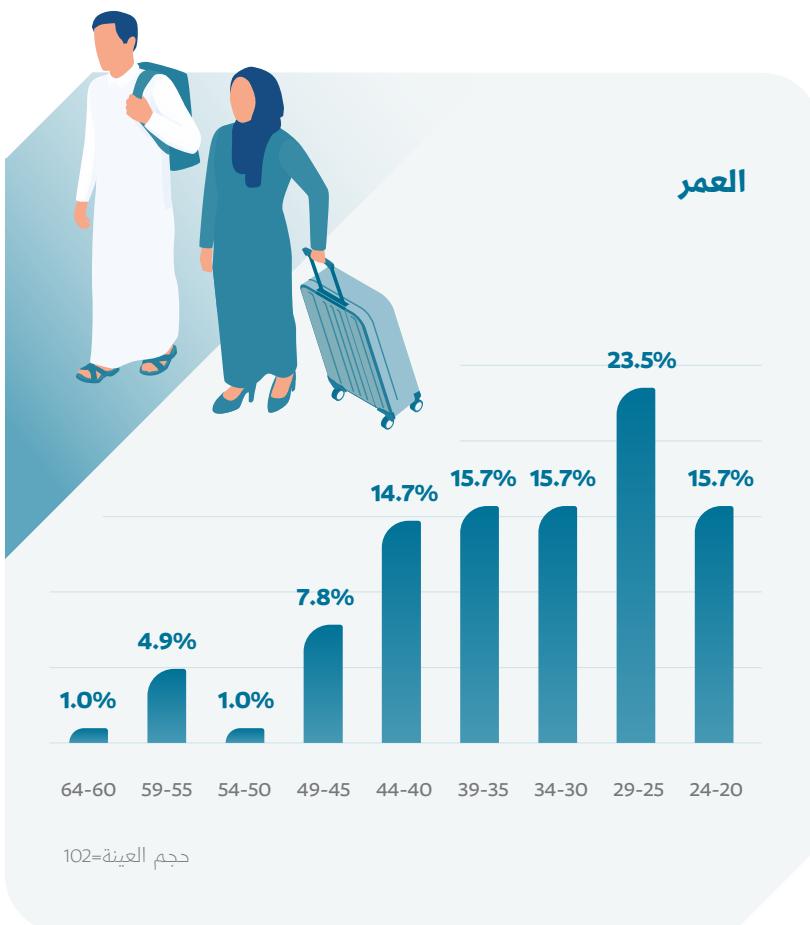
وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

### ١-٣-٣ خصائص عينة المستهلكين لخدمات منشآت الإقامة

كانت الفئات العمرية من 25-29 سنة هي أكثر الفئات المشاركة في الدراسة (24%)، و كانت النسب متقاربة بين الجنسين، ذكور وإناث.



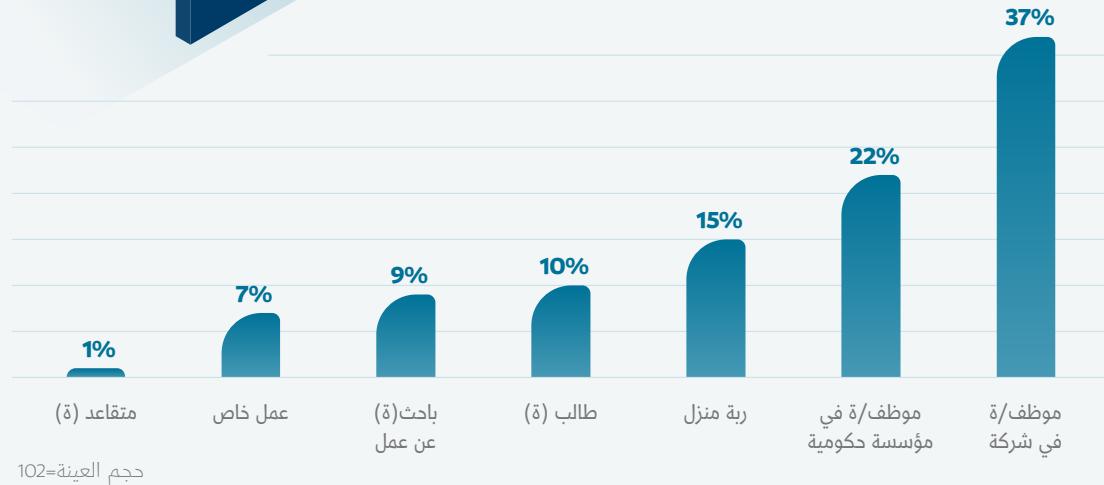
حجم العينة=102



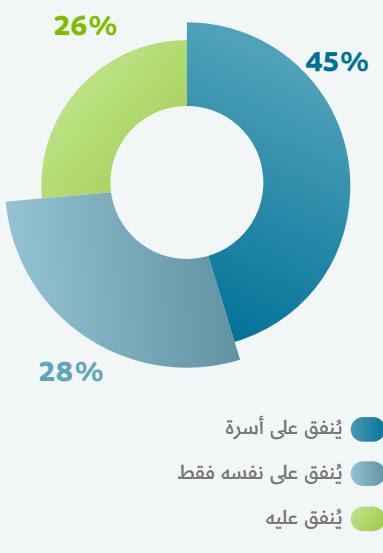


أغلب المستهلكين المجيبين كانوا من موظفي الشركات  
يليهم موظفي المؤسسات الحكومية، %44 من المجيبين  
يتراوح مستوى دخلهم من 3001 - 7000 ريال، وكان  
%45 منهم يُنفق على أسره.

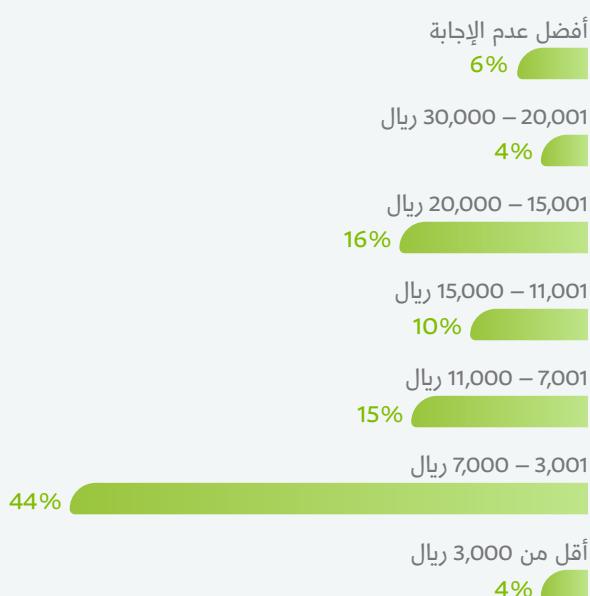
### الحالة الوظيفية



### أسلوب الإنفاق



### مستوى الدخل



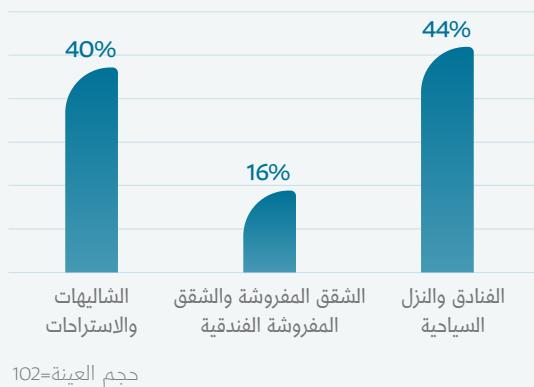
الحالة الوظيفية ، مستوى الدخل الشهري، أسلوب الإنفاق الاستهلاكي

## 3-3-2 تفضيلات المستهلكين لخدمات منشآت الإقامة



47% من المشاركين يعتبرون أن الخدمات التي تقدمها منشآت الإقامة لا تعنيهم بشكل كبير، في حين أن 24% منهم يفضلون الاستفادة منها بدرجة عالية. 44% من المستهلكين يفضلون الفنادق والنزل السياحية عن بقية أنواع منشآت الإقامة وأرجعوا أسباب هذا التفضيل إلى رغبتهم في الحصول على خدمات ذات جودة عالية بنسبة 31% والاستمتاع بأجواء المكان بنسبة 21%. في نفس الوقت، 40% من المستهلكين يفضلون الشاليهات والاستراحات وكانت أجواء المكان من أكثر الأسباب لهذا التفضيل لديهم بنسبة 33%.

### نوع الخدمة المفضلة



### درجة تفضيل الخدمة



### سبب تفضيل الخدمة

الفنادق والنزل السياحية	الشقق المفروشة والشقق المفروشة الفندقية	الشاليهات والاستراحات	أجواء المكان
%21	%7	%33	أجواء المكان
%12	%11	%12	الأسعار
%12	%5	%6	التوابع المكانية
%31	%11	%17	الجودة
%10	%4	%14	تنوع الخيارات
%12	%4	%8	توفر الحجوزات
%4	%3	%7	وجود العروض

حجم العينة=102

إلى أي درجة أنت من رواد الإيواء والإقامات المختلفة المقصود بها الفنادق والشاليهات وغيرها من أماكن الإقامة ما هو نوع وحدات الإيواء والإقامة الذي تحبه وتحبه أكثر من غيره؟ لماذا تفضلها؟

### 3-3-3 تردد المستهلكين على منشآت الإقامة

43% من المشاركون في الاستبيان صرحو بأنهم يستفيدون من خدمات منشآت الإقامة من مرة إلى مرتين سنويًا، وكان أكثر سبب بارز للتوجه للخدمة هو السياحة الداخلية بنسبة 69%.

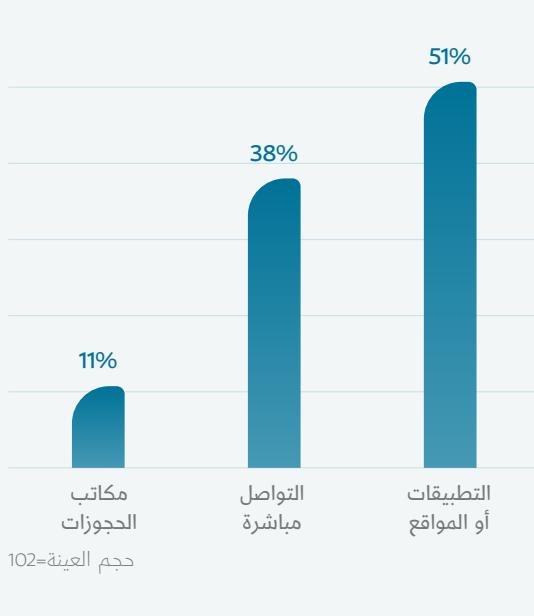


كم مره في السنة تقيم في هذا النوع الذي اختـرـته؟  
إقامـتكـ في مؤـسـسـاتـ إـلـيـوـاءـ الـمـخـتـلـفـ يـكـونـ عـادـةـ

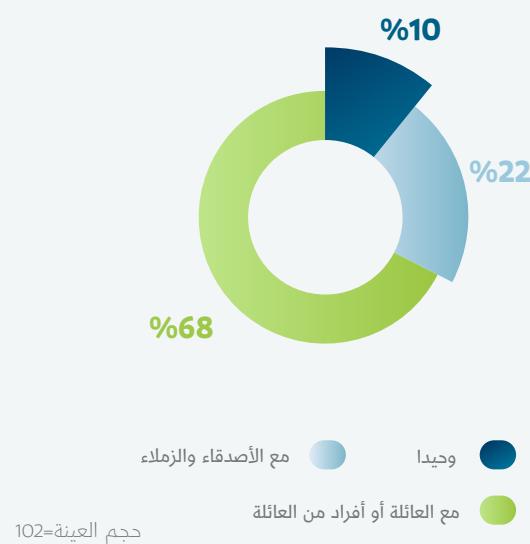
### 4-3-3 طريقة الحجز ومعدلات إنفاق المستهلكين في خدمات الإقامة

68% من المشاركين يفضلون أن يكونوا برفقة العائلة أو أفراد من العائلة، وكانت طريقة الحجز المفضلة لدى نصف المشاركين في الاستبيان تقريباً هي التطبيقات أو المواقع الإلكترونية لمنشآت الإقامة، كما أفاد 30% منهم بأنهم ينفقون في مؤسسات الإيواء بمعدل 1000 ريال فأكثر على مدى ستة أشهر.

طريقة الحجز المفضلة



المرافقين أثناء الإقامة



معدل الإنفاق على الخدمة على مدى ستة أشهر



في أغلب الأحيان عندما تقيم في هذه المؤسسات تكون، إلخ.  
ما هي طريقة الحجز التي تستخدمها أكثر  
ما هو معدل إنفاقك في مؤسسات الإيواء خلال الستة الأشهر الماضية؟

### 5-3-3 رضا المستهلكين عن خدمات الإقامة



63.7% من المشاركون أبدوا رضاهم عن خدمات الإقامة من ناحية النظافة وجودة خدمة العملاء. فيما كان 44.5% غير راضين عن الأسعار.

حجم العينة=101

الأسعار



حجم العينة=99

جودة الخدمة



حجم العينة=101

التوارد



حجم العينة=99

النظافة وجودة خدمة العملاء



غير راض أبداً

غير راض

محيي

راض

راض جداً

ما مدى رضاك عن الخدمات في وحدات الإيواء من النواحي التالية :  
الأسعار، جودة الخدمة، التوارد، النظافة وجودة خدمة العملاء (1 غير راضي أبداً و 5 راضي جداً)

### 6-3-3 توقعات المستهلكين لمستقبل سوق خدمات الإقامة

85% من المشاركون في الاستبيان يتوقعون بأن نشاط الإقامة متوجه نحو مزيد من التطور في المملكة خلال السنوات القادمة. 71% يفكرون بالاستثمار في النشاط.

44% من المستهلكين يرغبون في العمل كموظفي في هذا النشاط لو توفرت لهم الفرصة.

موافق جداً

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق أبداً

%12

%50

%23

%13

%3

السكن والإقامة في مؤسسات  
الإيواء المختلفة هي من  
العادات الجديدة والمتنامية  
في المجتمع السعودي



حجم العينة=102

%32

%53

%13

%1

%1

أتوقع أن نشاط الإيواء والإقامة  
متوجه نحو مزيد التطور في  
المملكة خلال السنوات القادمة



حجم العينة=99

%30

%47

%18

%2

%4

أتوقع أن توطين الوظائف  
في هذا النشاط سيساهم  
في تحسين الخدمات



حجم العينة=101

%29

%42

%15

%9

%6

لو توفرت لي الفرصة  
والإمكانيات سأفكر بجدية  
في الاستثمار في نشاط الإيواء  
والإقامة



حجم العينة=101

%12

%32

%32

%12

%32

لو توفرت لي الفرصة  
والإمكانيات سأفكر بجدية  
في العمل كموظفي في نشاط  
الإيواء والإقامة



حجم العينة=57

نوع النشاط الذي يرغب المجيب الاستثمار فيه:

الشاليهات والاستراحات

45%

الشقق المفروشة والشقق المفروشة الفندقية

%14

الفنادق والنزل السياحية

41%

ما مدى موافقتك على هذه الجمل (1 غير موافق أبداً 5 موافق جداً)

منشآت  
monsha'at

أنشطة خدمات الإقامة والطعام

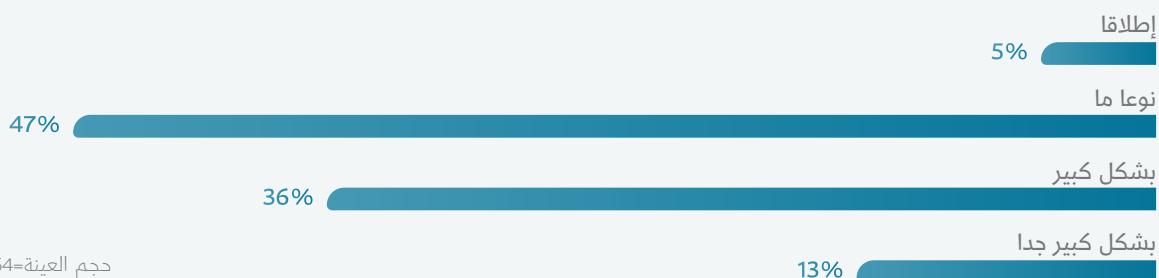
### 7-3-3 التوجهات الجديدة في خدمات الإقامة من وجهة نظر المستهلكين



#### التوجه الجديد : الاستفادة من برامج الولاء

56% من المشاركون ليس لديهم معرفة ببرامج الولاء. ويعتقد 47% منهم أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب نوعاً ما لهم وممكن أن يستهويهم كمستهلكين كما يعتقد 55% منهم أن هذا النوع من الخدمة يمكن أن يشجعهم نوعاً ما على مزيد الاستهلاك.

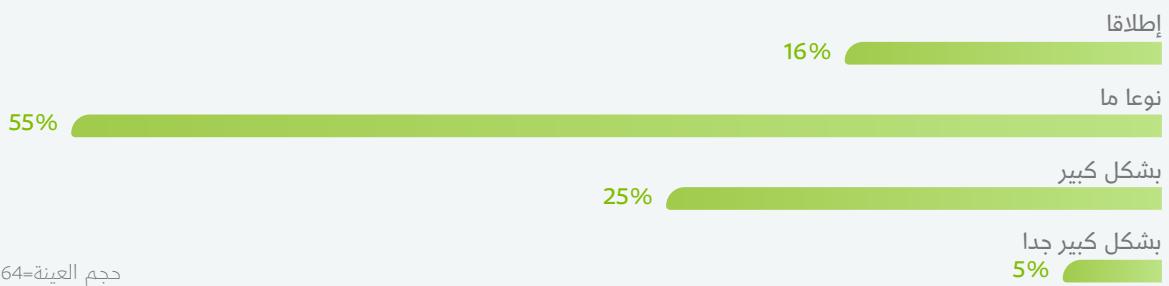
#### مدى ملاءمة الخدمات للمستهلك



#### المعرفة بخدمات نشاط الإيواء والإقامة



#### مدى تشجيع الخدمة على زيادة الاستهلاك



هل سمعت عن التالي: | في حال الإجابة بنعم ( هل تعتقد أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لك وممكن أن يستهويك كمستهلك؟ ) هل تعتقد أن هذا النوع الجديد من الخدمة ممكن أن يشجعك على مزيد الاستهلاك

### 3-3-8 التوصيات والمقتراحات لتطوير أنشطة الإقامة من وجهة نظر المستهلكين

كانت أكثر التوصيات من المشاركين على تحسين الخدمات بليها النظافة وأقلها على تملك الشقق والموقع

تخفيض الأسعار  
%

النظافة  
%

تحسين الخدمات  
%

العرض الترويجية  
%

خدمة العملاء  
%

رفع نسبة التوطين  
%

زيادة العدد  
%

وجود تطبيقات للحجز  
%

الموقع  
%

تمليك الشقق  
%

الجزء الرابع

## أنشطة خدمات الأطعمة والمشروبات

4

## أنشطة خدمات الإقامة والطعام



### خدمات الأطعمة والمشروبات



مطاعم الوجبات السريعة



مطاعم مع الخدمة



أخرى (البوفيهات، إلخ)



المقاهي

# 4

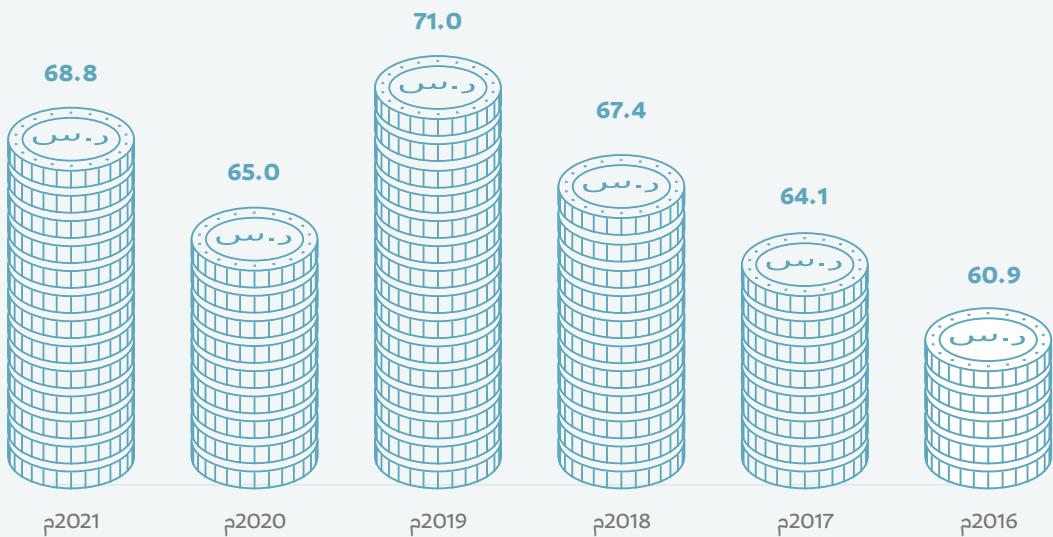
1-4

## أداء سوق خدمات المطاعم والمcafes

## ١-١-٤ حجم السوق السعودي للمطاعم والمقاهي



حجم السوق السعودي للمطاعم والمقاهي (مليار ريال)



تشهد سوق خدمات الأطعمة والمشروبات في المملكة العربية السعودية نمواً كبيراً في السنوات القليلة الماضية، ومن المتوقع أن يستمر في السنوات القادمة أيضاً، وذلك بسبب تزايد عدد السكان وتحسن عادات الشباب الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي مما يعطيهم وعيًا أكبر على الخيارات المختلفة من خدمات الطعام والشراب المتوفرة في السوق.

بلغ معدل النمو السنوي لحجم السوق السعودي للمطاعم والمقاهي 2.5% خلال الفترة ٢٠١٦-٢٠٢١م، مع تسجيل سنة ٢٠١٩م لرقم معاملات قياسي قدره ٧١ مليار ريال سعودي.

يعد تزايد الطلب على التخصيص والإبداع في خيارات قائمات المطاعم والمقاهي وتقديم التجارة الإلكترونية وتنوع منصات الطلب عبر الإنترنت أو عبر تطبيقات الهواتف الذكية من العوامل الرئيسية التي تساهم في نمو سوق خدمات المطاعم والمقاهي في المملكة العربية السعودية.

علاوة على ذلك، يساهم التطور الحضاري السريع للمدن السعودية في خلق فرص نمو هائلة للمصنعين من خلال تلبية الطلب على خدمات المطاعم في البلاد، كما أن تغير العادات الغذائية والوعي القوي بالعلامات التجارية وزيادة الدخل، من العوامل المحفزة للطلب على الخدمات الغذائية عالية الجودة في جميع أنحاء المملكة.

المصدر:

<https://www.techsciresearch.com/report/saudi-arabia-food-service-market/4720.html>



## 2-1-4 حجم السوق السعودي للمطاعم والمcafahي حسب النوع

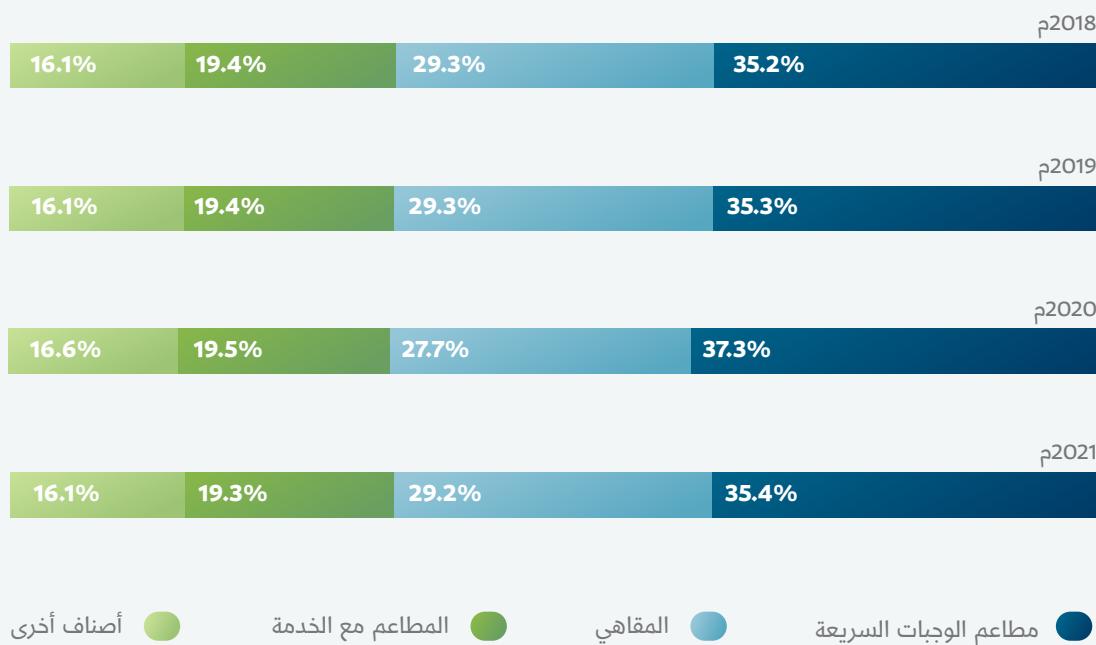
توزيع السوق بين أصناف المطاعم والمcafahي المختلفة في المملكة العربية السعودية لم يعرف تغيرات كبيرة خلال الفترة الممتدة بين عام 2018م وعام 2021م.

في عام 2021م استحوذت مطاعم الوجبات السريعة على الحصة الأكبر من سوق المطاعم والمcafahي في المملكة بتحقيقها 35.4% من إجمالي المبيعات. كما حلت المcafahي ثانية من حيث الحصة السوقية بـ 29.2% من إجمالي السوق.

كما أن تحسن الحصة السوقية للمcafahي في عام 2021م مقارنة بعام 2020م كان بسبب فقدان جميع أصناف المطاعم لنسب ضئيلة من حصتهم في السوق. ويفسّر ذلك بزيادة عدد المcafahي الفاخرة في الفترة الماضية وتقديمها لخدمات ذات جودة عالية شاملة لبعض المأكولات الخفيفة، وهذا الصنف من المcafahي يستهوي كثيراً العائلات والأفراد خاصة عند التسوق والترفيه.

يلاحظ أيضاً أن الحصة السوقية للمطاعم مع الخدمة، وكذلك الحصة السوقية لأصناف المطاعم الأخرى كالمقاصف والبوفيهات والمطاعم والمcafahي الشعبية قد تراجعت نسبياً بين عامي 2020م و2021م، مما يشير إلى بداية حدوث تغيرات في أنماط المستهلكين باتجاه المcafahي ومطاعم الوجبات السريعة.

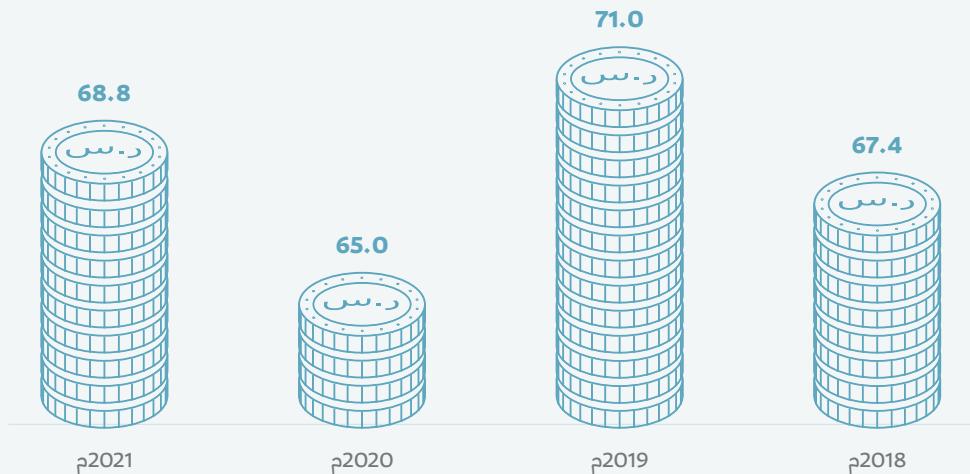
### حجم سوق المطاعم والمcafahي حسب النوع



المصدر:  
<https://www.techsciresearch.com/report/saudi-arabia-food-service-market/4720.html>

### 3-1-4 حجم السوق السعودي للمطاعم والمقاهي حسب المنطقة

حجم السوق السعودي للمطاعم والمقاهي  
(مليار ريال)



توضح المعطيات المستقاة أن حجم إيرادات سوق المطاعم والمقاهي بالمملكة قد بلغ 68,8 مليار ريال سعودي سنة 2021م بزيادة قدرها 5.5% مقارنة بعام 2020م.

التوزيع الجغرافي لحجم السوق السعودي للمطاعم والمقاهي في عام 2021م يظهر استئثار المنطقة الغربية والمنطقة الوسطى بنحو 70.8% من إجمالي السوق.

المنطقة الغربية تستأثر بالحصة السوقية الأعلى على مستوى المملكة وذلك بفضل تواجد عدد كبير من منافذ تقديم خدمات المطاعم في مدن مكة المكرمة والمدينة المنورة وجدة.

تزدهر صناعة المطاعم والمقاهي بسرعة في المنطقة الوسطى بسبب التواجد السكاني الكبير في العاصمة الرياض والمدن المجاورة لها. وهي تمثل 33.9% من إجمالي حجم السوق السعودي للمطاعم والمقاهي في عام 2021م.

أنشطة المطاعم والمقاهي في بقية المناطق السعودية لا تمثل إلا 30.1% من إجمالي حجم السوق.

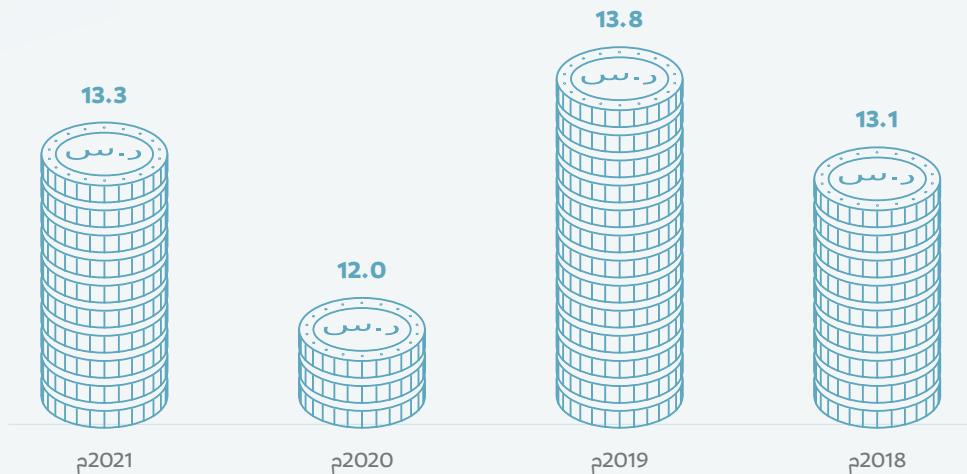


المصدر:

<https://www.techsciresearch.com/report/saudi-arabia-food-service-market/4720.html>

## ٤-١-٤ حجم السوق السعودي للمطاعم مع الخدمة

### حجم السوق السعودي للمطاعم مع الخدمة (مليار ريال)



بلغت معاملات السوق السعودي للمطاعم مع الخدمة سنة ٢٠٢١م ما يقارب ١٣,٣ مليار ريال سعودي بزيادة %9.7 مقارنة مع عام ٢٠٢٠م.

المناطقين الوسطى والغربية تستأثران بـ ٦٧٠.٢٪ من معاملات سوق المطاعم مع الخدمة في المملكة.

يتركز هذا الصنف من المطاعم بشكل خاص في المدن السعودية الرئيسية بسبب توافد عدد كبير من سلاسل المطاعم والعلامات التجارية المحلية والدولية الناشطة في القطاع والتي تجد في المدن الكبرى ذات البنية التحتية والعقارية المتطورة موقعاً مناسباً لتقديم خدماتها.



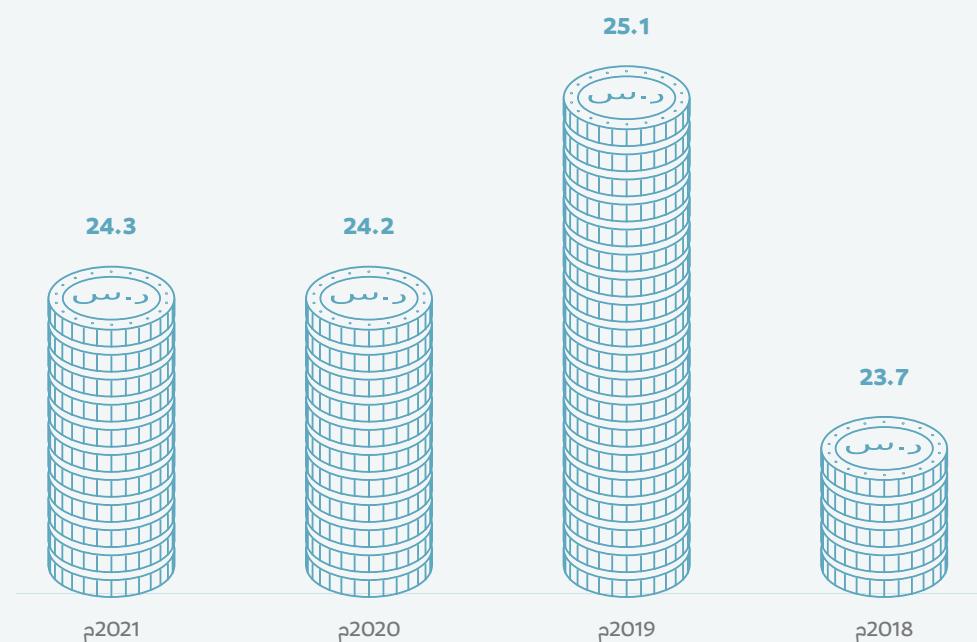
المصدر:

<https://www.techsciresearch.com/report/saudi-arabia-food-service-market/4720.html>



## 5-1-4 حجم السوق السعودي لمطاعم الوجبات السريعة

## حجم السوق السعودي لمطاعم الوجبات السريعة (مليار ريال)



لم تشهد إيرادات سوق مطاعم الوجبات السريعة تغييرات كبيرة بين عامي 2020م و2021م إلا أنها تشكل الجزء الأكبر من السوق السعودي للمطاعم والمقاهي، وذلك بنسبة 35.4%， أي بحجم ما يعادل الـ 24.3 مليارات ريال في عام 2021م. جميع هذه المطاعم تستخدم التطبيقات الإلكترونية وخدمة التوصيل السريع ولها انتشار واسع في جميع أنحاء المملكة وهذا أدى إلى تمكينها من السيطرة على السوق السعودي للمطاعم والمقاهي.

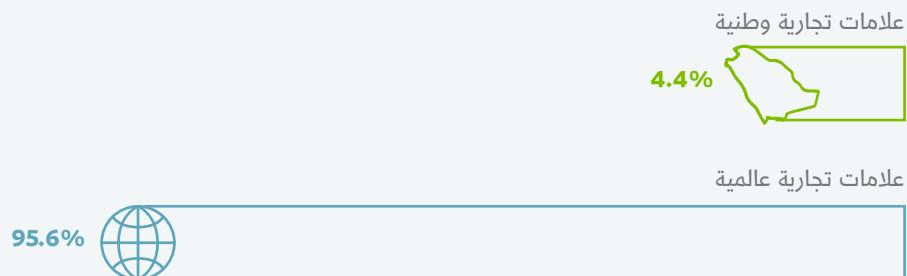
يتبيّن من خلال المعطيات أن سوق مطاعم الوجبات السريعة تستحوذ عليه العلامات التجارية العالمية من خلال تواجد 1,066 نقطة بيع بين منفذ رئيسي وفرعي، تحقق 95.6% من إيرادات السوق على مستوى المملكة.

أن سلاسل الطعام والمشروبات والعلامات التجارية الوطنية لمطاعم الوجبات السريعة هي في منافسة مباشرة مع العلامات العالمية من حيث عدد نقاط البيع وذلك بانتشارها في جميع أنحاء المملكة من خلال 811 منفذ بيع رئيسي وفرعي، ولكنها لا تحقق إلا 4.4% من إجمالي عائدات السوق. وتعتبر الحصة السوقية لهذه العلامات السعودية ضعيفة جداً، وهو ما يعني أن المجال ما زال مفتوحاً أمام المستثمرين السعوديين للعمل على الحصول على حصة سوقية أكبر من خلال تقديم خدمات مطعمة ذات جودة عالية وأسعار تنافسية.

1400

<https://www.techsciresearch.com/report/saudi-arabia-food-service-market/4720.html>

## الحصة السوقية لمطاعم الوجبات السريعة



عدد نقاط البيع (2021م)



تشكل المنطقة الوسطى والمنطقة الغربية أكبر سوق في المملكة لفئة مطاعم الوجبات السريعة، حيث سجلت 73,9% من الإيرادات سنة 2021م. ويستفيد هذا النوع من المطاعم من توفر الأسواق الكبرى والمولات إضافة إلى الكثافة السكانية الكبيرة في مختلف أنحاء المدن السعودية لتحقيق عائدات عالية في غالب الأحيان على مدار الساعة.



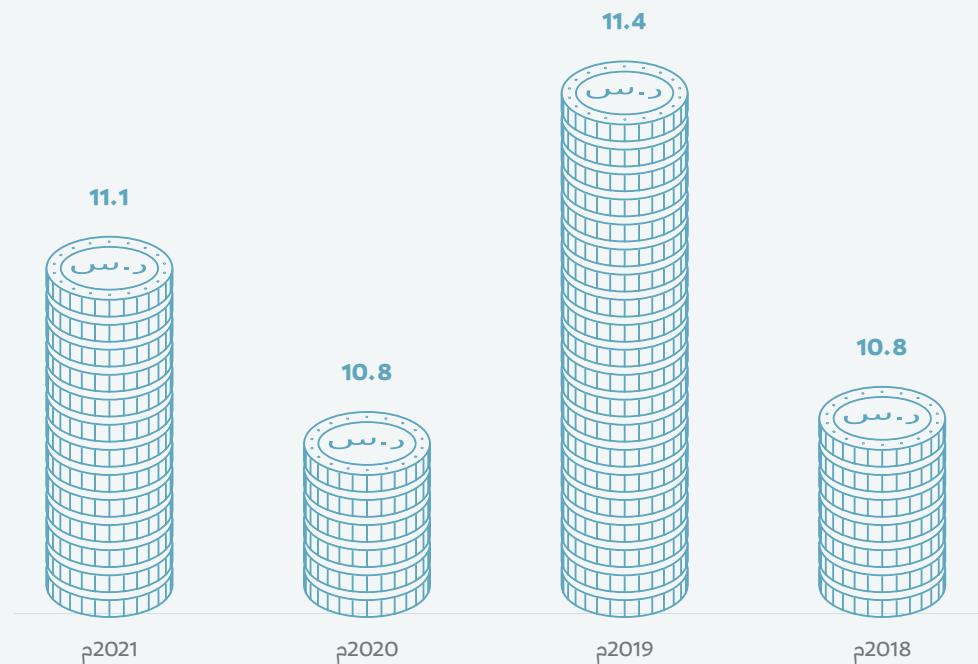
11/10/11

<https://www.techsciresearch.com/report/saudi-arabia-food-service-market/4720.html>

## 6-1-4 حجم السوق السعودي للمطاعم من صنف آخر



### حجم السوق السعودي للمطاعم من صنف آخر (مليار ريال)



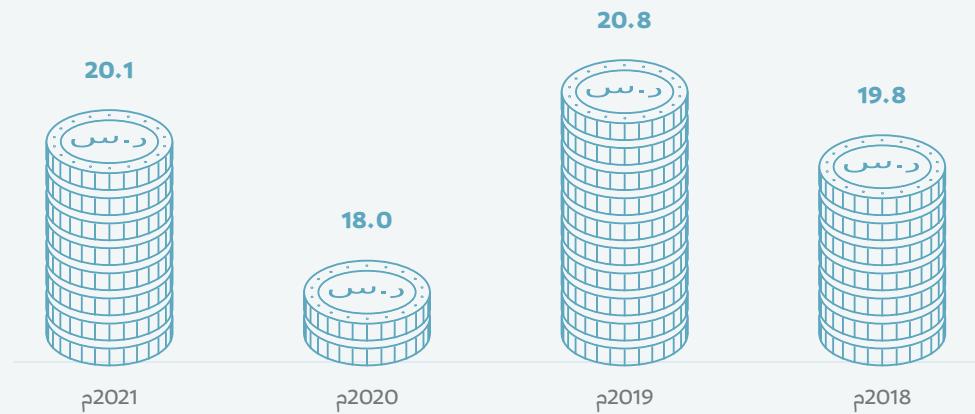
تشمل المطاعم الأخرى جميع أنواع المطاعم الشعبية والبوفيهات وعربات بيع المأكولات الخفيفة التي تتوارد بشكل كبير في جميع أنحاء المملكة من حيث العدد، ولكن رقم معاملاتها لا يمثل إلا 16.1% من إجمالي السوق السعودي للمطاعم

بلغ رقم المعاملات التراكمي الخاص بفئة المطاعم الأخرى بين سنوات 2018م و2021م ما مجموعه 44.1 مليار ريال، مع تسجيل أقصى قيمة معاملات في عام 2019م بـ 11.4 مليار ريال. ولكن في عام 2020م، لم تتحقق هذه الأصناف الأخرى من المطاعم إلا 11.1 مليار ريال، وهو رقم المعاملات الأضعف مقارنة بالمطاعم مع الخدمة أو مطاعم الوجبات السريعة أو المقاهي.

المصدر:  
<https://www.techsciresearch.com/report/saudi-arabia-food-service-market/4720.html>

## 7-1-4 حجم السوق السعودي للمقاهي

### حجم السوق السعودي للمقاهي (مليار ريال)



بلغت إيرادات سوق المقاهي في عام 2021م ما حجمه 20,1 مليار ريال سعودي بارتفاع قدره 10.4 % مقارنة بعام 2020م التي سجل فيها رقم معاملات قدره 18 مليار ريال سعودي.

تشكل المنطقة الوسطى والمنطقة الغربية أكبر سوق للمقاهي على مستوى المملكة، حيث سجلتا سنة 2021م أكثر من ثلثي الإيرادات.

تنتشر المقاهي بشكل واسع في جميع أنحاء المملكة وتنوع جودة خدماتها بتنوع أصنافها. وهي تشمل المقاهي الشعبية وسلسل المقاهي ذات العلامات التجارية العالمية والمقاهي ذات العلامات التجارية الوطنية وغيرها من الأصناف الأخرى، ولكن تستحوذ العلامات التجارية العالمية على سوق المقاهي في المملكة لما تتميز به من جودة وسرعة في تقديم الخدمة مع توفير المواقع الواسعة والمرتفعة.

يشهد سوق المقاهي في المملكة نقلة نوعية جديدة مع ظهور العديد من المقاهي في العديد من المواقع والمراکز التجارية والترفيهية في المدن الكبير في السعودية، وهي في الغالب مشاريع استثمارية في إطار شراكات بين مستثمرين سعوديين وشركاء أجانب.



المصدر:

<https://www.techsciresearch.com/report/saudi-arabia-food-service-market/4720.html>

# 4

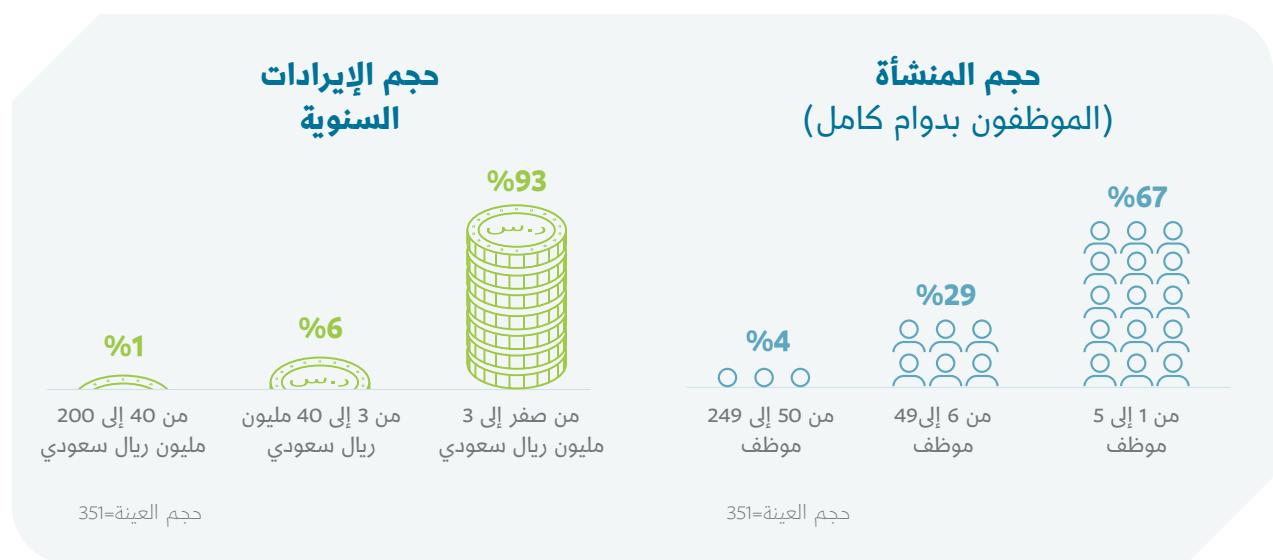
2-4

## دراسة سوق خدمات المطاعم والمقاهي من وجهة نظر أصحاب المنشآت

لدراسة سوق خدمات المطاعم والمقاهي من وجهة نظر أصحاب المنشآت، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 351 مسؤول ممثل لمنشأة ناشطة في مجال تقديم خدمات الأطعمة والمشروبات، واستقصاء آرائهم حول مجموعة من المؤشرات والعوامل والمؤثرات والتطورات، إلخ، التي تحيط بأعمالهم باستخدام الاستبيان.

وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

## 1-2-4 خصائص عينة منشآت خدمات الأطعمة والمشروبات



## 2-2-4 مؤشر النمو لدى منشآت خدمات الأطعمة والمشروبات



### هل أنت قادر على تغطية الطلب المتوقع خلال الأشهر الـ6 القادمة؟

حجم العينة=351



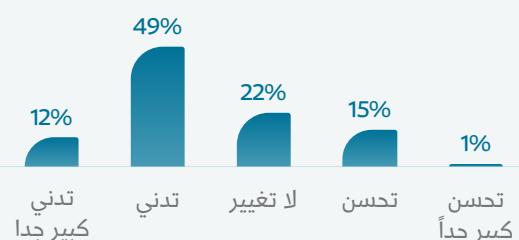
## 3-2-4 مؤشر ثقة الأعمال لدى منشآت خدمات الأطعمة والمشروبات

أكثر من نصف أصحاب المنشآت يتوقعون بأن يكون هناك تدني لنشاطهم ووضعهم المالي خلال الستة أشهر القادمة.

### كيف تتوقع أن يكون الوضع المالي لمنشآتك خلال الستة الأشهر القادمة؟



### ما هو تصورك لوضع النشاط الذي تعمل به بشكل عام خلال الستة أشهر القادمة؟



حجم العينة=351

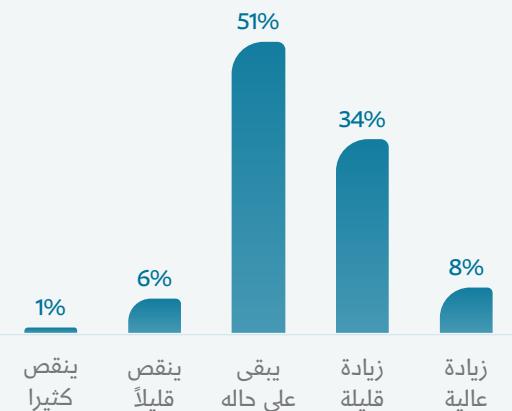
## 4-2-4 مؤشر التضخم في خدمات الأطعمة والمشروبات

42% من أصحاب المطاعم والمقاهي يرون بأن أسعار خدمات منشآتهم سوف تبقى على حالها خلال الستة أشهر القادمة.

كيف تتوقع أن تغير تكاليف الإنتاج  
في منشأتك خلال الأشهر الـ6 القادمة؟  
(بعيداً عن الرواتب)



كيف تتوقع أن تغير أسعار بيع  
خدماتك خلال الأشهر الـ6 القادمة؟

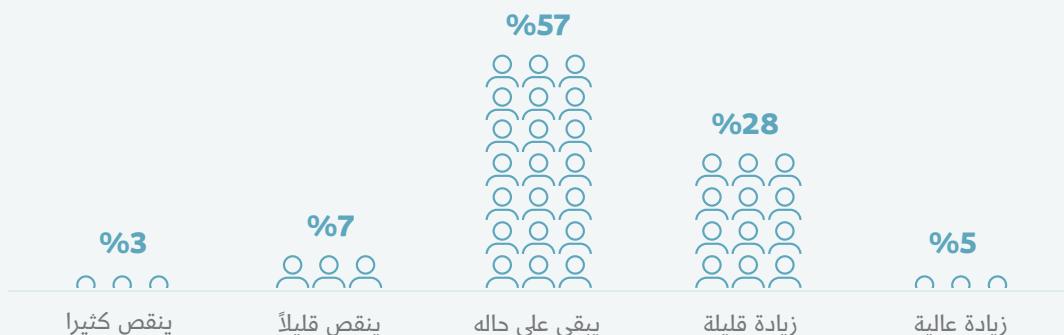


حجم العينة=351

## 5-2-4 مؤشر التوظيف في خدمات الأطعمة والمشروبات

57% من أصحاب المطاعم والمقاهي يرون بأن عدد الموظفين العاملين في منشآتهم سوف يبقى على حاله خلال الستة أشهر القادمة.

ما هو مستوى التغير الإجمالي المتوقع لعدد الموظفين العاملين في منشأتك خلال الستة أشهر القادمة؟



حجم العينة=351

## 6-2-4 تأثير القرارات الحكومية وجائحة كورونا على أنشطة المطاعم والمقاهي

سلبي جداً

سلبي

لا تأثير

إيجابي

إيجابي جداً

**%57.8**

**%21.9**

**%15.7**

**%2.3**

**%2.3**

جائحة كورونا



**%31.6**

**%30.5**

**%36.2**

**%1.4**

**%0.3**

نظام ضريبة  
القيمة المضافة



**%29.6**

**%27.9**

**%39.9**

**%2.3**

**%0.3**

نظام الرسوم على  
إقامة العمالة الأجنبية



**%24.2**

**%21.4**

**%35.6**

**%14.2**

**%4.6**

الاشتراطات  
التنظيمية المتعلقة  
بالتفتيش والغرامات



**%4.8**

**%4.8**

**%54.7**

**%19.1**

**%16.5**

نظام التوطين



## 7-2-4 خطط تطوير الأعمال في أنشطة المطاعم والمقاهي

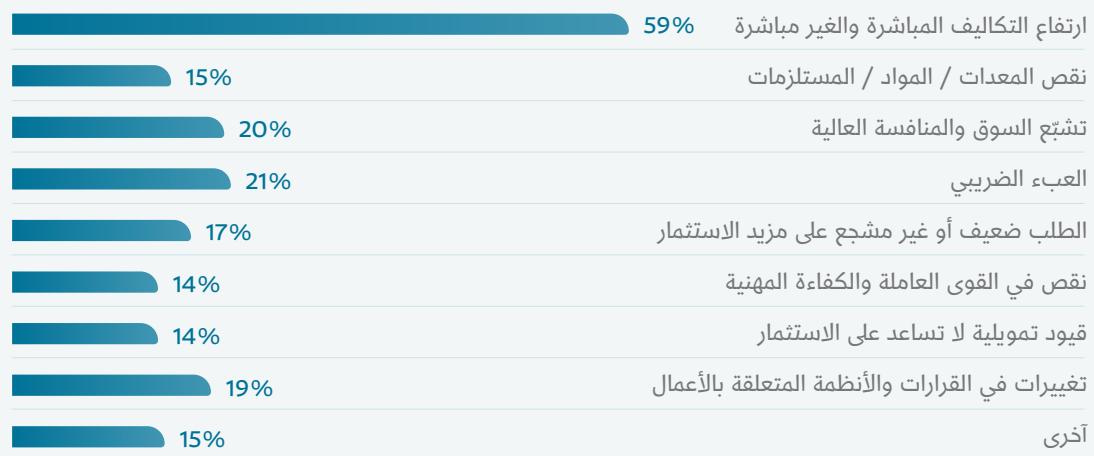


### ما هي تلك الخطط؟



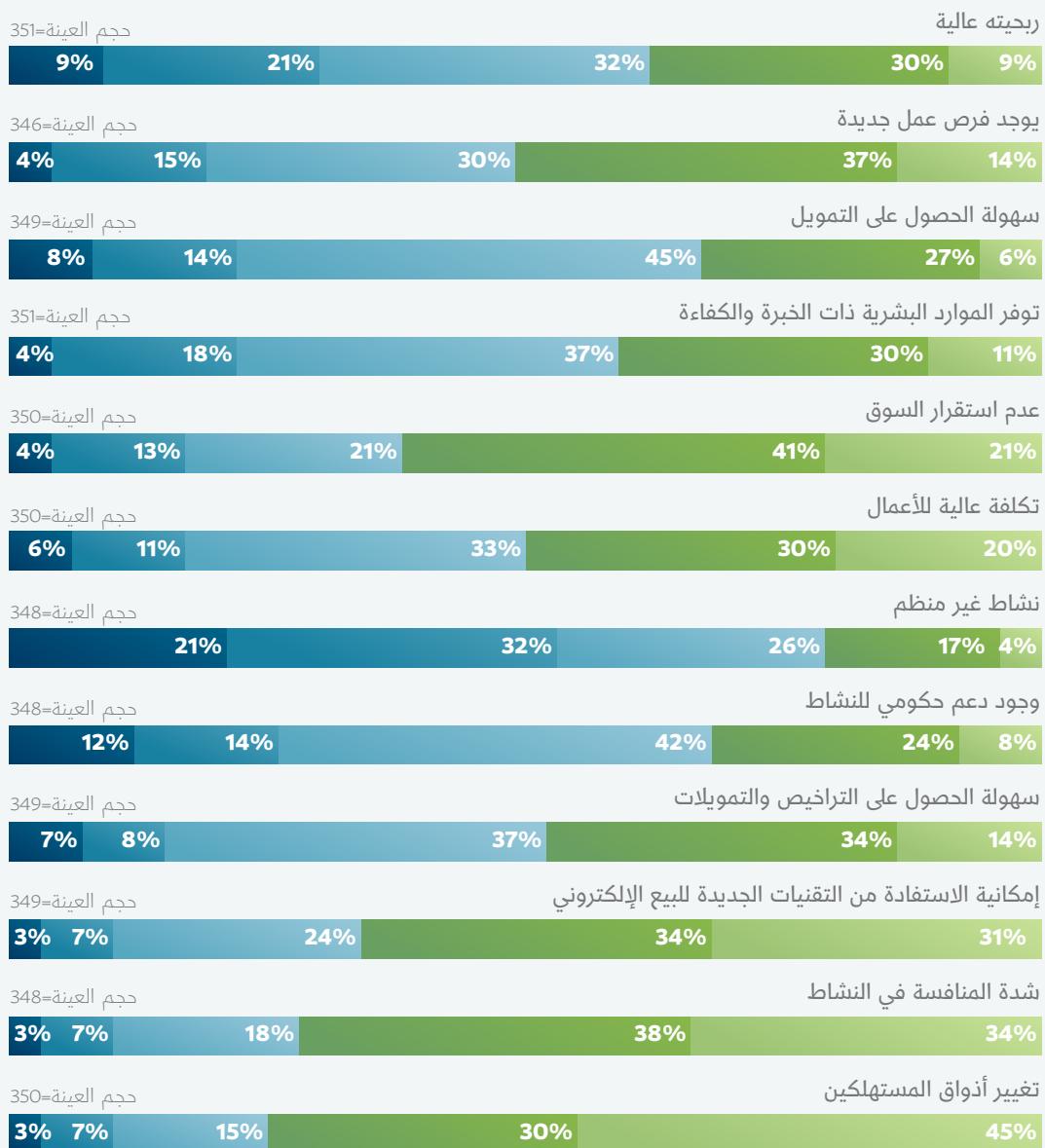
## 8-2-4 تحديات تطوير الأعمال في أنشطة المطاعم والمقاهي من وجهة نظر أصحاب المنشآت

### ما هي الأسباب التي تحد من تطوير أعمالك؟



## 4-2-9 مميزات أنشطة المطاعم والمقاهي من وجهة نظر أصحاب المنشآت

إلى أي مدى تتوافق على العبارات التالية تجاه نشاطك.  
حيث 1 لا أتفق تماماً و 5 موافق تماماً



حجم العينة=348

لا أتفق تماماً



لا أتفق



محايد



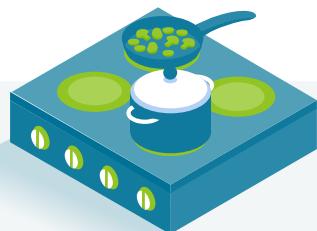
موافق



موافق تماماً



## 10-2-4 التوجهات الجديدة في أنشطة المطاعم والمقاهي



هل سبق وسمعت عن توجه جديد في سوق المطاعم والمقاهي وهو عبارة عن فكرة مشاركة العميل في إعداد طلبيته: أي أن يكون المطعم أو الكوفي قائم على تقديم الطعام أو القهوة عن طريق مشاركة الزبون رحلة تجهيز طلبيته؟



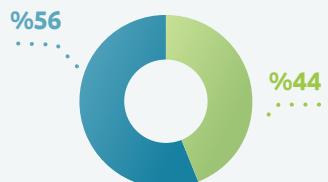
هل تعتقد أنها ستكون فكرة ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟



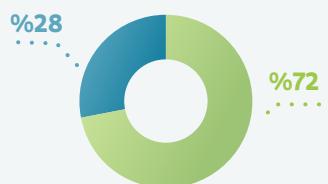
هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها؟



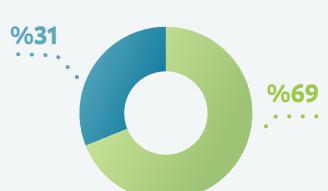
هل سبق وسمعت عن توجه جديد في سوق المطاعم والمقاهي وهو عبارة عن فكرة مقر موحد لعدة منشآت لتجهيز الأطعمة ابتداء من تجهيز الطعام في مقر واحد حتى التوصيل إلى العميل والهدف منه تقليل التكاليف؟



هل تعتقد أنها ستكون فكرة ذات أولوية في أي استثمار جديد للدخول في هذا النشاط؟



هل تعتقد أنها ستضيف لأعمالك شيئاً إذا عملت على تطبيقها أو الاشتراك فيها؟



لا

نعم

## 3-11-2 التوصيات والمقترحات لتطوير أنشطة المطاعم والمقاهي من وجهة نظر أصحاب المنشآت



استحداث اختصاصات ذات علاقة بخدمات الأطعمة والمشروبات في الجامعات ومؤسسات التعليم المهني لتوفير يد عاملة سعودية مختصة.



إقرار جائزة وطنية لأحسن منشأة سعودية صغيرة أو متوسطة عاملة في نشاط المطاعم والمقاهي.



تنظيم لقاءات دورية مع أصحاب الأعمال للاستماع إلى مشاغلهم ومساعدتهم على تجاوز الصعوبات التي تعرّضهم والعمل على حلّها بأسرع وقت ممكن.



توفير ما يكفي من المعلومات والإحصاءات الموثوقة المتعلقة بأنشطة المطاعم والمقاهي حتى يستطيع أصحاب الأعمال والمستثمرين بناء استراتيجياتهم وخططهم الاستثمارية على أساس صحيحة.



تسهيل الحصول على التمويلات البنكية لدعم الاستثمار والتتشجيع على الشراكة مع المستثمرين الأجانب.



التشجيع على إنشاء الجمعيات التي تمثل هذا النوع من المنشآت مثل جمعية المطاعم والمقاهي (قوت) لتعمل على تقديم المبادرات والبرامج الداعمة لمنشآت خدمات الأطعمة والمشروبات والعمل على تطوير اليد العاملة والرفع من كفاءتها.



دعم وتشجيع أصحاب الأعمال على توظيف السعوديين لمساعدتهم على تفادي التكاليف المالية لرسوم تجديد إقامة العامل الأجنبي.



إقرار تشريعات وقوانين شغل جديدة تحدث العامل على مزيد الانضباط الوظيفي، حيث تؤكد نسبة عالية من أصحاب الأعمال على صعوبة التعامل مع الموظفين السعوديين.

# 4

3-4

## دراسة سوق خدمات المطاعم والمقاهي من وجهة نظر المستهلكين

لدراسة سوق خدمات المطاعم والمقاهي من وجهة نظر المستهلكين، تم التواصل الميداني مع عينة مكونة من 210 مستهلك لخدمات الأطعمة والمشروبات، واستقصاء آرائهم حول مدى رضائهم عن الخدمات التي تقدمها المطاعم والمقاهي وعن احتياجاتهم ومقتراحاتهم وانتظاراتهم، إلخ، في هذا المجال.

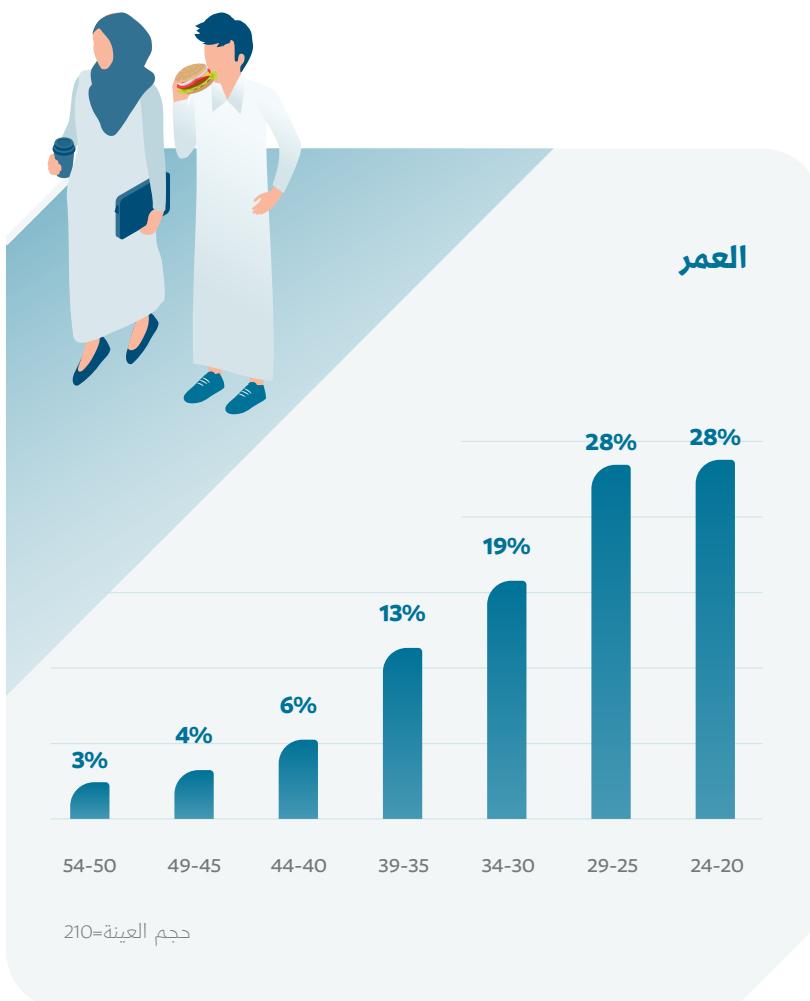
وفي ما يلي خصائص هذه العينة.

## 1-3-4 خصائص عينة المستهلكين

كانت الفئات العمرية من 20-29 سنة هي أكثر الفئات المشاركة في الدراسة (56%)، و كانت النسب متقاربة للجنسين ذكور وإناث.



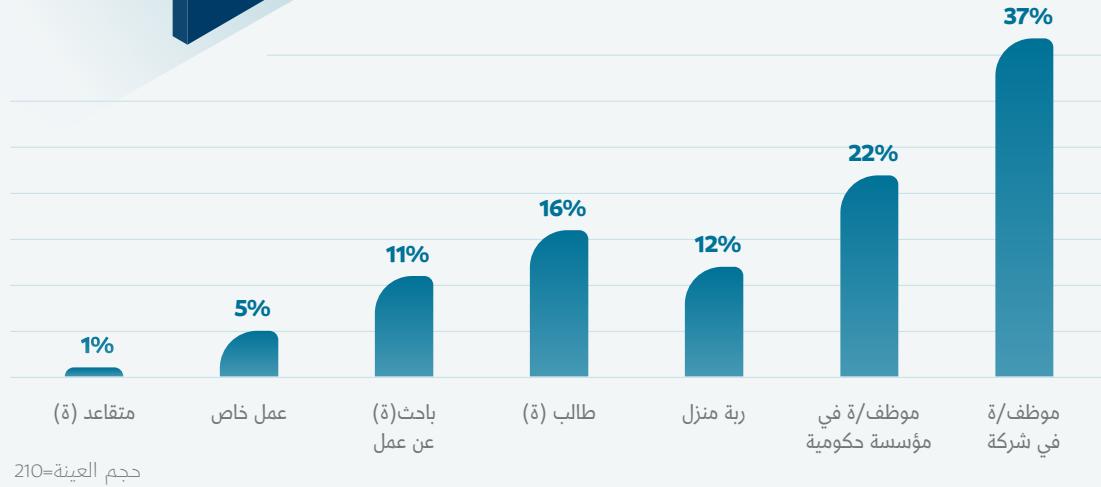
حجم العينة=210



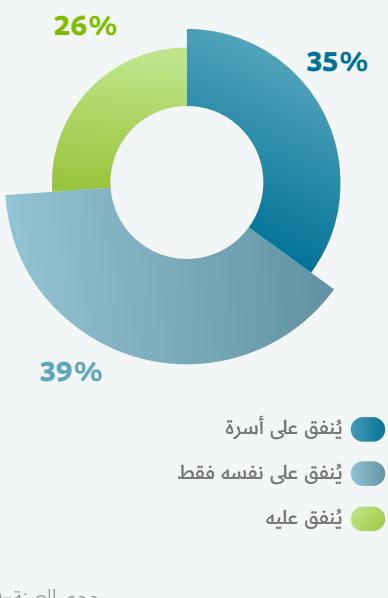


أغلب المجبين كانوا من موظفي الشركات يليهم موظفو المؤسسات الحكومية. 48% من المجبين يتراوح مستوى دخلهم من 3001 - 7000 ريال، وكان 39% منهم يُنفق على نفسه فقط.

### الحالة الوظيفية



### أسلوب الإنفاق



### مستوى الدخل

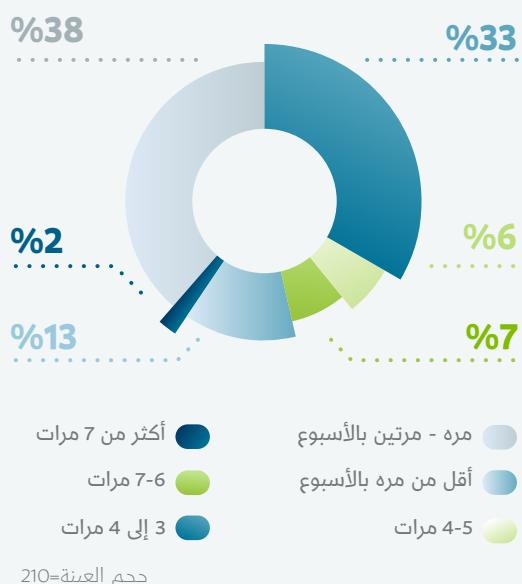


الحالة الوظيفية ، مستوى الدخل الشهري، أسلوب الإنفاق الاستهلاكي

## 2-3-4 تفضيلات المستهلكين لخدمات المطاعم والمقاهي



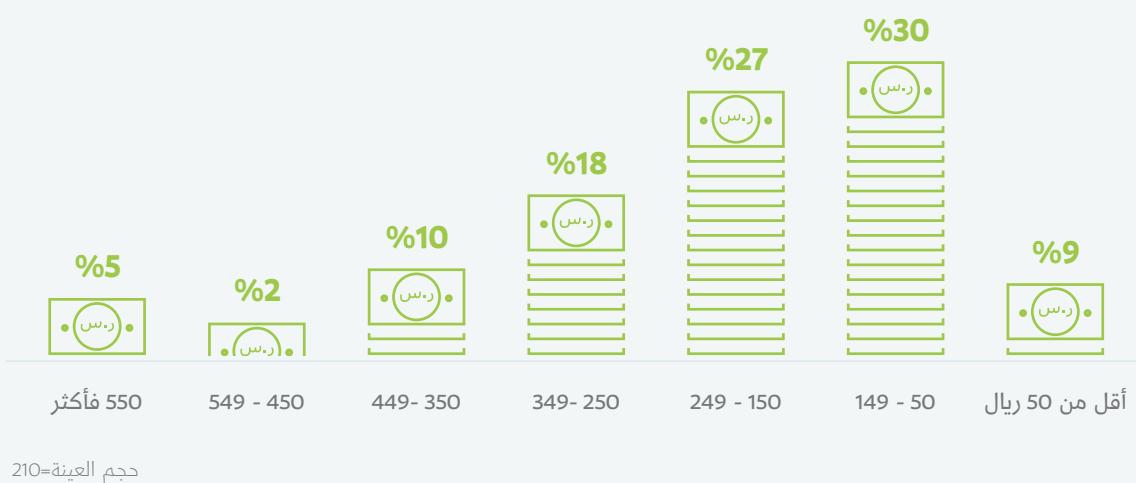
نوع الخدمة المفضلة



درجة تفضيل الخدمة



معدل الإنفاق الأسبوعي على الخدمة

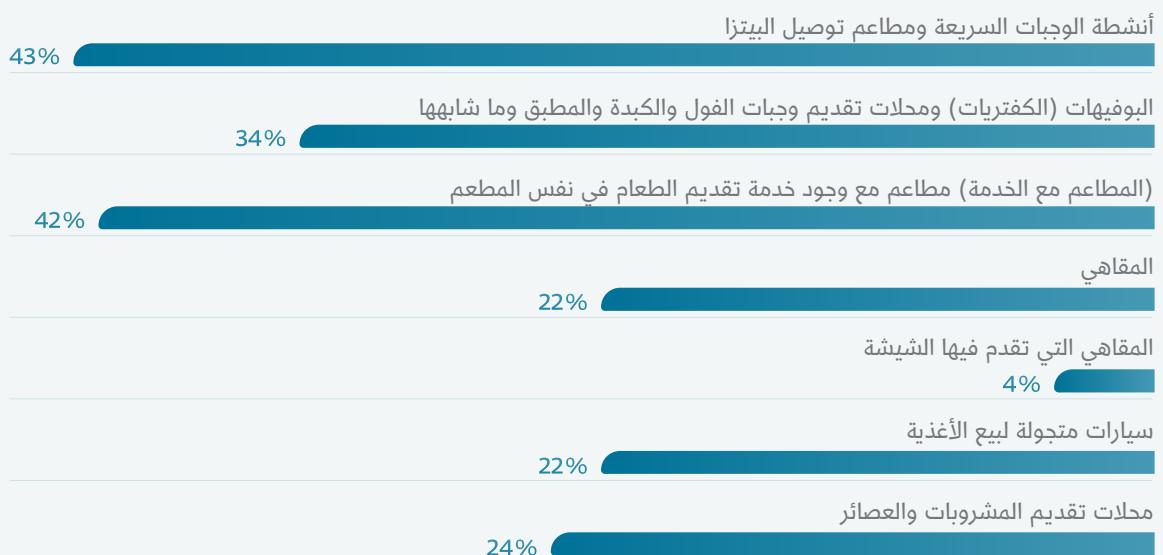


إلى أي درجة أنت من محبي المطاعم والمقاهي؟  
كم مره في الأسبوع تشتري من المطاعم والمقاهي؟  
ما هو معدل إنفاقك الأسبوعي على المطاعم والمقاهي؟

منشآت  
monsha'at

أنشطة خدمات الإقامة والطعام

## نوع الخدمة المفضلة



## سبب تفضيل الخدمة

السبب	النوع	الجودة	التنوع	التوافد المكاني	الأسعار	أجواء المكان	النوع
%33	%58	%26	%47	%24	%51	%21	الوجبات السريعة ومطاعم توصيل البيتزا
حجم العينة=90							
%15	%44	%38	%32	%21	%38	%29	البوفيهات (الكافتيريات)
حجم العينة=72							
%20	%31	%43	%52	%28	%34	%78	المطاعم مع الخدمة
حجم العينة=89							
%6	%30	%34	%45	%45	%34	%79	المقاهي
حجم العينة=47							
%13	%25	%38	%63	%50	%63	%38	المقاهي التي تقدم فيها الشيشة
حجم العينة=8							
%11	%43	%39	%20	%48	%33	%43	سيارات متوجلة لبيع الأغذية
حجم العينة=46							
%20	%48	%42	%50	%20	%60	%42	محلات تقديم المشروبات والعصائر
حجم العينة=50							

ما هي أهم 3 أنواع من المطاعم والمقاهي التي تفضلها ؟ لماذا تفضلها ؟

57% من المشاركين يفضلون كلا طرفي الأكل سواء في المطاعم والمقاهي أو الطلبات الخارجية إليهم 23% يفضلون الأكل في المطاعم والمقاهي. كما كانت طريقة الشراء المفضلة لـ 81% منهم هي الشراء من المطاعم والمقاهي مباشرة حيث أفاد 60% منهم بأن سبب هذا التفضيل هو السرعة و55% النظافة. بينما الذين فضلوا الطلب عن طريق التطبيقات 19% كان بسبب عدم حاجتهم للانتظار وتوفير الوقت.

### طريقة الشراء المفضلة



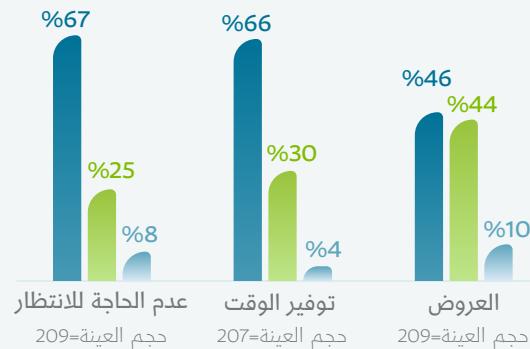
### طريقة الأكل المفضلة



### أسباب تفضيل الشراء من المطاعم والمقاهي مباشرة



### أسباب تفضيل الطلب عن طريق التطبيقات



سبب قوي سبب عادي لا ينطبق

هل تفضل أكثر الأكل في المطاعم والمقاهي أو الطلبات الخارجية  
ما هي طريقة الشراء المفضلة لديك؟ ما هو سبب اختيارك لهذه الطريقة  
هل تعتقد أن خيارات الأكل المتاحة في المطاعم والمقاهي مناسبة لاحتياجكم على سبيل المثال الأطعمة الخالية من الجلوتين أو الطعام النباتي وغيرها؟

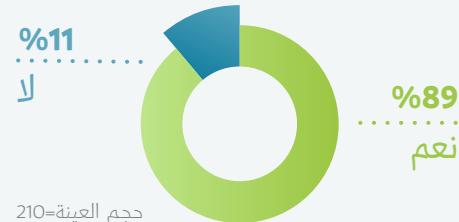
### 3-3-4 مدى ملائمة خيارات الأكل والشرب في المطاعم والمقاهي لاحتياجات المستهلكين

89% من المشاركين يعتقدون بأن خيارات الأكل المطاعة في المطاعم والمقاهي مناسبة لاحتياجاتهم بينما 11% أفادوا بعدم مناسبتها لاحتياجاتهم للأسباب المذكورة أدناه.

#### مدى ملائمة خيارات الأكل والشرب المطاعة في المطاعم والمقاهي

##### أسباب عدم مناسبة احتياجاتهم:

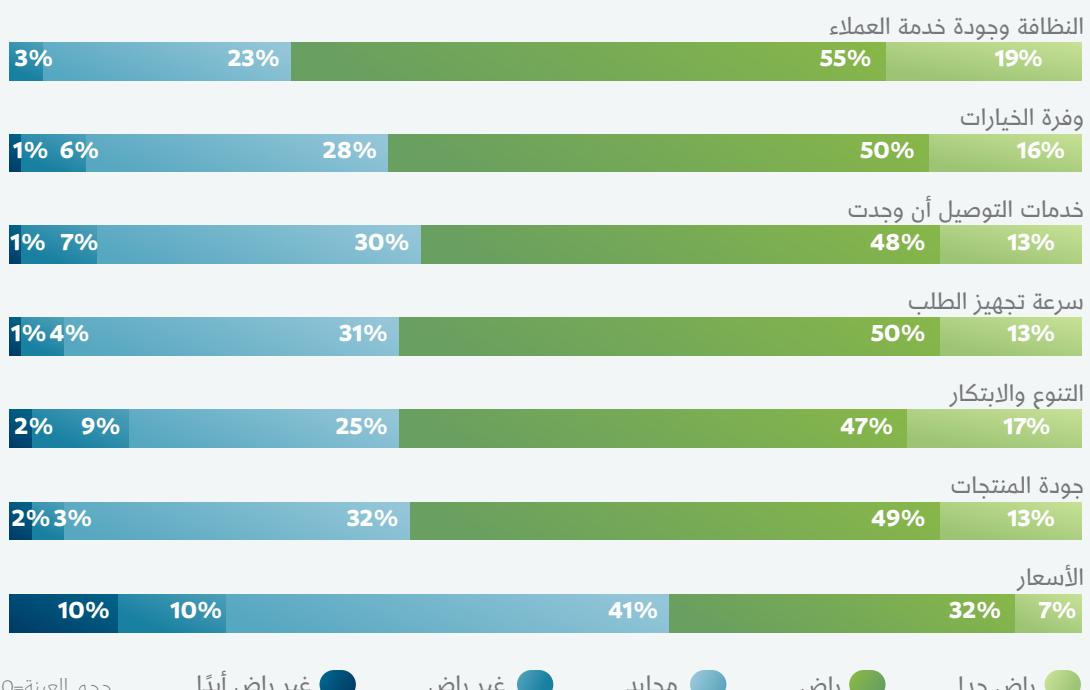
- قلة النظافة
- قلة الأكل الصحي
- ارتفاع الأسعار
- قلة الخيارات
- عدم توفر أغذية لأصحاب الأمراض المزمنة و حساسية الجلوكوز
- عمالة أجنبية



هل تعتقد أن خيارات الأكل المطاعة في المطاعم والمقاهي مناسبة لاحتياجاتكم على سبيل المثال الأطعمة الخالية من الجلوتين أو الطعام النباتي وغيرها؟ سبب عدم مناسبة احتياجاتهم؟ (يرجى ذكر أهم الاحتياجات الغير متوفرة)

### 4-3-4 رضا المستهلكين عن خدمات المطاعم والمقاهي

74% من المشاركين أبدوا رضاهم عن خدمات المطاعم والمقاهي من ناحية النظافة وجودة خدمة العملاء. فيما كان 20% غير راضين عن الأسعار.



ما مدى رضاك عن الخدمات في قطاع الطعام والمقاهي من النواحي التالية: الأسعار، جودة المنتجات، التنوع والابتكار، سرعة تجهيز الطلب، خدمات التوصيل أن وجدت، وفرة الخيارات، النظافة وجودة خدمة العملاء (1 غير راضٍ أبداً و 5 راضٍ جداً)

## 5-3-4 توقعات المستهلكين لمستقبل أنشطة المطاعم والمقاهي

62% يتوقعون بأن نشاط المطاعم والمقاهي متوجه نحو مزيد من التطور في المملكة خلال السنوات القادمة. يفكرون بالاستثمار في النشاط حيث 25% منهم حددوا المقاهي و 19% حددوا المطاعم مع الخدمة. لا يرغبون في العمل كموظفي في هذا النشاط لو توفرت لهم الفرصة.

موافق جدا

موافق

محايد

غير موافق

غير موافق أبدا

%33

%43

%11

%8

%5

الخروج للمطاعم والمقاهي هي من العادات الجديدة والمتنامية في المجتمع السعودي



حجم العينة=210

%34

%48

%14

%3

%0

أتوقع أن نشاط المطاعم والمقاهي متوجه نحو مزيد التطور في المملكة خلال السنوات القادمة



حجم العينة=207

%26

%50

%17

%6

%1

أتوقع أن توطين الوظائف في هذا النشاط سيساهم في تحسين الخدمات



حجم العينة=205

%28

%34

%24

%11

%3

لو توفرت لي الفرصة والإمكانيات سأفكر بجدية في الاستثمار في نشاط المطاعم والمقاهي



حجم العينة=210

%19

%41

%17

%13

%10

لو توفرت لي الفرصة والإمكانيات سأفكر بجدية في العمل كموظفي في نشاط المطاعم والمقاهي



حجم العينة=128

نوع النشاط الذي يرغب المجيب الاستثمار فيه:

محلات تقديم المشروبات والعصائر

%3

المقاهي

%25

المطاعم مع الخدمة

%19

سيارات متوجلة لبيع الأغذية

%18

البوفيهات (الكافتريات)

%14

أنشطة الوجبات السريعة والبيتزا

%16

المقاهي التي تقدم فيها الشيشة

%5

ما مدى موافقتك على هذه الجمل (1 غير موافق أبدا 5 موافق جدا)

منشآت

أنشطة خدمات الإقامة والطعام

## 6-3-4 التوجهات الجديدة في أنشطة خدمات المقاهي والمطاعم من وجهة نظر المستهلكين



75% من المشاركين لديهم معرفة بخدمات تقديم قائمة أطعمة صحية. ويعتقد 55% منهم أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لهم نوعاً ما وممكن أن يستهويهم كمستهلكين كما يعتقد 58% منهم أن هذا النوع من الخدمة يمكن أن يشجعهم نوعاً ما على مزيد الاستهلاك.

نعم لا

### المعرفة بخدمات المطاعم والمقاهي



55%

حجم العينة=168

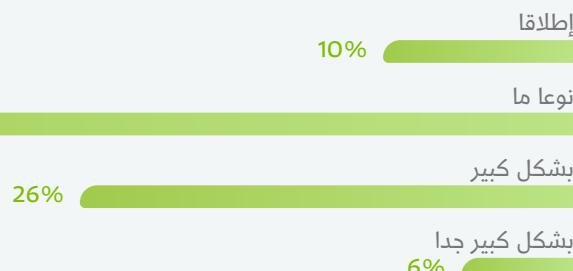
### مدى ملاءمة الخدمات للمستهلك



58%

حجم العينة=168

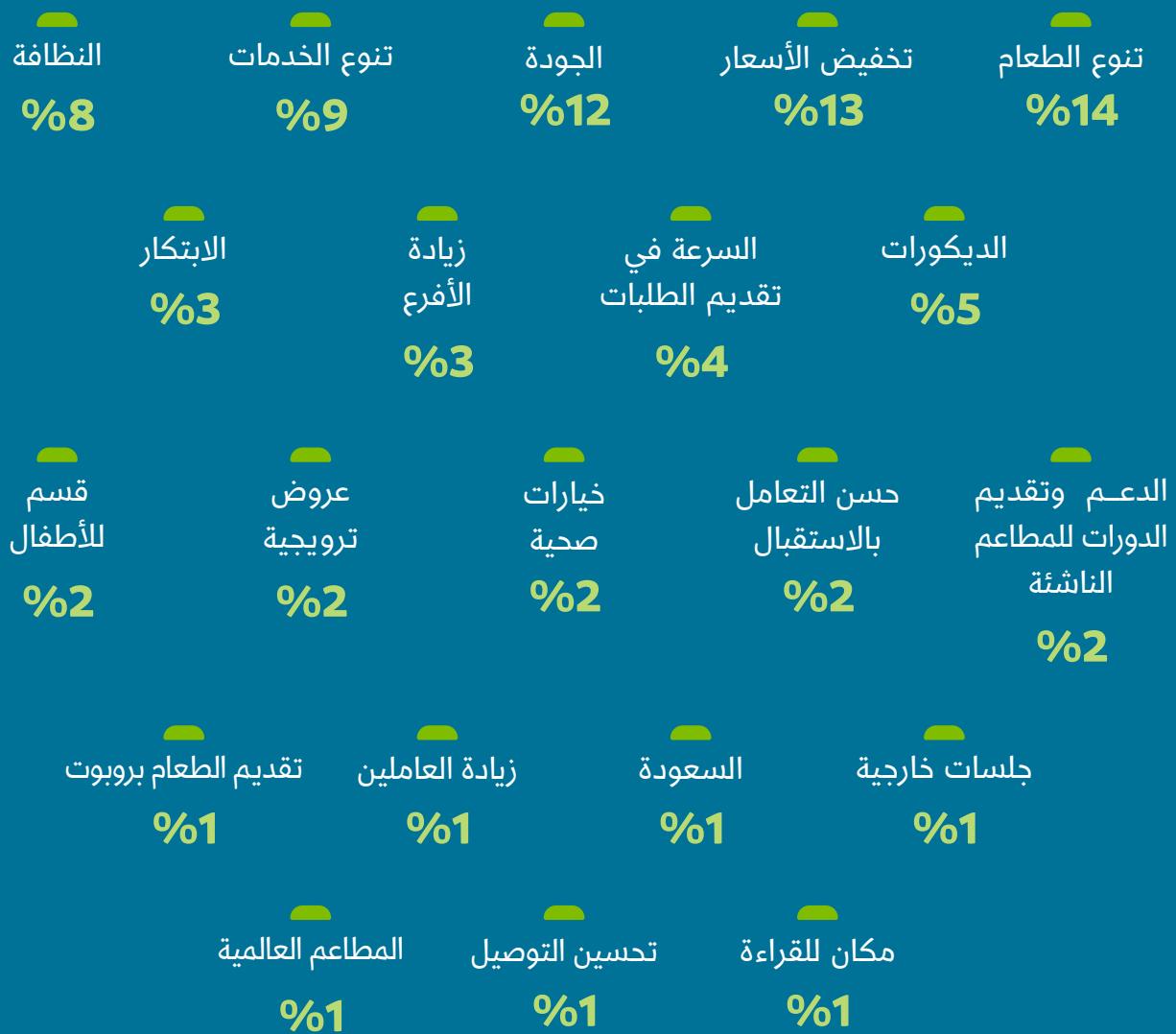
### مدى تشجيع الخدمة على زيادة الاستهلاك



هل سمعت عن خدمات المطاعم والمقاهي الجديدة هذه: في حال الإجابة بنعم ( هل تعتقد أن هذا النوع الجديد من الخدمة مناسب لك وممكن أن يستهويك كمستهلك؟) هل تعتقد أن هذه النوع الجديد من الخدمة ممكن أن يشجعك على مزيد الاستهلاك

### 8-3-4 التوصيات والمقترحات لتطوير أنشطة المطاعم والمcafes من وجهة نظر المستهلكين

كانت أغلب التوصيات من المشاركين تخص تنوع الأطعمة، يليها تخفيض الأسعار وأقلها أهمية تحسين التوصيل واتباع المطاعم العالمية



# شكراً لكم

