مجلة جامعة الملك سعود، م٢٢، *العلوم الزراعية* (٢)، ص ص ٣٣-٦٧، الرياض (١٤٣١/٢٠١٠م)

تحليل اقتصادي للمركز التنافسي لصادرات المملكة العربية السعودية من التمور

علاء محمد رشاد السبع

مركز أبحاث النخيل والتمور، جامعة الملك فيصل، الأحساء، المملكة العربية السعودية
alaaelsabea@yahoo.com

(قدم للنشر في ١٤٣٠/٣/٦هـ؛ وقبل للنشر في ١٤٣٠/١٢/١٩هـ)

الكلمات المفتاحية: التجارة الدولية، الميزة النسبية، الميزة التنافسية.

ملخص البحث. على الرغم من أن المملكة العربية السعودية تعتبر من أهم المنتجين والمصدرين للتمور في العالم، إلا أن صادراتها من التمور تواجه منافسة شديدة في الأسواق العالمية، حيث إن صادرات المملكة العربية من التمور تعاني من انخفاض الأسعار مقارنة بالدول المنافسة. وهذا لا يؤثر على القطاع التصديري فحسب بل أيضاً على المنتج السعودي وعلى الاقتصاد السعودي بشكل عام، وعلى الميزان الزراعي بشكل خاص.

في الحقيقة على الرغم من التذبذبات الكبيرة في الميزان التجاري للمملكة العربية السعودية وفقاً لأسعار البترول العالمية فإن العجز في الميزان الزراعي للمملكة يتزايد من سنة لأخرى. ويعتبر محصول التمر أهم المحاصيل الزراعية التي يمكن أن تقلل من العجز في الميزان الزراعي السعودي.

وعلى ذلك يهدف البحث إلى دراسة المركز التنافسي وتقديره للصادرات السعودية من التمور في الأسواق الخارجية، بالإضافة إلى تحديد أهم الأسواق الخارجية للتمور السعودية وأهم المنافسين لها في تلك الأسواق وأهم نقاط القوة لديهم. وأخيراً تحديد نقاط الضعف للقدرة التنافسية للتمور السعودية وسبل تنميتها وتحسينها في المستقبل.

وبينت نتائج البحث أن القدرة التنافسية للتمور السعودية بشكل عام منخفضة في الأسواق العالمية ما عدا الأسواق العربية وخاصة اليمن والكويت، حيث احتلت المملكة العربية السعودية مراكز متأخرة من حيث النصيب السوقي أو من حيث معدل اختراق الأسواق رغم قدراتها الإنتاجية والتصديرية الكبيرة بالنسبة للأسواق الأوروبية أو الآسيوية. وقد كانت القدرة التنافسية للمملكة العربية السعودية أكثر انخفاضاً في دول السوق الأوروبي بصفة عامة حيث احتلت المملكة العربية السعودية المركز الخامس من حيث النصيب السوقي ومعدل اختراق الأسواق في السوق البريطاني بعد إيران وتونس وإسرائيل وباكستان. وفي السوق الفرنسي رغم كبر حجم السوق وارتفاع السعر إلا أن النصيب السوقي للمملكة العربية السعودية تقريباً صفر (فقط ٥ أطنان). ولم يكن لصادرات المملكة العربية السعودية وجوداً يذكر في باقي أوروبا خلال فترة الدراسة.

المقدمة

تعتبر قضية التصدير من القضايا الهامة التي احتلت مكانة متميزة على خريطة الأولويات الاقتصادية لتحقيق برامج التنمية في كثير من دول العالم. وفي ظل الظروف الدولية الراهنة والمستقبلية الناشئة عن ظهور التكتلات الاقتصادية الكبيرة، وقيام منظمة التجارة العالمية قامت الدول بوضع إستراتيجيات تحدد وسائل زيادة قدرتها التنافسية في الأسواق العالمية. وقد ركزت معظم هذه الإستراتيجيات على وضع الأساليب التقنية لتطوير الإنتاج وتحسين الجودة والارتباط بالمواصفات القياسية العالمية، وكذلك أنظمة الجودة الشاملة التي تتضمن الحفاظ على البيئة في عملية الإنتاج. هذا فضلاً عن تطبيق الأساليب التي تحقق زيادة الكفاءة وتقليل تكلفة الإنتاج باستخدام البحوث والتطوير كضمان الاستمرار في تحسين الإنتاج ليعكس احتياجات المستهلك وبما يمكن من المنافسة في الأسواق الخارجية. وتهدف سياسة المملكة العربية السعودية لتنويع الصادرات وألا يكون البترول هو المصدر الوحيد للنقد الأجنبي. وتعتبر التمور بصفة خاصة أحد أهم مصادر تنميه الصادرات الزراعية السعودية، إلا أنها تواجه بعض المستجدات الاقتصادية الدولية والتي تعوق محاولات زيادة صادراتها من تلك السلعة في المستقبل، الأمر الذي يلقي عبئاً جديداً على كاهل السياسة الاقتصادية السعودية ويدفعها إلى اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتحسين الإنتاج كماً وكيفاً، وتحسين المركز التنافسي في الأسواق الخارجية.

وعلى الرغم من انخفاض الأهمية الاقتصادية للصادرات الزراعية مقارنة بالصادرات البترولية والصناعية، إلا أن التنوع في الصادرات واعتماد المملكة على مصادر متعددة للنقد الأجنبي يزيد من قوة الاقتصاد وقدرته على مواجهة كافة المتغيرات. وتعمل المملكة العربية السعودية على تطوير الإنتاج الزراعي وزيادة الصادرات بصفة خاصة من المحاصيل الواعدة مثل التمور السعودية بمختلف أصنافها.

ولقد حقق القطاع الزراعي في المملكة العربية السعودية تقدماً كبيراً خلال الفترة من ١٤١٧-١٤٢٦هـ (١٩٩٦-٢٠٠٥م) حيث زاد الناتج الزراعي (بالأسعار الثابتة لعام ١٩٩٩م) باستمرار. وكان أقل قيمة له في عام ١٤١٧هـ (١٩٩٦م) بمقدار ٣٢٣٧١ مليون ريال وبلغ أقصى قيمة له في عام ١٤٢٦هـ (٢٠٠٥م) بمقدار ٣٩٥١٨ مليون ريال. وازداد معدل النمو السنوي للقطاع الزراعي خلال نفس الفترة من ٠,٣ إلى ٤,٣، وبلغت مساهمته في القطاعات غير البترولية ٧,٦٪ في عام ١٤٢٦هـ (٢٠٠٥م) وكانت نسبة مساهمته في إجمالي القطاعات ٥,١٪ (وزارة الاقتصاد والتخطيط، ٢٠٠٨م).

وعلى الرغم من الانخفاض النسبي في مساهمة القطاع الزراعي في الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة إلا أن للقطاع الزراعي أهمية بالغة تفضله عن باقي القطاعات ألا وهي أنه مصدر الأمن الغذائي وأيضاً الأمن القومي لأي دولة من دول العالم، حيث

ازدادت أهميته أخيراً على مستوى كافة دول العالم مع ارتفاع أسعار الغذاء وتهديد الأمن الغذائي للكثير من دول العالم.

ويختلف مفهوم الميزة النسبية (خليفة، ١٩٩٧م) عن نظيرتها التنافسية في أن الميزة النسبية تعزى إلى الاختلاف في سعر السلعة نتيجة الاختلاف في هيكل التكلفة من دولة لأخرى. ولا تكفي الميزة النسبية وحدها لتحقيق مبدأ التنافس الكامل؛ وذلك لأنها تعتمد على معطيات ساكنه من عوامل الإنتاج ومدى توفر مياه الري بالإضافة إلى الخبرة في زراعة المحاصيل وإنتاجها. وفي ظل احتدام المنافسة السعرية وتطور النظم المعلوماتية في جميع المجالات إلى جانب التطور التكنولوجي، زادت الحاجة إلى الاعتماد على الميزة التنافسية حيث إن الميزة التنافسية تخلق ولا تورث. ومن ثم فهي تعتمد على جهود الأفراد في خلق تلك الميزة عن طريق الابتكار والتطور التكنولوجي وإدخال منتج جديد أو استحداث طريقة إنتاج أو مدخل جديد للتسويق أو طريقة مميزة لأداء الأعمال وتحديث مفهوم الإدارة القائم على مبدأ التخصيص الأمثل للمعارف والتقنيات الحديثة. كما تتضمن الميزة التنافسية معاملات ما بعد الحصاد وعمليات التسويق والتصدير والتحديد الدقيق للسعر التنافسي.

وقد كانت التمور وبإذن الله ستبقى مصدراً للأمن الغذائي القومي للكثير من الدول العربية (سليمان، ١٩٩٨م) وبصفة خاصة التي لديها فائض إنتاجي مثل المملكة العربية السعودية، على أنه لابد من استغلالها الاستغلال الأمثل وتنمية صادراتها وعدم إهدارها.

ويرتبط أمر تنمية الصادرات الزراعية السعودية ارتباطاً وثيقاً بالأحداث والمتغيرات العالمية، ولذلك فإن هناك اهتماماً متزايداً لإيجاد مناخ تصديري أفضل يساهم في زيادة قدرة تلك الصادرات على النفاذ للأسواق الخارجية، وذلك من خلال زيادة قدرتها التنافسية في تلك الأسواق. وبالرغم مما حققته سياسة المملكة العربية السعودية من نجاح في مجال إنتاج التمور إلا أن الجانب التسويقي يعاني من كثير من المشاكل المحلية والعالمية.

مشكلة البحث

على الرغم من أن المملكة العربية السعودية تعتبر المنتج والمصدر الرئيس في العالم للتمور إلا أن صادراتها من التمور تواجه منافسة شديدة في الأسواق العالمية، حيث إن صادرات المملكة العربية من التمور تعاني من انخفاض الأسعار مقارنة بالدول المنافسة. وهذا لا يؤثر على القطاع التصديري فحسب بل أيضاً على المنتج السعودي وعلى الاقتصاد السعودي بشكل عام، وعلى الميزان الزراعي بشكل خاص.

ويعتبر محصول التمر أهم المحاصيل الزراعية التي يمكن أن تقلل من العجز في الميزان الزراعي السعودي.

هدف البحث

ويهدف البحث إلى دراسة وضع القدرة التنافسية وتقديره للصادرات السعودية من التمور في الأسواق الخارجية، وتحديد أهم الأسواق الخارجية للتمور السعودية وأهم المنافسين لها في تلك الأسواق وأهم نقاط القوة لديهم. وأخيراً تحديد نقاط الضعف للقدرة التنافسية للتمور السعودية وسبل تنميتها وتحسينها في المستقبل وأهم الأسواق الواعدة. وفي سبيل تحقيق هذا الهدف، تم دراسة الأهداف الفرعية التالية :

١- دراسة أهم أصناف التمور المملكة العربية السعودية و تطور سعر وكمية وقيمة الصادرات السعودية من التمور خلال فترة الدراسة.

٢- التعرف على وضع صادرات المملكة العربية السعودية من التمور بالنسبة للعالم و أهم الأسواق الخارجية لصادراتها من التمر، وعلى أهم الدول المنافسة لها في كل سوق.

٣- حساب بعض المؤشرات التنافسية للتمر السعودي ومقارنتها مع الدول المنافسة لها في الأسواق.العالمية.

الطريقة البحثية ومصادر البيانات

اعتمد البحث بصورة أساسية على البيانات الإحصائية المنشورة وغير المنشورة من عدة جهات مثل وزارة الزراعة ووزارة الاقتصاد والتخطيط في المملكة العربية السعودية، ومنظمة الأغذية والزراعة. علاوة على بعض البيانات والمعلومات المتوفرة على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) من خلال موقع الأمم المتحدة www.comtrade.un.org.

كذلك اعتمد البحث على دراسة حالة لعدد ثلاثة شركات تصدير سعودية و١٥ مزارعاً و١٠ تجار جملة للتعرف على أهم المشاكل التي يعاني منها التمور السعودية عند التصدير.

كما اعتمد البحث على أسلوب التحليل الوصفي لتوصيف المشكلة، بالإضافة إلى أسلوب التحليل الكمي باستخدام بعض القياسات المختلفة مثل الاتجاه العام والارتباط والانحدار.وتحليل التباين واختبار LSD.

واعتمد البحث أيضاً على بعض المؤشرات الاقتصادية لمعرفة الوضع التنافسي للتمر السعودي مثل مؤشر المركز التنافسي السعري، ومؤشر النصيب السوقي، ومعامل اختراق الأسواق، ومقارنتها مع الدول المنافسة في كل سوق.

عرض عام للمؤشرات المستخدمة في الدراسة (عباس، ٢٠٠٠م)

أولاً: الميزة النسبية الظاهرية

Revealed Comparative Advantage

قام Balassa بتركيب الرقم القياسي للميزة النسبية الظاهرة، ويمكن تقدير هذا الرقم باستخدام المعادلة التالية :

(١) $$RCA = (Xji / Xwi) / (Xjt / Xwt)$$

حيث:

RCA: الرقم القياسي للميزة النسبية الظاهرية.

Xji: قيمة صادرات السلعة للدولة.

Xwi: قيمة صادرات السلعة في العالم.

Xjt: قيمة الصادرات الكلية للدولة.

Xwt: قيمة الصادرات الكلية العالمية.

ويمكن أن يحسب هذا الرقم لسلعة زراعية واحدة، أو يحسب لإجمالي السلع الزراعية، أو لمجموعة من السلع الزراعية، وكلما زادت قيمة هذا الرقم عن ١٠٠ دل ذلك على وجود ميزة نسبية ظاهرة لصادرات السلعة، أو لمجموعة السلع، أو لإجمالي السلع الزراعية المصدرة. وإذا انخفض هذا الرقم عن ١٠٠ دل ذلك على تدهور الميزة النسبية للسلع الداخلة في حسابه (Research Information Sector, Ministry of Economy, 1998).

ثانياً: مؤشر النصيب السوقي
(U.S. Agency for International Development, 1998)

يعتبر النصيب السوقي أحد المؤشرات التنافسية حيث إن ارتفاعه يمثل أحد الأهداف الرئيسة لعملية توسيع حجم المبيعات الخارجية لأي دولة، وبذلك فإن ارتفاع النصيب السوقي يعكس ارتفاع الوضع التنافسي لأي دولة ويعبر مؤشر النصيب السوقي عن النسبة المئوية لصادرات دولة ما من سلعة معينة إلى سوق معين إلى واردات تلك السوق من مختلف دول العالم من تلك السلعة ويتم حسابه بالمعادلة التالية:

$$MSHji = (Xjci / Mcwi) \times 100 \quad (٢)$$

حيث:

MSHji: النصيب السوقي للدولة j من السلعة i.

Xjci: عبارة عن صادرات الدولة j الى الدولة c من السلعة i.

Mcwi: هي عبارة عن إجمالي واردات الدولة c من العالم من السلعة i.

ثالثاً: مؤشر المركز التنافسي (يوسف، ٢٠٠٤م)

يتأثر المركز التنافسي للصادرات بعدد من العوامل أهمها السعر النسبي، والقدرة على الوفاء بمتطلبات التصدير، وكفاءة العمليات التسويقية، ويعتبر السعر النسبي أهم العوامل السابقة في التأثير على المركز التنافسي للسلعة في السوق العالمي، ويتوقف ذلك على مدى حساسية الطلب للتغيرات في الأسعار.

ويتم تقدير مؤشر المركز التنافسي السعري كما يأتي:

أولاً: بإيجاد النسبة السعرية بين الدولة المنافسة والمملكة العربية السعودية في تصدير المحصول موضع الاعتبار، ويتم ذلك عن طريق حساب النسبة بين المتوسط المرجح لأسعار المحصول المدروس في السعودية بأهم الدول المتنافسة في السوق العالمي ككل (السوق الذي تتم دراسته)، إلى سعر تصدير المحصول محل الدراسة بكل دولة من هذه الدول. وإذا زادت قيمة ذلك المؤشر عن الواحد الصحيح دل ذلك على أن للمملكة العربية

السعودية لها ميزة سعرية في تصدير ذلك المحصول. ويتم ذلك كما يلي :

(٣) $$PAj = pc / pe$$

حيث :

PAj : النسبة بين المتوسط المرجح لأسعار أهم الدول المتنافسة في السوق العالمي إلى سعر تصدير السعودية.

pc : المتوسط المرجح لأسعار تصدير المحصول في أهم الدول المتنافسة.

pe : سعر تصدير المملكة العربية السعودية.

ثانياً : تقدير الوضع النسبي لسعر مصر بالنسبة للدول المنافسة من خلال المعادلة الآتية :

$$RAj = PAj - PA\ min / PA\ max - PA\ Min$$

حيث إن :

PAj : الوضع النسبي لسعر صادرات السعودية بالنسبة لسعر صادرات الدول المنافسة.

PA max ، PA Min : القيمة القصوى والدنيا للنسبة بين المتوسط المرجح لأسعار المحصول محل الدراسة بأهم الدول المنافسة ككل إلى سعر تصدير المحصول في كل دولة من الدول المتنافسة في السوق المدروس. وتنحصر قيمه المعادلة بين صفر و ١ ، وكلما ارتفعت القيمة الناتجة دلَّ ذلك على تحسن الوضع التنافسي السعري للصادرات السعودية ، والعكس بالعكس.

رابعاً: معدل اختراق الأسواق (الزناتي، ٢٠٠٣م)
Market Penetration Ratio

يعتبر معدل اختراق الأسواق هو أحد أكثر معايير قياس التنافسية انتشاراً ، ويمكن تعريفه على أنه عبارة عن النسبة بين واردات دولة معينة من سلعة ما من دولة أخرى (المراد قياس معدل اختراقها للسوق) واستهلاكها الظاهري من تلك السلعة ، ويتم قياس معامل اختراق الأسواق بالمعادلة التالية :

(٤) $$MPRjci = Mcij / (Qci + Mci - Xci)$$

حيث:

MPRjci : معدل اختراق السوق للدولة j من السلعة i في الدولة c.

Mcij : عبارة عن واردات الدولة c من السلعة i من الدولة j.

Qci : عبارة عن إنتاج الدولة c من السلعة i.

Mci : إجمالي واردات الدولة c من السلعة i.

Xci : هي عبارة عن صادرات الدولة c من السلعة i.

وتتراوح قيمة هذا المؤشر بين الصفر (إذا كانت الواردات تساوي صفر) وبين الواحد الصحيح (إذا كان الاعتماد على الواردات كاملاً لتغطية الطلب المحلي) ، وبذلك كلما زادت القيمة الناتجة من هذه المعاملة في سوق معين يدلُّ ذلك على اتساع السوق وسهولة دخوله والعكس صحيح ؛ وذلك نتيجة لاعتماده على الواردات بدرجة كبيرة في إشباع الطلب المحلي ومن ناحية أخرى دليل على تدهور التنافسية الداخلية للاقتصاد القومي للدولة. والعكس صحيح ، فانخفاض قيمة المؤشر يشير

إلى وجود شركات محلية داخل السوق المدروس ذات تنافسية كبيرة وقادرة على منافسة الواردات، كما أن انخفاض قيمة المؤشر قد يعد دليلاً على ارتفاع معدل الإنتاجية المحلية للسوق، وانخفاض مستوى الأسعار المحلية، وارتفاع مستوى معيشة الأفراد ومن ثم ارتفاع القدرة التنافسية الداخلية للدولة (يسن، ٢٠٠٨م).

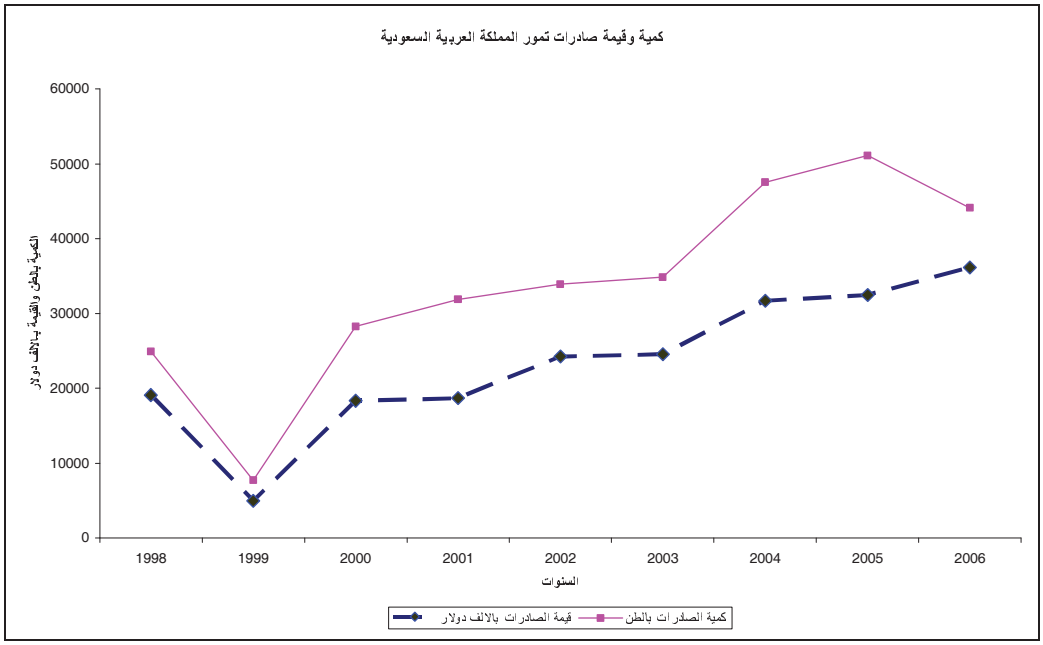
نتائج الدراسة

تقديرات التجارة الخارجية للمملكة العربية السعودية

زادت قيمة الصادرات الكلية للمملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة بدرجة كبيرة؛ نتيجة ارتفاع أسعار البترول حيث بلغت في عام ٢٠٠٥م حوالي ١٨١,٦ مليار دولار بدلاً من ٤٤,٤ مليار دولار عام ١٩٩٠م بنسبة تغير مقدارها ٣٠٩٪. ومن ناحية أخرى فإن قيمة الواردات الكلية للمملكة العربية السعودية ارتفعت من ٢٤,١ مليار دولار عام ١٩٩٠م إلى ٥٩,٥ مليار دولار عام ٢٠٠٥م بمعدل زيادة قدره ١٤٧٪، ولذلك زاد صافي الميزان التجاري من ٢٠,٤ مليار دولار عام ١٩٩٠م إلى حوالي ١٢٢ مليار دولار عام ٢٠٠٥م، أي بمعدل نمو قدرة ٤٩٨٪. وقد ازداد صافي الميزان التجاري بمعدلات مرتفعة خلال الفترة الأخيرة؛ نتيجة ارتفاع أسعار البترول عالمياً. ويلاحظ من الشكل رقم (١) أن هناك تذبذبات كبيرة في صافي الميزان التجاري بصفة خاصة عام ١٩٩٨م، ويعود ذلك لاعتماد المملكة العربية السعودية بصفة أساسية على البترول كمصدر أساسي للصادرات. لذلك فإن التغيرات السعرية للبترول هي المحدد الرئيس للميزان التجاري.

وتبذل المملكة العربية السعودية الكثير من الاستثمارات لتنويع صادراتها، إلا أنها تحتاج للمزيد من الجهد وذلك بإنتاج وتصنيع السلع والخدمات التي يمكن أن يكون لها في إنتاجها ميزة نسبية، وتصدير وإعادة تصدير السلع والخدمات التي يمكن أن يكون لها فيها ميزة تنافسية بهدف اتباع سياسة تنوع الدخل وتخفيف وطأة انخفاض أسعار البترول على المواطن واقتصاد المملكة ولدعم مستقبل الأجيال القادمة.

ويلاحظ من الشكل رقم (١) التزايد المستمر للواردات بصفة خاصة خلال الفترة الأخيرة التي ارتفعت فيها أسعار البترول، وحتى في انخفاض أسعار البترول عام ١٩٩٨م لم تنخفض الواردات فمن السهل تزايد الواردات والاستهلاك ورفع مستوى الرفاهية ولكن من الصعب تخفيض مستوى الاستهلاك والرفاهية. وقد أدى عدم استقرار أسعار النفط إلى خفض موازنات الدول الخليجية الست من ٨٤,٤ مليار دولار عام ١٩٩٨م إلى ٧٧٨,٥ مليار دولار عام ١٩٩٩م، كذلك فقد ارتفع عجز موازنات دول مجلس التعاون من ٢١ مليار دولار عام ١٩٩٧م إلى ٢٢,٤ مليار عام ١٩٩٩م، وقد أدى هذا العجز إلى لجوء تلك الدول لأمر خطير بالنسبة لاقتصادياتها وهو تمويل العجز من ميزانيتها بالسحب من الاحتياطيات الخارجية والاقتراض الداخلي (www.islamonline.net, 2008).



الشكل رقم (١). تطور كمية وقيمة صادرات التمور من المملكة العربية السعودية.

ولذلك تحتاج المملكة لوضع حد لتزايد الواردات وإحلال السلع المحلية محل المستورد وفق قيود الميزة النسبية والتنافسية للسلع والخدمات التي يمكن للمملكة أن يكون لها فيها ميزة نسبية. ومن أهم التجارب المميزة في هذا المجال تجارة السلع الخدمات التي تقوم بها الإمارات ومن أهمها عمليات إعادة التصدير.

تطور الميزان الزراعي للمملكة العربية السعودية

وبدراسة الصادرات والواردات الزراعية والميزان الزراعي للمملكة العربية السعودية يتضح أن هناك استقراراً نسبياً في الصادرات الزراعية، حيث بلغت الصادرات الزراعية حدها الأقصى عام ٢٠٠٣م بحوالي ٧٠٢ مليون دولار أمريكي، بينما بلغت حدها الأدنى في عام ٢٠٠٠م بحوالي ٤٦٢ مليون دولار أمريكي حيث كانت تدور حول المتوسط البالغ ٥٧٨ مليون دولار أمريكي. وبدراسة الواردات الزراعية الكلية اتضح أنها تدور حول المتوسط خلال الفترة من ١٩٩٠-٢٠٠٢م بمقدار ٤٩١٩ مليون دولار أمريكي، ثم ازداد باستمرار حتى وصل إلى أقصى قيمة عام ٢٠٠٥م بمقدار ٧٥٠٧ مليون دولار أمريكي بما يمثل نسبة تغير مقدارها ١٠٠٪. وهذا يوضح العجز الزراعي المتزايد للمملكة العربية السعودية خلال الثلاث سنوات من ٢٠٠٣-٢٠٠٦م وفق بيانات منظمة الأغذية والزراعة الدولية FAO.

ومن الملاحظ أن هذه الطفرة في الواردات الزراعية بعد عام ٢٠٠٢م تتزامن مع ازدياد أسعار البترول وزيادة الصادرات وإيرادات المملكة. ولذلك

هناك أهمية بالغة للسيطرة على الواردات وتقليل العجز في الميزان الزراعي أو على الأقل عدم زيادته. وذلك لما يمر بالعالم الآن من متغيرات اقتصادية عالمية خطيرة ومن أهمها الأزمة المالية العالمية والتذبذب الكبير في أسعار البترول وظهور بديل ذي جدوى اقتصادية للبترول وهو الإيثانول الطبيعي Bio fuel والذي يتميز برخص السعر وأنه صديق للبيئة (CNN, 2007). والمتغير العالمي الأخطر وهو ارتفاع أسعار الغذاء عالمياً لتحول أجزاء كبيرة من الغذاء الإنساني إلى إنتاج الإيثانول كمصدر للطاقة وبديل عن البترول. وفي الواقع لجأت الدول النامية المستوردة للغذاء ومن أهمها الدول العربية وبصفة خاصة المملكة العربية السعودية إلى حلول قصيرة وطويلة الأجل لتأمين الأمن الغذائي الوطني. ويعتبر قطاع التمور من أهم المصادر المتجددة للأمن الغذائي الوطني للمملكة العربية السعودية بصفة خاصة لما تتميز به المملكة من تنوع في أصناف التمور وصلتها الدينية وسمعتها العالمية. هذا بالإضافة إلى الإمكانيات الكبيرة لزيادة الإنتاج ولتصنيع التمور في المجال الغذائي أو الصناعي أو الطبي والتي تتميز بكونها الأفضل من الناحية الغذائية وليس لها ضرر على صحة الإنسان، وعلى ذلك يمكن من خلال الصناعات التحويلية للتمر إحلال العديد من الواردات الغذائية التي لها في الغالب أضرار على صحة الإنسان. هذا بالإضافة إلى إمكانية زيادة وتوسيع صادرات تلك المنتجات مما ينعكس بالإيجاب على الميزان الزراعي والميزان التجاري للمملكة العربية السعودية. لذلك فإن التمور تعتبر مصدر الصادرات الزراعية الواعد في ظل محدودية الموارد الزراعية والمائية والظروف البيئية للمملكة العربية السعودية.

الوضع الإنتاجي لتمور المملكة العربية السعودية

تعتبر ثمار التمر مادة غذائية متكاملة (شحاتة، ١٩٩٦م) حيث تحتوي على معظم المركبات الأساسية من كربوهيدرات وبروتينات وفيتامينات وأملاح معدنية. وتعتبر السكريات أهم مركبات ثمرة التمر إذ تمثل نسبة ٧٠٪ من الوزن الجاف للثمار (إبراهيم، ١٩٩٧م). وتمثل التمور أهم المحاصيل الزراعية بالمملكة ولقد زاد الاهتمام برفع كفاءة إنتاجها وتسويقها من جانب الدولة والوزارات ومراكز الأبحاث في الفترة الأخيرة، مما أدى لزيادة الرقعة المزروعة من التمور خلال الفترة من عام ٢٠٠٢م وحتى عام ٢٠٠٦م باستمرار حيث بلغت أقل قيمة عام ٢٠٠٢م حوالي ١٣٩٩٧٩ هكتار تمثل نحو ١١,٤٪ من المساحة المحصولية البالغة نحو ١٢٢٤٥٠٢هكتار، وبلغت أكبر قيمة عام ٢٠٠٦م حوالي ١٥٢٤٠٢ هكتار تمثل نحو ١٤,٢٪ من المساحة المحصولية البالغة نحو ١٠٧٤١٥٥هكتار (وزارة الزراعة، ٢٠٠٧م). كما ازداد الإنتاج باستمرار خلال نفس الفترة وبلغ أقل قيمة عام ٢٠٠٢م بمقدار ٨٢٩٥٤٠ طناً وبلغ أقصى قيمة له عام ٢٠٠٦ بمقدار ٩٧٧٠٣٦ طناً.

وتحتل المملكة العربية السعودية المركز الثالث على مستوى العالم في إنتاج التمور بعد مصر وإيران. وبدراسة وضع الإنتاج العالمي وما حدث فيه من تغيرات يمكن تفسير التغيرات الإنتاجية والمساحة وعدد الإناث من أشجار النخيل والمستوى التكنولوجي، وهذه المتغيرات يعكسها متغير الإنتاج خلال العشر سنوات الأخيرة ويمكن تقسيم دول العالم إلى مجموعتين وفقاً لبيانات منظمة الأغذية والزراعة (٢٠٠٨م). وتضم المجموعة الأولى الدول التي استطاعت أن تزيد من قدرتها الإنتاجية خلال فترتي الدراسة (١٩٩٧-٢٠٠١م) و (٢٠٠٢-٢٠٠٧م) مثل الإمارات بمقدار ٥١,٦٪ من الإنتاج وبعدها إسرائيل بمقدار ٥٠,٣٪ ثم ليبيا ٤٦,٦٪ ثم الكويت ٤٦٪ ثم السعودية ٢٩٪ يتبعهم الصين والسودان ومصر واليمن والجزائر وتونس والصومال وإيران وقطر بنسبة تغير بين فترتي الدراسة مقدارها على الترتيب ٢٩٪، و٢٨,٧٪، و٢٤٪، و٢١,٨٪، و٢١,٨٪، و١٧,٦٪، و١٦,٢٪، و٦,٧٪، و٢,٣٪، وهذه المجموعة عليها أن تطور النظام التسويقي ليستوعب الزيادات الحالية والمتوقعة في إنتاج التمور وأن تعيد دراسة قطاعها الإنتاجي ليتواءم مع احتياجات الأسواق المحلية والعالمية وبما يتفق واحتياجات المستهلك المحلي والخارجي. أما المجموعة الثانية وهي التي انخفض فيها الإنتاج بنسب مختلفة وإنتاج التمور في هذه المجموعة في خطر يهدد وجوده كثروة قومية في هذه البلاد. ولابد من توجيه الدراسات الاقتصادية لتحديد الأسباب الفنية والاقتصادية والاجتماعية لهذا الانهيار في الإنتاج. وهذه الدول هي على الترتيب من الانخفاض الضعيف إلى الانهيار القوي والشديد لقطاع الإنتاج وأهمها تشاد -٥٪، وعمان -٦,٧٪، وباكستان -١٣٪، والبحرين -١٣,٣٪، والولايات المتحدة -١٦,٣٪، والعراق -٢٢٪، والمغرب -٣٠,٨٪، ويجب على هذه المجموعة إعادة الاهتمام بأشجار النخيل ودراسة الأسباب التي أدت لتدهور الإنتاج وتحديد سبل إعادة إحياء ثروة النخيل وتحديد المشكلات الإنتاجية والتسويقية وإيجاد الحلول المناسبة لها (الفاو FAO، الجدول رقم ١).

الجدول رقم (١). الأهمية النسبية لأهم الدول المنتجة للتمور بالطن على مستوى العالم خلال الفترة من ١٩٩٧-٢٠٠٦م.

السنوات / الدول	الإمارات العربية المتحدة	إسرائيل	ليبيا	الكويت	المملكة العربية السعودية	الصين	السودان	مصر	اليمن	الجزائر	تونس
١٩٩٧م	٢٨٨١٩٠	٩٧٦٠	١٢٨١٠٠	٦٦٦٢	٦٤٩٢٣٩	٤٠٦٢٣	١٨٠٠٠٠	٧٤٠٨٣٨	٢٦٢٠٥	٣٠٢٩٩٣	٩٥٠٠٠
١٩٩٨م	٢٩٠٤٤٨	٨٢٠٠	١٢٠٠٠٠	٦٤٨٤	٦٤٨٠٠٠	٩١٦٢٧	٢٠٠٠٠٠	٨٣٩٨٠٥	٢٦٨٩٤	٣٨٧٣١٣	١٠٣٠٠٠
١٩٩٩م	٥٣٥٩٦٤	١٠٩٠٠	١١٤١٥٠	٧٨٩٤	٧١٢٠٠٠	١١٨٢٢٦	٢٤٠٠٠٠	٩٠٥٩٥٣	٢٨٥١٧	٤٢٧٥٨٣	١٠٣٠٠٠
٢٠٠٠م	٧٥٧٦٠١	١١٧٣٢	١٢٠٠٠٠	١٠١٥٥	٧٣٤٨٤٤	١٢٨٢٢٩	٣٣٢٣٢٠	١٠٠٦٧١٠	٢٩٨٣٧	٣٦٥٦١٦	١٠٥٠٠٠
٢٠٠١م	٧٥٧٦٠١	١١٧٠٠	١٤٠٠٠٠	١٠٣٧٦	٨١٧٨٨٧	١٢٠٢١٠	٣٣٠٠٠٠	١١١٣٢٧٠	٣١٥٩٠	٤٣٧٣٣٢	١١٢٦٢٠
٢٠٠٢م	٧٥٧٦٠١	١٦٨٣٠	٢٠٠٠٠٠	١٢٥٧٧	٨٢٩٥٤٠	١٣٣٢١٠	٣٣٠٠٠٠	١٠٩٠٠٠٤	٣٢٣٦٤	٤١٨٤٢٧	١٢٠٨١٠
٢٠٠٣م	٧٥٧٦٠١	١٣٤٣٠	٢٠٠٠٠٠	١٥٨١١	٨٨٤٠٨٨	١٢٣٢١١	٣٢٨٠٠٠	١١٢١٨٩٠	٣٣٣١٢	٤٧٢٣٠٤	١١٦٩٧٠
٢٠٠٤م	٨١٤٧٧٣	١٤٤٧٥	١٥٠٠٠٠	١٦٠٠٠	٩٤١٢٩٣	١٢٨٢٣١	٣٣٦٠٠٠	١١٦٦١٨٢	٢٨٥٧٦	٤٤٢٦٠٠	١٢٢٠٠٠
٢٠٠٥م	٨٥٩١٥٩	١٥٩٧٥	١٨٠٧٢٧	١٦٣٧٢	٩٧٠٤٨٨	١٣٣٨٤٧	٣٢٨٢٠٠	١١٧٠٠٠٠	٢٩٩٩٠	٥١٦٢٩٣	١٢٥٠٠٠
٢٠٠٦م		١٧٨٦٩	١٨٠٧٢٧	١٦٣٧٢	٩٧٠٤٨٨	١٢٥٠٠٠	٣٢٨٢٠٠	١١٧٠٠٠٠	٥٠٠٩٠	٤٩١١٨٨	١٢٥٠٠٠
المتوسط العام	٦٤٦٥٤٨,٧	١٣٠٨٧	١٥٣٣٧٠,٤	١١٨٧٠,٣	٨١٥٧٨٦,٧	١١٤٢٤١,٤	٢٩٣٢٧٢	١٠٣٢٤٦٥	٣١٧٣٧,٥	٤٢٦١٦٥	١١٢٨٤٠
متوسط الفترة من ١٩٩٧-٢٠٠١م	٥٢٥٩٦٠,٨	٢٠٤٥٨	١٢٤٤٥٠	٨٣١٤,٢	٧١٢٣٩٤	٩٩٧٨٣	٢٥٦٤٦٤	٩٢١٣١٥	٢٨٦٠٨,٦	٣٨٤١٦٧	١٠٣٧٢٤
متوسط الفترة من ٢٠٠٢-٢٠٠٦م	٧٩٧٢٨٣,٥	١٥٧١٦	١٨٢٢٩٠,٨	١٥٤٢٦,٤	٩١٩١٧٩,٤	١٢٨٧٠٠	٣٣٠٠٨٠	١١٤٣٦١٥	٣٤٨٦٦,٤	٤٦٨١٦٢	١٢١٩٥٦
نسبة التغير بين الفترتين	٥١,٦	٥٠,٣	٤٦,٥	٤٦	٢٩,٠٣	٢٩	٢٨,٧٠٤	٢٤	٢١,٨٧	٢١,٨٦	١٧,٥٧٧
الأهمية النسبية لإنتاج الدول خلال الفترة ١٩٩٧-٢٠٠٢م	٩,١٥٩	٠,١٨٢	٢,١٦٧	٠,١٤٥	١٢,٤٠٥	١,٧٣٨	٤,٤٦٦	١٦,٠٤٣	٠,٤٩٨	٦,٦٨٩	١,٨٠٦
الأهمية النسبية لإنتاج الدول خلال الفترة ٢٠٠٢-٢٠٠٦م	١١,٧٧٥	٠,٢٣٢	٢,٦٩٢	٠,٢٢٨	١٣,٥٧٥	١,٩٠١	٤,٨٧٥	١٦,٨٩	٠,٥١٥	٦,٩١٤	١,٨٠١
المركز الإنتاجي للدول خلال الفترة ٢٠٠٢-٢٠٠٦م	٤	١٨	١٠	١٩	٣	١١	٨	١	١٤	٧	١٢

تابع الجدول رقم (١).

السنوات / الدول	الصومال	إيران	قطر	تشاد	عمان	باكستان	البحرين	الولايات المتحدة	العراق	المغرب	متوسط إنتاج العالم
١٩٩٧م	٩٥٠٠	٨٧٦٥٣١	٢٢٩١٥	١٨٠٠٠	١٨٥٠٠٠	٥٣٧٤٨٧	١٦٥٠٨	٢٢٥٩٠	٦٢٥٠٠٠	١١٠٤٧٠	٤٩٦٥٧٦٧
١٩٩٨م	٩٤٠٠	٩١٨١٣١	١٦٤٠٩	١٨٠٠٠	٢٣٦٠٠٠	٧٢١٦٤٣	١٦٦٠٠	٢٢٥١٠	٦٣٠٠٠٠	٨٥٠٠٠	٥٤٤٧١٨١
١٩٩٩م	٩٥٠٠	٩٠٨٣٤٠	١٦٣٨٩	١٨٠٠٠	٢٨٢٠٠٠	٥٧٩٨٨٠	١٦٧٧٤	٢٠١٤٠	٤٣٨٠٠٠	٧٢٥٦١	٥٦٢٤٢٧٢
٢٠٠٠م	١٠٠٠٠	٨٦٩٥٧٣	١٦١١٦	١٨٠٠٠	٢٨٠٠٣٠	٦١٢٤٨٢	١٦٥٠٨	١٥٧٨٥	٦٠٠٠٠٠	٧٤٠٠٠	٦١٧٢٩٤٩
٢٠٠١م	١١٠٠٠	٨٧٤٩٨٦	١٣١٠٩	١٨٠٠٠	٢٩٨٠٠٦	٦٣٠٢٨١	١٦٥٠٨	١٧٨٧٢	٦٥٠٠٠٠	٣٢٤٠٠	٦٥٠٣١٠٠
٢٠٠٢م	١١٠٠٠	٨٧٩٠٠٠	١٤٨٤٥	١٨٠٠٠	٢٣٨٦١١	٦٢٥٠٠٠	١٤٥٠٠	٢١٩٥٤	٨٦٦٠٠٠	٣٣٢٠٠	٦٧٢٣٥١٠
٢٠٠٣م	١٢٠٠٠	٨٨٥٠٠٠	١٦٥٧٩	١٨٠٠٠	٢١٩٧٧٠	٤٢٦٨٢٢	١٤٠٠٠	١٦٢٣٩	٨٦٨٠٠٠	٥٤١١٠	٦٦٥٣٢٥٣
٢٠٠٤م	١١٤٦٠	٩٨٩٦٢٦	١٨٢٢٢	١٦٢٦٨	٢٣١٠٠٠	٦٢٢٤٠٤	١٤٠٠٠	١٥٦٠٤	٨٧٥٠٠٠	٦٩٤٠٠	٧٠٩٢٩٤٩
٢٠٠٥م	١١٤٤٩	٩٩٦٧٧٠	١٩٨٤٤	١٥٣٣٧	٢٤٧٣٣١	٤٩٦٥٧٦	١٥٠٠٠	١٤٥١٥	٤٠٤٠٠٠	٤٧٥٠٠	٦٦٨١٧٨١
٢٠٠٦م		٩٩٦٧٧٠		١٨٠٠٠	٢٥٨٧٣٨	٥٠٦٦٢٣		١٤٥١٥		٥٥٠٠٠	٦٧٠٤٢٠٣
المتوسط العام	١٠٥٨٩,٩	٩١٩٤٧٢,٧	١٧١٥٨,٧	١٧٥٦٠,٥	٢٤٧٦٤٨,٦	٥٧٥٩١٩,٨	١٥٥٩٩,٨	١٨١٧٢,٤	٦٦١٧٧٨	٦٣٣٦٤,١	٦٢٥٦٨٩٧
متوسط الفترة من ١٩٩٧-٢٠٠١م	٩٨٨٠	٨٨٩٥١٢,٢	١٦٩٨٧,٦	١٨٠٠٠	٢٥٦٢٧,٢	٦١٦٣٥٥	١٦٥٧٩,٦	١٩٧٧٩,٤	٧٥٣٢٥٠	٧٤٨٨٦	٥٧٤٢٦٥٤
متوسط الفترة من ٢٠٠٢-٢٠٠٦م	١١٤٧٧	٩٤٩٤٣٣,٢	١٧٣٧٢,٥	١٧١٢١	٢٣٩٠٩٠	٥٣٥٤٨٥	١٤٣٧٥	١٦٥٦٥,٤	٥٨٨٦٠٠	٥١٨٤٢	٦٧٧١١٣٩
نسبة التغير بين الفترتين	١٦,١٧	٦,٧	٢,٣	٥-	٦,٦٨-	١٣,١٢-	١٣,٣-	١٦,٢٥-	٢٢-	٣٠,٧٧-	١٧,٩
الأهمية النسبية لإنتاج الدول خلال الفترة ١٩٩٧-٢٠٠٢م	٠,١٧٢	١٥,٤٩	٠,٢٩٦	٠,٣١٣	٤,٤٦١	١٠,٧٣	٠,٢٨٩	٠,٣٤٤	١٣,١٢	١,٣٠٤	١٠٠
الأهمية النسبية لإنتاج الدول خلال الفترة ٢٠٠٢-٢٠٠٦م	٠,١٦٩٥	١٤,٠٢	٠,٢٥٧	٠,٢٥٣	٣,٥٣	٧,٩١	٠,٢١٢	٠,٢٤٥	٨,٦٩٢	٠,٧٦٦	١٠٠
المركز الإنتاجي للدول خلال الفترة ٢٠٠٢-٢٠٠٦م	٢١	٢	١٥	١٦	٩	٦	٢٠	١٧	٥	١٣	

المصدر: بيانات منظمة الأغذية والزراعة FAOSTAT خلال الفترة من ١٩٩٧-٢٠٠٦م.

ويلاحظ أن الوضع الإنتاجي للمملكة العربية السعودية مستقر عند المركز الإنتاجي الثالث عالمياً خلال فترتي الدراسة (١٩٩٧-٢٠٠١م) و (٢٠٠٢-٢٠٠٧م) حيث تحافظ السعودية على المركز الثالث على مستوي العالم في إنتاج التمور بعد مصر وإيران، إلا أن نصيبها في الإنتاج العالمي ازداد من ١٢,٤٪ كمتوسط خلال الفترة ١٩٩٧-٢٠٠١م إلى ١٣,٦٪ كمتوسط خلال الفترة ٢٠٠٢-٢٠٠٦م، وقد حققت زيادة في إنتاجها خلال فترتي الدراسة بنسبة ٢٩٪، بينما حققت إيران وهي تحتل المركز الثاني بعد مصر زيادة متواضعة في الإنتاج من التمور بنسبة ٦,٧٪ مما أدى لتراجع نصيبها من الإنتاج العالمي من ١٥,٥٪ إلى ١٤٪ خلال فترتي الدراسة، أما مصر فإنها حققت نسبة زيادة قدرها ٢٤٪ في الإنتاج وازداد نصيبها من الإنتاج العالمي من ١٦٪ خلال الفترة الأولى ليصبح في الفترة الثانية ١٦,٩٪ من الإنتاج العالمي، علماً أن معظم إنتاجها مخصص للاستهلاك المحلي ولتحقيق الأمن الغذائي القومي. وعلى ذلك يمكن أن تكون المملكة العربية السعودية الدولة الأولى في إنتاج التمور وتصديرها على مستوى العالم دون منازع، ولتحقيق ذلك يجب أن تتبنى المملكة العربية السعودية خطة طويلة المدى تُبنى على أساس إحداث طفرة في الإنتاج والتسويق كما أحدثتها الإمارات بنسبة زيادة قدرها ٥١,٦٪ في الإنتاج. إن ما يمكن أن تحققه من طفرات في الإنتاج أو التسويق في صورة طازجة أو مصنعة أكبر بإذن الله حيث يلاحظ أن ما حققته المملكة العربية السعودية من نسبة زيادة خلال فترتي الدراسة في الإنتاج مقدارها ٢٩٪ ما زالت متواضعة إذا ما قورنت بما حققته الإمارات العربية المتحدة من نسبة زيادة خلال فترتي الدراسة بنسبة ٥١,٦٪ من إنتاجها، وهذا بالإضافة لنجاحها في استيراد التمور وإعادة تصديرها أو ما حققته إسرائيل من زيادة في الإنتاج بحوالي ٥٠,٣٪ كما يتضح من الجدول رقم (١). وعلى الرغم من انخفاض الإنتاج من مزارع الأوقاف إلا أن الحكومة قامت بالتوسع في مزارع النخيل أفقياً ورأسياً مما أدى لزيادة الإنتاج.

الوضع التسويقي والتصنيعي للتمور في المملكة العربية السعودية

وعلى الرغم مما حققته المملكة العربية السعودية من نجاح ملموس في مجال زيادة الإنتاج، إلا أن القطاع التسويقي للتمور لم يستطع أن يواكب نجاح القطاع الإنتاجي مما أدى لتدهور أسعار التمور وبصفة خاصة بعض أصناف التمور، ومع انخفاض الإيرادات وازدياد التكاليف الإنتاجية أدى هذا إلى انخفاض الجدوى الاقتصادية لمزارع النخيل لتلك الأصناف. ولقد تدهورت أسعار صنف خلاص ورزيز وخضري من ٦٨٠٠ و ١٢٠٠ و ٣٥٠٠ ريالاً للطن عام ١٩٩٤م إلى ٢٧٠٠ و ٧٩٠ و ٢٣٠٠ ريالاً للطن عام ٢٠٠٣م (وزارة الزراعة السعودية، ٢٠٠٧م). وهذا يهدد ليس

فقط قطاعاً كبيراً من المنتجين الزراعيين للتمور بل أيضاً قطاع التصنيع للتمور، فانخفاض السعر المز رعي يشجع العديد من المنتجين لتعبئة التمور يدوياً أو تحت تفريغ الهواء وهو النشاط الرئيس لمصانع التمور مما يؤدي لانخفاض الجدوى الاقتصادية لتلك المصانع (العيد، ٢٠٠٨م)، وذلك يعتبر من أهم الأسباب المؤدية لتشكيك المستثمرين في الجدوى من مصانع تعبئة التمور. وفي الحقيقة توجد ردة فعل عكسية أوصلت العديد من المعنيين إلى قناعة مفادها أن المنتجات القائمة على التمور ليست ذات جدوى اقتصادية. وقد يعود ذلك لدخول العديد من المصانع الصغيرة على مستوى أهلي للعمل والمنافسة بتكاليف أقل وبأسعار متقاربة مع المصانع الكبيرة مما يزيد العرض ويقلل الجودة وبذلك انخفاض الأسعار وإرباح الشركات والمصانع القائمة في ٨٠٪ من نشاطها على تعبئة التمور. كما أوضحت العديد من الدراسات السابقة (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، ١٩٩٩م) أنه على الرغم من الزيادة الكبيرة في إنتاج التمور منذ الثمانينات وحتى وقتنا الحاضر إلا أن تلك الزيادة في الإنتاج لم يصاحبها زيادة مماثلة في التصنيع بالإضافة إلى عدم استقرار الكميات المصنعة من التمور، ووجود طاقات عاطلة بمصانع التمور بل وتوقف بعض المصانع عن الإنتاج، وحصر صناعة التمور في عملية التجهيز والتعبئة فقط، ووجود العديد من المشكلات التي تواجه التسويق الداخلي والخارجي للتمور، وكذلك عدم تناسب صادرات المملكة من التمور مع حجم الإنتاج وتركزها في الدول العربية على الرغم من أن هناك فرصاً للدخول إلى أسواق خارجية جديدة لم يتم التصدير إليها.

تحليل التباين للأسعار المزرعية لأهم أصناف التمور في المملكة العربية السعودية

تتميز المملكة العربية السعودية بميزة تعدد الأصناف وتفاوت الجودة والصفات لكل صنف عن الآخر. وقد تم تحليل التباين بين أسعار أهم أصناف التمور في المملكة العربية السعودية وهي خلاص، ورزيز، وسكري، وخضري، وصقعي، ونبوت سيف، والعجوة. ومن خلال جدول تحليل التباين (الجدول رقم ٢) يتضح معنوية الفرق بين أسعار مختلف هذه الأصناف حيث إن قيمة F المحسوبة حوالي ٣٧,٣. وباستخدام اختبار LSD يمكن تصنيف أنواع التمور من الناحية التسويقية إلى ثلاث مجموعات على أساس متوسط الأسعار للصنف ووفقاً للجودة. المجموعة الأولى وهي فائقة الجودة وذات الارتباط الديني للمسلمين بما دعمه الرسول عليه أفضل الصلاة والسلام لها من أحاديث شريفة تحث المسلمين في إرجاء الأرض على استهلاك تمور المملكة وبصفة خاصة تمور المدينة (صنف عجوة) حيث إن متوسط سعر الطن وصل عام ٢٠٠٣م حوالي ٥١٨٠٠ ريالٍ للطن، والمجموعة الثانية تضم الأصناف صقعي وسكري حيث يزداد الطلب على صنف دون غيره لمناسبته للعمليات

التصنيعية والتجهيز والتعبئة والحشو بالمكسرات من حيث تجانس الثمار وكبر حجمها ولاعتدالها في نسبة السكريات وهو ما يهم مرضى السكر حيث تشير البيانات إلى أن سعره ازداد من ١٢٥٠ ريالاً للطن عام ١٩٩٤م إلى ١٣٣٠٠ ريالٍ للطن عام ٢٠٠٣م، ويصل متوسط سعره خلال الفترة من ١٩٩٤-٢٠٠٣م إلى ٧٤٨٠ ريالاً للطن، بالإضافة إلى الأصناف ذات السمعة الممتازة مثل سكري والذي يصل سعره إلى ٨٠٥٠ ريالاً للطن عام ٢٠٠٣م وبمتوسط قدره ٧٠٦٥ ريالاً للطن خلال فترة الدراسة. وفي الواقع فإن صادرات المجموعة الأولى والثانية من التمور للمملكة العربية السعودية بصفة خاصة دون تمور العالم تستطيع الوصول إلى إضعاف ما هي عليه الآن لتنوع صفاتها وسمعتها السوقية والدينية. والمجموعة الثالثة وتضم خلاص ورزيز وخضري ونبوت سيف وهي الأصناف الجيدة فنجد أن خلاص وصل متوسط سعره عام ٢٠٠٣م إلى ٤٤٤٠ ريالاً للطن كذلك الأصناف الأخرى والأقل سعراً مثل خضري ونبوت سيف ورزيز والتي وصل متوسط سعر الطن خلال فترة الدراسة ٣١٥٠ و ٢٦٦٠ و ٩٦٩ ريالاً للطن على الترتيب. ويعتبر أهم أصناف التمور المصنعة في السعودية خلاص (١٦٪)، ورزيز (٢١٪)، وخضري (١٥٪)، وسكري (١٠٪)، وأخرى (٣٨٪).

ويمكن إضافة المجموعة الرابعة وهي التمور الأقل جودة والتي توجه بنسبة كبيرة إلى أن تكون علفاً للحيوان بصفة خاصة في مرحلة التمر مثل الغر، والخنيزي، وصيلي أم رحيم، والشهل، والزاملي (يفضل استهلاك هذه الأصناف للمواطن السعودي كرطب وليس كتمر).

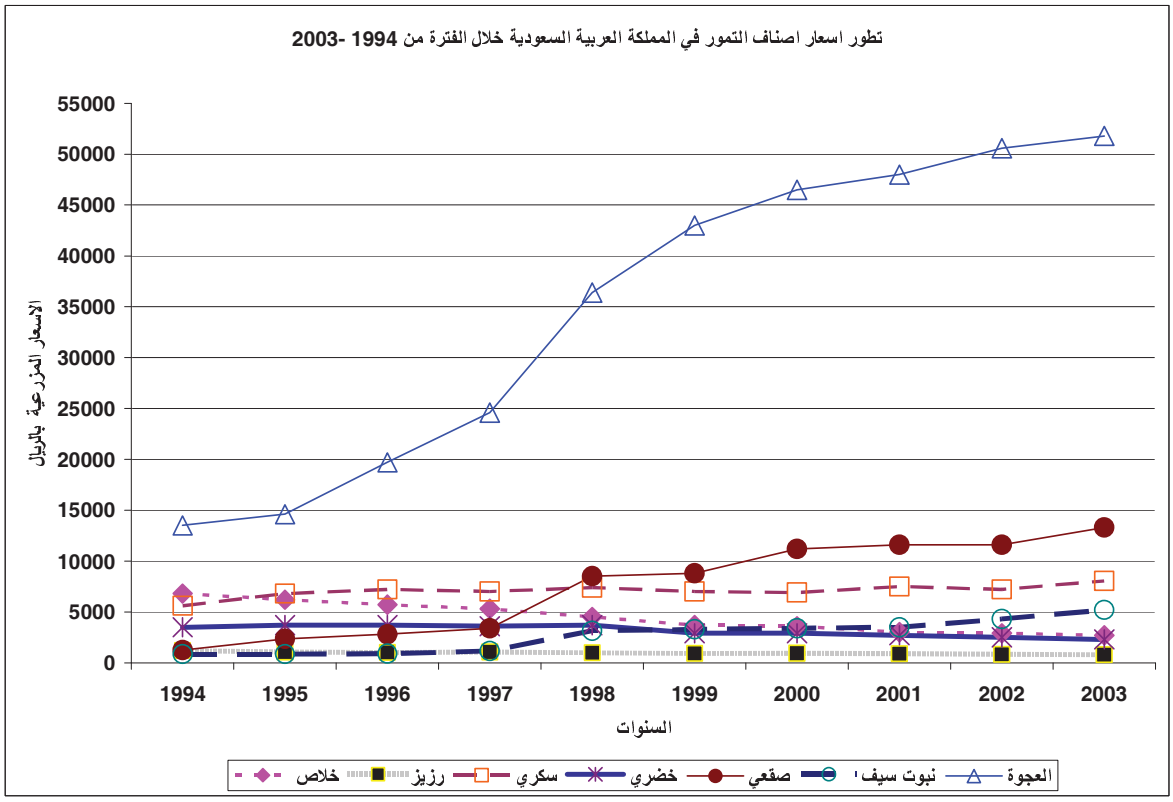
ويوضح الشكل رقم (٢) تطور الأسعار المزرعية لأهم أصناف التمور السعودية خلال الفترة ١٩٩٤-٢٠٠٣م حيث يتضح أن أعلى الأسعار هو صنف عجوة بفارق كبير ثم صنف صقعي وسكري ثم يلي ذلك خلاص ورزيز ونبوت سيف وخضري.

الجدول رقم (٢). تحليل التباين للأسعار المزرعية لأهم أصناف التمور في المملكة العربية السعودية خلال الفترة من ١٩٩٤-٢٠٠٣م.

مصدر الاختلاف	مجموع مربعات الانحرافات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	F المحسوبة
بين الأصناف	٨٣٤٢٨٩٧٣٢٤	٦	١٣٩٠٤٨٢٨٨٧	٣٧.٣
داخل الأصناف	٢٣٥٠٥١٢٢٧٣	٦٣	٣٧٣٠٩٧١٨.٦	
المجموع	١٠٦٩٣٤٠٩٥٩٦	٦٩		

- ثبتت معنوية اختبار LSD عند مستوى معنوي ٠.٠٥.

المصدر: بيانات الجدول رقم (٢) بالملحق.



الشكل رقم (٢). تطور الأسعار المزرعية لأهم أصناف التمور السعودية خلال الفترة ١٩٩٤–٢٠٠٣م.

وعلى ذلك فإن هناك اختلافاً معنوياً إحصائياً بين متوسطات الأسعار المزرعية لمختلف أصناف التمور. ويفسر السعر السوقي التوازن بين العرض والطلب بما يشمله ذلك من تأثير العوامل الاقتصادية ومن أهمها مستويات الدخل وعوامل اجتماعية ومن أهمها الأذواق، وعلى ذلك فإن الأسعار المتوسطة للأصناف يمكن أن يُبنى عليها الخطط المستقبلية في أي توسعات في زراعة النخيل في المستقبل، بحيث يتم التوسع في زراعة الأصناف المرتفعة السعر التي يزداد الطلب عليها محلياً ودولياً وفق ما توضحه متوسطات الأسعار لكل صنف ووفق الأهمية النسبية لكل مجموعة من المجموعات السابقة. وأي سياسة للتوسع في زراعة النخيل على مستوى المملكة في المستقبل يجب أن تُراعى الأهمية النسبية للمجموعات الأربع من أصناف التمور السابقة حتى لا يزيد العرض من الأصناف التي يقل سعرها وينخفض الطلب عليها.

تطور المتغيرات الخاصة بكمية وقيمة وصادرات المملكة العربية السعودية من التمور إلى مختلف دول العالم

يبين الجدول رقم (٣) الاتجاه العام لكمية صادرات تمور المملكة العربية السعودية وقيمتها وأسعارها

خلال الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٦م. يتضح أن كمية صادرات التمور أخذت اتجاهاً متزايداً بمعدل تزايد بلغ حوالي ٤١٣٩ طناً سنوياً، وإن ٧٤٪ من التغيرات في كمية صادرات التمور السعودية تعود إلى مجموعة العوامل التي يعكسها الزمن، وقد ثبتت معنوية المعالم المقدرة ومعنوية النموذج ككل عند المستوى الاحتمالي ١٪.

كما اتضح من نتائج التحليل الإحصائي لمعادلات الاتجاه العام لقيمة صادرات تمور المملكة العربية السعودية خلال الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٦م أنها أخذت اتجاهاً متزايداً بمعدل تزايد بلغ حوالي ٣٠٥٩ ألف دولار سنوياً، وإن ٧٤٪ من التغيرات في قيمة صادرات التمور السعودية تعود إلى مجموعة العوامل التي يعكسها الزمن. وقد ثبتت معنوية المعالم المقدرة والنموذج ككل عند المستوى الاحتمالي ١٪.

كما أوضحت نتائج التحليل الإحصائي لمعادلات الاتجاه العام لأسعار صادرات تمور المملكة العربية السعودية خلال الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٦م أن الأسعار اتخذت اتجاهاً عاماً متزايداً ولم تثبت معنوية الزيادة في الأسعار.

الأسعار التصديرية لتمور المملكة العربية السعودية

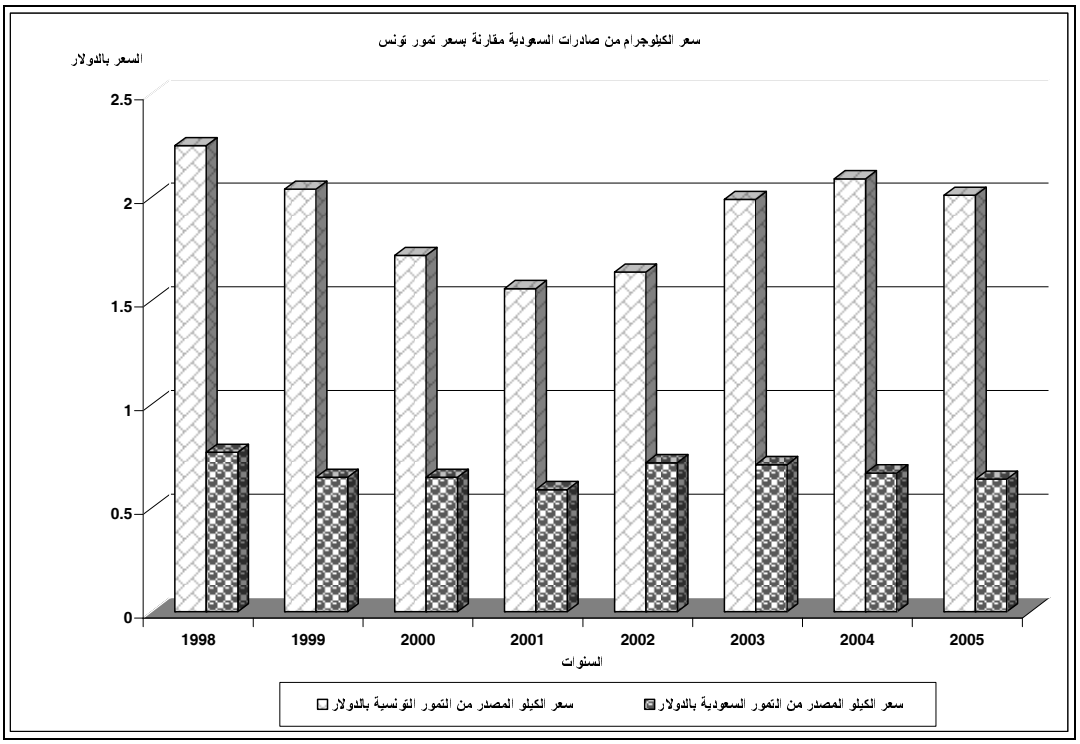
وبدراسة الأسعار التصديرية للتمور للمملكة العربية السعودية اتضح أن أسعارها باستمرار أقل من الأسعار التونسية حيث يمثل سعر الكيلو من التمور السعودية نسبة ٣٥٪ من سعر التمور التونسية كمتوسط خلال الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٥م (باعتبار أن تونس تحقق أعلى الأسعار التصديرية للتمور العربية) (الشكل رقم ٣، والجدول رقم ٤).

ولذلك يعتبر هناك انخفاضاً ضخماً في أسعار التمور للمملكة العربية السعودية في السوق العالمي والذي يوثر بصفة أساسية بالسلب على القطاع الإنتاجي للتمور، ولذلك يجب توجيه المزيد من الجهد نحو رفع الكفاءة التسويقية مع مراعاة التنسيق والتكامل بين النظام الإنتاجي والتسويقي للتمور وفق ما يتطلبه المستهلك المحلي والأجنبي.

الجدول رقم (٣). معادلات الاتجاه الزمني العام لكمية صادرات تمور المملكة العربية السعودية وقيمتها وأسعارها خلال الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٦م.

الرقم	نوع المتغير	المعادلة	R^2	F	Durbin-Watson
١	Y1 =كمية صادرات التمور	Y1= -8251833+ 4139 X (-4.5) (4.5)	0.74	20	٢.٦٠
٢	Y2 = قيمة صادرات التمور	Y2= -6101281+ 3059 X (-4.9) (4.9)	0.78	24.3	٢.٧٥
٣	Y3 = سعر الطن من صادرات التمور	Y3= -11140.4+ 5.9 X (-0.57) (0.61)	0.05	0.37	١.٨٢

المصدر: بيانات منظمة الأغذية والزراعة (FAOSTAT, 2008).



الشكل رقم (٣). سعر صادرات تمور المملكة العربية السعودية مقارنة بسعر تمور تونس خلال الفترة من ١٩٩٨–٢٠٠٥م.

الجدول رقم (٤). أسعار تصدير الكيلوجرام من التمور السعودية والتونسية بالدولار خلال الفترة ١٩٩٨–٢٠٠٥م.

السنة	سعر الكيلو المصدر من التمور السعودية	سعر الكيلو المصدر من التمور التونسية
١٩٩٨م	٠.٧٧	٢.٢٥
١٩٩٩م	٠.٦٥	٢.٠٤
٢٠٠٠م	٠.٦٥	١.٧٢
٢٠٠١م	٠.٥٩	١.٥٦
٢٠٠٢م	٠.٧٢	١.٦٤
٢٠٠٣م	٠.٧١	١.٩٩
٢٠٠٤م	٠.٦٧	٢.٠٩
٢٠٠٥م	٠.٦٤	٢.٠١
المتوسط	٠.٦٧	١.٩

المصدر: بيانات الأمم المتحدة (Comtrade Data Base, 2008).

ومع تزايد الإنتاج من التمور في منطقة الخليج وبصفة خاصة في المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة لأصناف دون غيرها إلى الحد الذي لا يستطيع السوق السعودي أو الخليجي تحملها وفي ظل عدم القدرة على تصديرها خارجياً وعدم توفر الصناعات التي يمكن أن تستوعب هذه الزيادات أدى ذلك لانتقال المشاكل الإنتاجية والتسويقية من دولة لأخرى بصفة خاصة بين المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة مما أدى لانخفاض أسعار أصناف دون غيرها.

المؤشرات التنافسية لتمور المملكة العربية السعودية

تتناول هذه الفقرة تطبيق المؤشرات السابق الإشارة إليها على التمور.

أولاً: الميزة النسبية الظاهرة

١- الميزة النسبية الظاهرة لتمور المملكة العربية السعودية

يتبين من الجدول رقم (٥) ارتفاع قيمة الميزة النسبية الظاهرة لتمور المملكة العربية السعودية عن الواحد الصحيح في جميع فترات البحث مما يؤكد توفر الميزة النسبية الظاهرة لها خلال الفترة ١٩٩٨-٢٠٠٥م).

كما يتضح أنه حدث ارتفاع في قيمة الميزة النسبية الظاهرة للتمور السعودية من حوالي٣٩,٤ خلال الفترة ١٩٩٨-١٩٩٩م إلى حوالي ٦١,٢ خلال الفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م، واستمرت قيمة المؤشر بالتزايد خلال الفترة الأخيرة ٢٠٠٣-٢٠٠٥م حيث ارتفع إلى حوالي ٦٦,٩ مقارنة بالفترات السابقة.

٢- مقارنة الميزة النسبية الظاهرة لتمور المملكة العربية السعودية مع بعض الدول المنافسة لها

عند مقارنة قيمة مؤشر الميزة الظاهرة للتمور السعودية مع أهم الدول المنافسة لها خلال الفترة ١٩٩٨-٢٠٠٥م تبين من خلال الجدول رقم (٦) أن المملكة العربية السعودية تتفوق على بعض الدول المنافسة لها مثل باكستان والإمارات وإيران وإسرائيل حيث قدر مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لها على الترتيب بحوالي ٣٨,٣ و ٢١,٩ و ٤٧,٥ و٢٩,٥. وذلك كمتوسط للفترة ١٩٩٠-٢٠٠٣م، وهو أقل من الميزة النسبية للتمور السعودية والتي بلغت ٥٥,٨ كمتوسط خلال نفس الفترة. وذلك يشير إلى ارتفاع مؤشر الميزة التنافسية الظاهرة للتمور السعودية عن الدول المنافسة لها في أسواقها الخارجية. كما يتبين من الجدول المشار إليه ارتفاع قيمة الميزة النسبية الظاهرة للتمور السعودية خلال الست سنوات الأخيرة عن باقي الدول المنافسة لها حيث بلغت قيمة الميزة النسبية الظاهرة حوالي ٦١,٢ خلال الفترة من ٢٠٠٠-٢٠٠٢م وإلى ٦٦,٩ خلال الفترة خلال الفترة ٢٠٠٣-٢٠٠٥م.

الجدول رقم (٥). مؤشر الميزة النسبية الظاهرية لتمور المملكة العربية السعودية خلال الفترة ١٩٩٨-٢٠٠٥م.

الفترة	قيمة صادرات التمور للمملكة العربية السعودية	قيمة صادرات التمور العالمية	قيمة الصادرات الزراعية للمملكة العربية السعودية	قيمة الصادرات الزراعية العالمية	الميزة النسبية الظاهرة
١٩٩٨-١٩٩٩م	٢٤٠٣٣	٤٠٠٩٧٥.٩	١٠٣٩٢٤٩.٣	٦٨٣٤٢٥٠٦٣	٣٩.٤
٢٠٠٠-٢٠٠٢م	٦١٢٦١	٦٨٢٣٩٧.٨	١٥٨٩٢٢٥.٣	١٠٨٢٠٠٠٠٠٠	٦١.٢
٢٠٠٣-٢٠٠٥م	٨٨٧٨١	١٠٢٤٤٤٧.١	١٩٩١٩٣٠.٦	١٥٣٨٠٠٠٠٠٠	٦٦.٩

المصدر: شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات FAOSTAT، ٢٠٠٨م.

الجدول رقم (٦). متوسط الميزة النسبية الظاهرة للتمور لبعض الدول المنافسة للمملكة العربية السعودية خلال الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٥م.

الدولة	متوسط الفترة ١٩٩٨-١٩٩٩م	متوسط الفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م	متوسط الفترة ٢٠٠٣-٢٠٠٥م	المتوسط العام
المملكة العربية السعودية	٣٩.٤	٦١.٢	٦٦.٩	٥٥.٨
باكستان	٤٢.١	٤٣.٧	٢٩.٢	٣٨.٣
الإمارات العربية المتحدة	١١	٣٤	٢٠.٨	٢١.٩
إيران	٤١.٦	٤٩	٥٢	٤٧.٥
إسرائيل	١٧	١٨.٥	٥٣.١	٢٩.٥

المصدر: شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات FAOSTAT، ٢٠٠٨م.

ثانياً: مؤشر المركز التنافسي السعري لتمور المملكة العربية السعودية

بدراسة أسعار تصدير الطن من التمور لأهم الدول المصدرة في منطقة الشرق الأوسط والذي يعكس قدرة النظام التسويقي وكفاءته بهذه الدول بالنسبة لتصدير التمور وقدرتها على تحقيق السعر الأعلى والكفاءة التسويقية، وذلك بافتراض عدم معنوية التغيرات في تكاليف الإنتاج والتسويق بين مختلف هذه الدول لإنتاج التمور وتسويقها، حيث يتضح أن أعلى الأسعار كانت للتمور الإسرائيلية بمتوسط قدره ٤١٩٦ دولاراً للطن يليها التمور التونسية بمتوسط قدره ١٩١٣ دولاراً للطن ثم الجزائر بحوالي ١٥٧٣ دولاراً ثم تأتي المملكة العربية السعودية وباكستان وإيران والإمارات والعراق بحوالي ٦٧٠ و ٣٧٩ و ٣٠٣ و ٢١٢ و ٢١١ دولاراً للطن على الترتيب خلال الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٥م. وبدراسة تحليل التباين لاختلاف الأسعار التصديرية للتمور بين أهم الدول المصدرة كانت نتائج التحليل معنوية إحصائياً حيث كانت قيمة F المحسوبة ٣٥٠,٩ (الجدول رقم ٧).

الجدول رقم (٧). تحليل التباين لأسعار تصدير التمور لأهم الدول المصدرة خلال الفترة ١٩٩٨–٢٠٠٥م.

مصدر الاختلاف	مجموع مربعات الانحرافات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	Fالمحسوبة
بين الدول	١١٩٩٨٥٧٠٣	٧	١٧١٤٠٨١٥	٣٥٠.٩
داخل الدول	٣١٢٦٥٥٥.١١	٦٤	٤٨٨٥٢.٤٢	
المجموع	١٢٣١١٢٢٥٨	٧١		

– ثبتت معنوية اختبار LSD عند مستوى معنوي ٠.٠٠٥.

المصدر: حسبت من بيانات الجدول رقم (٣) بالملحق.

وبدراسة اختبار LSD اتضح أنه يمكن تقسيم الدول وفق أسعار تصديرها للتمور إلى ثلاثة أقسام:

- القسم الأول إسرائيل وتتميز بارتفاع أسعار تصديرها بمتوسط قدرة ٤١٩٦ دولاراً للطن.
- القسم الثاني أسعار متوسطة وتشمل تونس والجزائر بمتوسط قدره ١٩١٣ و ١٥٧٣ دولاراً للطن على الترتيب.
- القسم الثالث أسعار منخفضة وتشمل المملكة العربية السعودية وباكستان وإيران والإمارات والعراق.

يتبين من الجدول رقم (٨) أن المملكة العربية السعودية لها ميزة نسبية سعرية في تصدير التمور بالنسبة لكل من إسرائيل وتونس والجزائر حيث ارتفعت النسبة السعرية عن الواحد الصحيح في جميع فترات الدراسة، بينما يعتبر سعر العراق وإيران والإمارات وباكستان أقل من الأسعار السعودية وهذا يدل على أن العراق وإيران والإمارات وباكستان دول تتمتع بميزة نسبية سعرية في تصدير التمور عن المملكة العربية السعودية في الأسواق الخارجية خلال فترات الدراسة.

الجدول رقم (٨). مؤشر المركز التنافسي السعري لتمور المملكة العربية السعودية مع أهم الدول المنافسة خلال الفترة ١٩٩٨–٢٠٠٥م.

متوسط الفترة	سعر التمور العراقية بالنسبة لسعر السعودية	سعر التمور الإيرانية بالنسبة لسعر السعودية	سعر التمور الإماراتية بالنسبة لسعر السعودية	سعر التمور الباكستانية بالنسبة لسعر السعودية	سعر التمور التونسية بالنسبة لسعر السعودية	سعر التمور الجزائرية بالنسبة لسعر السعودية	سعر التمور الإسرائيلية بالنسبة لسعر السعودية
١٩٩٨–١٩٩٩م	٠.٢٦	٠.٣٢	٠.٢٨	٠.٦٤	٣.٠٥	٢.٣٤	٦
٢٠٠٠–٢٠٠٢م	٠.٤١	٠.٣٧	٠.٢٧	٠.٥٥	٢.٥٢	٢.١٤	٦
٢٠٠٣–٢٠٠٥م	٠.٢٦	٠.٦٣	٠.٣٩	٠.٥٣	٣.٠٤	٢.٥٤	٧
المتوسط العام	٠.٣١	٠.٤٤	٠.٣١	٠.٥٧	٢.٨٧	٢.٣٤	٦.٢٠

المصدر: شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات FAOSTAT، ٢٠٠٨م.

ثالثاً: مؤشر النصيب السوقي لتمور المملكة العربية السعودية

توصل البحث إلى أن هناك تركزاً شديداً لصادرات المملكة العربية السعودية من التمور حيث إن حوالي ٤٩,٢٪ من صادرات التمور توجه إلى اليمن، كما أن ٨١٪ من الصادرات تتمركز فقط في ست دول هي اليمن والكويت والإمارات والأردن وسوريا وقطر على الترتيب، وبلغ متوسط وارداتهم: ١٥٦٧٥ و ٣٠٣١ و ٢٨٧٩ و ١٦٠٢ و ١٥٩٦ و ١٢٩٤ طناً تمثل نحو ٤٩,٢٪ و ٩,٥٪ و ٩٪ و ٥٪ و ٥ ٪و ٤,١٪ من متوسط صادرات المملكة العربية السعودية من التمور لمختلف دول العالم والبالغ نحو ٣١٨٨١ طناً وذلك كمتوسط للفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م كما هو مبين في الجدول رقم (٩).

وتعتبر هذه الدول دول نامية اقتصادياً وذات دخل وأسعار منخفضة بالمقارنة بأسعار الدول المتقدمة. ويتضح من الجدول رقم (١٠) انخفاض الصادرات أو تكاد تنعدم إلى الدول المتقدمة والمرتفعة الدخل ومن أهمها الدول الأوروبية. وتعتبر إسرائيل وتونس والجزائر أهم دول الشرق الأوسط المتنافسة في السوق الأوروبي، وعلى ذلك يجب توجيه مزيد من الجهد نحو تلك الأسواق المرتفعة الأسعار مع الحفاظ على الأسواق التقليدية بصفة خاصة مع تزايد الإنتاج وذلك من خلال خطط قصيرة لتوجيه جزء أكبر من الصادرات إلى تلك الأسواق وخطط طويلة لاستزراع الأصناف التصديرية المرغوبة للمستهلك الغربي.

وبدراسة النصيب السوقي للتمور السعودية في تلك الأسواق والواردة بالجدول رقم (١١) تبين أنه بلغ أعلى مستوى له في السوق السوري حيث بلغ حوالي ٧٠٪ مما يعني أن ٧٠٪من واردات سوريا من التمور تحصل عليها من السوق السعودي وذلك خلال الفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م.

كما يأتي السوق القطري في المرتبة الثانية من حيث النصيب السوقي للتمور السعودية حيث بلغ متوسط هذا النصيب حوالي ٦٥٪ كمتوسط للفترة المشار إليها.

واحتل السوق اليمني في المرتبة الثالثة حيث قدر متوسط نصيب ذلك السوق من التمور السعودية بنحو ٥٣٪ كمتوسط للفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م.

أما الكويت فقد احتل المركز الرابع من بين أهم الدول المستوردة للتمور السعودية من حيث النصيب السوقي حيث بلغ نحو ٣٦٪ كمتوسط للفترة المشار إليها، .واحتلت الأردن المركز الخامس من بين أهم الدول المستوردة للتمور السعودية من حيث النصيب السوقي حيث بلغ نحو ٣٣٪ كمتوسط للفترة المشار إليها، ثم جاءت البحرين في المركز السادس من بين أهم الدول المستوردة للتمور السعودية من حيث النصيب السوقي حيث بلغ نحو ٢٥٪ كمتوسط للفترة المشار إليها. ويأتي بعد ذلك لبنان وتركيا والإمارات وبنجلاديش وبريطانيا بنصيب سوقي بلغ على الترتيب ١٦٪ و ٥٪ و ٣٪ و ٢٪ و ٢٪.

الجدول رقم (٩). حصة الدول المستوردة من تمور المملكة العربية خلال الفترة من ٢٠٠٠-٢٠٠٢م.

الدولة	القيمة بالألف دولار	الكمية بالطن	السعر بالدولار	حصة الدول المستوردة
البحرين	١٤٦	١٨٤	٧٩٣	%٠.٦
بنجلاديش	٣٢٢	٤٠١	٨٠٣	%١.٣
الأردن	٩٨٥	١٦٠٢	٦١٥	%٥.٠
الكويت	٢٩٧٩	٣٠٣١	٩٨٣	%٩.٥
لبنان	٣٧٣	٧٨٥	٤٧٥	%٢.٥
قطر	٩٧١	١٢٩٤	٧٥٠	%٤.١
سوريا	٥٧٣	١٥٩٦	٣٥٩	%٥.٠
تركيا	١٥٥	٤٥٦	٣٤٠	%١.٤
الإمارات العربية المتحدة	٢٣١٣	٢٨٧٩	٨٠٣	%٩.٠
المملكة المتحدة	٢٧٤	٢٣٢	١١٨١	%٠.٧
اليمن	٧١٧٧	١٥٦٧٥	٤٥٨	%٤٩.٢
مصر	٧٠	١٤٣	٤٩٠	%٠.٤
الهند	٨٦	١٦٣	٥٢٨	%٠.٥
إندونيسيا	١١٠	١٤٦	٧٥٣	%٠.٥
كينيا	٣٥	١٦٩	٢٠٧	%٠.٥
موريتانيا	٧٣	١٦٩	٤٣٢	%٠.٥
الصومال	٩٧	١٨٨	٥١٦	%٠.٦
سريلانكا	١٤٣	٢٠٩	٦٨٤	%٠.٧
فرنسا	٥	٢	٢٥٠٠	%٠.٠
إيطاليا	٩	٢٠	٤٥٠	%٠.١
ألمانيا	١٣	٢٩	٤٤٨	%٠.١
كندا	٣١	٢٦	١١٩٢	%٠.١
تمثل الدول السابقة	١٧٦١١	٣٠٦٣١	٥٧٥	%٩٦.١
إجمالي صادرات المملكة العربية السعودية ٢٠٠١م	١٨٦٩٤	٣١٨٨١		%١٠٠

المصدر: شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات FAOSTAT، ٢٠٠٨م.

الجدول رقم (١٠).: حصة أهم الدول المستوردة من تمور المملكة العربية خلال الفترة من ٢٠٠٠-٢٠٠٢م.

الدولة	القيمة بالألف دولار	الكمية بالطن	السعر بالدولار	حصة الدول المستوردة	الترتيب
اليمن	٧١٧٧	١٥٦٧٥	٤٥٨	%٤٩.٢	١
الكويت	٢٩٧٩	٣٠٣١	٩٨٣	%٩.٥	٢
الإمارات	٢٣١٣	٢٨٧٩	٨٠٣	%٩.٠	٣
الأردن	٩٨٥	١٦٠٢	٦١٥	%٥.٠	٤
سوريا	٥٧٣	١٥٩٦	٣٥٩	%٥.٠	٥
قطر	٩٧١	١٢٩٤	٧٥٠	%٤.١	٦
لبنان	٣٧٣	٧٨٥	٤٧٥	%٢.٥	٧
تركيا	١٥٥	٤٥٦	٣٤٠	%١.٤	٨
بنجلاديش	٣٢٢	٤٠١	٨٠٣	%١.٣	٩
المملكة المتحدة	٢٧٤	٢٣٢	١١٨١	%٠.٧	١٠
البحرين	١٤٦	١٨٤	٧٩٣	%٠.٦	١١
الإجمالي	١٦٩٣٩.٠	٢٩٣٦٧.٠		%٩٢.١	

المصدر: شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات FAOSTAT، ٢٠٠٨م.

الجدول رقم (١١). مؤشر النصيب السوقي لكمية الصادرات السعودية من التمور إلى أهم الدول المستوردة لها خلال الفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م.

الدولة	متوسط الواردات	من المملكة العربية السعودية	النصيب السوقي
سوريا	٢٢٨٢	١٥٩٦	٧٠
قطر	١٩٩٠	١٢٩٤	٦٥
اليمن	١٧٧٦٤	١٥٦٧٥	٥٣
الكويت	١٩٠٩	٣٠٣١	٣٦
الأردن	٤٩٢١	١٦٠٢	٣٣
البحرين	٧٤٩	١٨٤	٢٥
لبنان	٤٩٦٧	٧٨٥	١٦
تركيا	٩٤٧٠	٤٥٦	٥
الإمارات العربية المتحدة	١٩٦٨٧٣	٢٨٧٩	٣
بنجلاديش	١٩٤٧٧	٤٠١	٢
المملكة المتحدة	١٢٠٠٩	٢٣٢	٢

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات Comtrade، ٢٠٠٨م.

رابعاً: معدل اختراق الأسواق للصادرات السعودية من التمور

يتبين من الجدول رقم (١٢) ارتفاع قيم معدل اختراق الأسواق لمعظم الدول العربية المستوردة للتمور وأهمها اليمن وسوريا والأردن والكويت ولبنان وذلك خلال الفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م مما يدل على إمكانية اختراق التمور السعودية لتلك الأسواق بسهولة حيث تتمتع المملكة العربية السعودية بميزة تنافسية عالية في هذه الأسواق، بينما تنخفض قيم معدل اختراق الأسواق لمعظم الدول الآسيوية والأوروبية مما يدل على ضعف إمكانية اختراق التمور السعودية لتلك الأسواق بسهولة حيث لا تتمتع المملكة العربية السعودية بميزة تنافسية عالية في هذه الأسواق. وقد بلغت أعلى قيمة لمعدل اختراق الأسواق على أساس المتوسط للفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م نحو ٣٢٪ وذلك في السوق اليمني، يلي ذلك السوق السوري حيث بلغ ٣١,٦٪، ويأتي في المرتبة الثالثة في السوق الأردني حيث بلغ نحو ٢٨٪، ويأتي في المرتبة الرابعة في السوق الكويتي حيث بلغ نحو ٢٣,٥٪، ويليه السوق اللبناني وقدر بنحو ١٦٪، وتأتي قطر بنحو ٧,٨٪، ثم السوق التركي حيث بلغ نحو ٢,٥٪، ويأتي بعد ذلك بنجلاديش والمملكة المتحدة والبحرين والإمارات بنحو ٢,١٪ و ٢٪ و ١,١٪ و ٠,٤٪. ويلاحظ ضعف معدل اختراق الأسواق بالنسبة للإمارات وبما يتفق والواقع من حيث كون الإمارات من أهم الدول المصدرة للتمور بالإضافة إلى نشاطها في شحنات إعادة التصدير.

الجدول رقم (١٢). معدل اختراق الأسواق للصادرات السعودية من التمور لأهم الدول المستوردة له خلال الفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م.

الدولة	معدل اختراق الأسواق
اليمن	٣٢.١
سوريا	٣١.٦
الأردن	٢٨
الكويت	٢٣.٥
لبنان	١٦
قطر	٧.٨
تركيا	٢.٥
بنجلاديش	٢.١
المملكة المتحدة	٢
البحرين	١.١
الإمارات	٠.٤

المصدر: شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات FAOSTAT، ٢٠٠٨م.

مقارنة النصيب السوقي ومعدل اختراق الأسواق والنسبة السعرية للتمور السعودية مع أهم الدول المنافسة لها في أسواقها الخارجية

يتبين من خلال الجدول رقم (١٣) أن المملكة العربية السعودية تحتل المركز الأول من حيث النصيب السوقي ومعدل اختراق الأسواق وذلك في السوق الكويتي، حيث يلاحظ أن أهم الدول المنافسة للمملكة العربية السعودية في هذا السوق هي الإمارات وإيران وتونس وهذه الدول نصيبها السوقي من التمور منخفض بشكل كبير عن النصيب السوقي للتمور السعودية، كما يلاحظ أن المملكة تتمتع بميزة سعرية في هذا السوق بالمقارنة بالتمور التونسية، إلا أن المملكة

ليس لها ميزة سعرية بالمقارنة مع إيران والإمارات حيث تتميز الإمارات بإعادة تصدير التمور المستوردة من إيران وباكستان بالإضافة لتصدير الأصناف المحلية.

أما بالنسبة للسوق القطري فإن المملكة تأتي في المركز الثاني بعد إيران من حيث معدل اختراق السوق وتأتي في المرتبة الأولى من حيث النصيب السوقي، كما يلاحظ من خلال الجدول المشار إليه أن المملكة تملك ميزة سعرية في هذا السوق بالنسبة للتمور التونسية فقط وليس لها ميزة تنافسية سعرية بالنسبة للتمور الإماراتية أو الإيرانية حيث يلاحظ أن أسعار التمور الإماراتية والإيرانية أقل من أسعار المملكة.

وفي السوق اللبناني يلاحظ أن المملكة تأتي في المركز الأول من حيث النصيب السوقي ومعدل اختراق السوق، و يلاحظ أيضاً أن أسعار الإمارات وإيران كانت أقل من أسعار التمور السعودية، وكانت أسعار تونس أعلى في السوق اللبناني.

أما في سوق بنجلاديش فيلاحظ أن المملكة العربية السعودية تحتل المركز الثاني من حيث النصيب السوقي بعد باكستان والمركز الثالث في معدل اختراق الأسواق بعد الإمارات وباكستان على الرغم من ارتفاع أسعار التمور السعودية عن أسعار الدول المنافسة للمملكة في هذا السوق.

أما في السوق البريطاني فيلاحظ أن المملكة تأتي في المركز الخامس من حيث النصيب السوقي ومعدل اختراق السوق بعد إيران وتونس وإسرائيل وباكستان مما يدل على أنه رغم أن المملكة العربية السعودية تعتبر الأولى في الإنتاج التصديري ولها ميزة نسبية ظاهرة بالنسبة للدول المنافسة، إلا أن صادراتها لدول أوروبا منخفضة جداً مقارنة بقدراتها الإنتاجية والتصديرية إضافة إلى الجودة العالية للأصناف المنتجة إلا أن هناك متطلبات للسوق الأوروبي استطاعت الدول المنافسة وأهمها تونس وإسرائيل أن توفيها مثل استخدام التكنولوجيا التصديرية (شحنات مبردة) وطريقة القطف ووقته (تصدير الثمار بالشماريخ في طور البسر) وهذا ما يفسر ارتفاع أسعار التمور التونسية والإسرائيلية مقارنة بأسعار تمور المملكة العربية السعودية وباقي الدول المنافسة.

وفي السوق البحريني كان أهم المنافسين للمملكة العربية السعودية تونس وإيران واحتلت المملكة المركز الأول في النصيب السوقي وفي معدل اختراق الأسواق وكانت للمملكة ميزة سعرية بالنسبة لإيران بينما لم تكن لها ميزة سعرية بالنسبة لتونس.

وبسبب تميز السوق الإماراتي بالتصدير للفائض من الإنتاج بالإضافة إلى الاستيراد وإعادة التصدير للتمور جاءت المملكة العربية السعودية في المرتبة الثانية بعد إيران وكانت باكستان في المرتبة الثالثة في النصيب السوقي ومعدل اختراق الأسواق وتتميز أسعار المملكة بارتفاعها مقارنة بأسعار باكستان وارتفاعها بدرجة أكبر مقارنة بأسعار إيران مما يؤكد النتائج السابقة.

الجدول رقم (١٣). النصيب السوقي ومعدل اختراق الأسواق والنسبة السعرية للتمور للدول المنافسة للمملكة العربية السعودية في أسواقها الخارجية كمتوسط للفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٢م.

السوق	البيان	النصيب السوقي	معدل اختراق الأسواق	النسبة السعرية
الكويت	١- السعودية	٣٦	٢٣.٥	
	٢- الإمارات	٠.٥	٠.٠٨	٠.٢٧
	٣- إيران	٢.٥	٢.٥٢	٠.٣٧
	٤- تونس	١	٠.١٥	٢.٥٢
قطر	١- السعودية	٦٥	٧.٨	
	٢- الإمارات	٢	٠.٢٢	٠.٢٧
	٣- إيران	١٣	١٢.٩٦	٠.٣٧
	٤- تونس	١	٠.١١	٢.٥٢
لبنان	١- السعودية	١٦	١٦	
	٢- الإمارات	٢	٢.٠٤	٠.٢٧
	٣- إيران	٤.٨	٤.٨١	٠.٣٧
	٤- تونس	٠.١	٠.٠٨	٢.٥٢
بنجلاديش	١- السعودية	٢	٢.١	
	٢- الإمارات	٠.٢	١٩	٠.٢٧
	٣- إيران	٠.٦	٠.٦	٠.٣٧
	٤- باكستان	٣.٦	٣.٥٦	٠.٥٥
بريطانيا	١- السعودية	٢	٢	
	٢- الإمارات	٠.٠٠٢	٠.١٥	٠.٢٧
	٣- إيران	٤٢.٧	٤٢.٧١	٠.٣٧
	٤- باكستان	٣.٣	٣.٤٣	٠.٥٥
	٥- تونس	١٢	١٢.٦	٢.٥٢
	٦- إسرائيل	٥.٨	٥.٩١	٦
البحرين	١- السعودية	٢٥	١.١	
	٢- إيران	٠.٤	٠.٤	٠.٣٧
	٣- تونس	٣.٣	٠.١٥	٢.٥٢
الإمارات	١- السعودية	٣	٠.٤	
	٢- إيران	٢١.٧	٢١.٧٣	٠.٣٧
	٣- باكستان	٠.٢	٠.٠٦	٠.٥٥

تابع الجدول رقم (١٣).

السوق	البيان	النصيب السوقي	معدل اختراق الأسواق	النسبة السعرية
تركيا	١- السعودية	٥	٢.٥	
	٢- إيران	٦٨.١	٦٨.٠٦	٠.٣٧
	٣- تونس	٣.٧	٢	٢.٥٢
اليمن	١- السعودية	٥٣	٣٢.١	
	٢- الإمارات	٣	١.٨	٠.٢٧
	٣- باكستان	٠.٤	٠.١٤	٠.٥٥
الأردن	١- السعودية	٣٣	٢٨	
	٢- الإمارات	٧	٦	٠.٢٧

المصدر: شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات Comtrade، ٢٠٠٨م.

وفي السوق التركي احتلت المملكة المركز الثاني في النصيب السوقي ومعدل اختراق الأسواق بعد إيران وذلك يعكس مدى قدرة التمور السعودية على التوسع في السوق التركي لما لتركيا من ذوق في استهلاك التمور يتقارب مع الذوق العربي وكونهم مسلمين عكس باقي دول أوروبا. وعلى ذلك يجب توجيه المزيد من الجهد نحو السوق التركي بصفة خاصة بالنسبة لصادرات التمور الجافة.

وفي السوق اليمني احتلت الصادرات السعودية من التمور المركز الأول من حيث النصيب السوقي ومعدل اختراق الأسواق وتلتها الإمارات وباكستان، وكانت أسعار المملكة العربية السعودية أيضاً أعلى من أسعار الإمارات وباكستان مما يعكس جودة الأصناف من التمور. وبما أن التمور السعودية تمثل ٥٣٪ من واردات اليمن من التمور فإن المملكة العربية السعودية تتمتع بميزة تنافسية عالية في هذا السوق، ومن الملاحظ أن المملكة تقدم أيضاً إلى اليمن معونة سنوية من التمور.

وفي السوق الأردني احتلت المملكة المركز الأول في النصيب السوقي ومعدل اختراق الأسواق وكان أهم المنافسين الإمارات. وتوضح القيم الكبيرة للنصيب السوقي ولمعدل اختراق الأسواق مدى قدرة التمور السعودية على تحقيق المزيد من النجاح في الأسواق العربية والعالمية

وعلى ذلك يجب بذل مزيد من الجهد في الأسواق العربية والإسلامية ذات مستوى الدخل المرتفع مثل الأردن وتركيا وماليزيا وغيرها، هذا بالإضافة إلى توجيه الصادرات إلى الدول الأوروبية والآسيوية بما يتفق واحتياجات المستهلك الأوروبي والآسيوي من حيث الشكل واللون والحجم ودرجة النضج واستخدام المبردات. فرغم أن الأسعار مرتفعة جداً في فرنسا وهناك حجم سوق وطلب كبير إلا أن

حجم الصادرات السعودية حوالي ٥ أطنان فقط بما يمثل تقريباً صفراً من النصيب السوقي لفرنسا من صادرات التمور السعودية، وعلى ذلك يجب أن تركز شركات التصدير على تحقيق السعر المرتفع وليس مجرد التخلص من الفائض بتصديره دون رفع الكفاءة التسويقية.

ومن خلال دراسة الحالة التي شملت ثلاثة شركات تصدير سعودية و١٥ مزارعاً و١٠ تجار كانت النتائج متفقة مع النتائج البحثية من البيانات الثانوية، حيث تبين أن تمور المملكة العربية السعودية لا تناسب المستهلك الأوروبي بسبب:

١- تعدد اللون في الثمار غير مرغوب لدى المستهلك الأوروبي.
٢- نسبة السكريات العالية في التمور السعودية.
٣- يفضل المستهلك الأوروبي التمور نثر وتمور المملكة لينة ولابد من ضغطها حتى لا تفسد.
٤- معظم الإنتاج تمور جافة وليست طازجة.
٥- يفشل الرطب عند تصديره نتيجة لسرعة العطب بعد يوم أو اثنين وحتى لو وضع في ثلاجات يحدث تغير للون ويظن المستهلك الأوروبي أنه أصبح تالفاً.

بينما تواجه المملكة العربية السعودية منافسة شديدة في الأسواق الأسيوية من باكستان وإيران والإمارات بسبب:

١- انخفاض الأسعار.
٢- الكميات المباعة من الأصناف الفاخرة صغيرة ولا يمكن أن يعتمد عليها وحدها في فتح الأسواق.
٣- ارتفاع تكلفة فتح أسواق جديدة.
٤- من أهم مشاكل التمور في التصدير الإصابات الحشرية والسوس وحلم الغبار.

وعلى ذلك ومن خلال التحليل لتنافسية التمور السعودية في الأسواق الخارجية يمكن تفسير انخفاض القدرة التنافسية للتمور السعودية لعدة أسباب أهمها:

١- إن انخفاض القدرة التنافسية للتمور السعودية ليس فقط بسبب المشاكل الإنتاجية والتسويقية، بل أيضاً لعدم توفر قاعدة بيانات عن التمور. فلا تتوفر قاعدة بيانات عن التمور والتجارة الخارجية للتمور السعودية محلياً أو في منظمة الأمم المتحدة Comtrade أو منظمة الأغذية والزراعة FAOSTAT أو توفر عدد متقطع من السنوات. وهي من المشاكل التي واجهت البحث محل الدراسة مما اضطر الباحث لاستخدام البيانات المتاحة. ويعتبر توفر البيانات من أهم سبل تحسين القدرة التنافسية للصادرات السعودية.
٢- عدم تفرغ ملاك الكثير من المزارع العائلية للمزرعة وعدم توجيهها للتصدير لانشغال المالك في وظائف أخرى ولقلة العمالة المتخصصة تنخفض الجودة والإنتاجية للتمور.
٣- الاعتماد على طرق بدائية في الفرز والتدريج وعدم استخدام آلات الفرز الحديثة والمتطورة.

٤- عدم وجود دراسات تحليلية لاحتياجات الأسواق المستهدفة سواء العربية أو العالمية.

٥- المنافسة المتزايدة التي تواجهها الصادرات السعودية من التمور في الأسواق الخارجية، إضافة إلى ما تفرضه الدول المستوردة من تشريعات واشتراطات مقيدة للصادرات السعودية في تلك الدول.

٦- عدم الاهتمام بإنتاج التمور للأسواق العالمية وفق احتياجات المستهلك بها بصفة خاصة للدول الأوروبية من حيث الشكل واللون والطعم والحجم والعبوة ومرحلة النضج.

٧- تقوم الدول المنافسة بإنتاج التمور وتصديرها في صورة سلعة Bio-Organic Dates وبذلك ترفع سعر التمور لإضعاف سعرها.

٨- العلاقات القوية والجيدة بين الدول المنافسة وسلاسل شركات التجزئة المتعددة الجنسيات في أمريكا وأوروبا والثقة المتبادلة بينهما في الاستيفاء بشروط الصفقة من حيث الحجم والصنف والجودة وزمن التسليم واستخدام التكنولوجيا في كافة الخدمات التسويقية وبما يتفق مع احتياجات المستهلك.

٩- حصول المنافسين على شهادات الجودة العالمية ومن أهمها: EUREP GAP و USDA Organic و International Organization for Standardization (ISO).

وتوصي الدراسة بما يلي:

١- يجب التركيز على رفع الكفاءة التسويقية والقدرة التنافسية للتمور السعودية في الأسواق الخارجية وبصفة خاصة لمجموعتين من الدول:

(أ) الدول الإسلامية ومن أهمها تركيا والتي ينخفض فيها النصيب السوقي رغم ارتفاع معدل اختراق الأسواق للتمور السعودية والدول الأوروبية التي لها عادات إسلامية بصفة خاصة في شهر رمضان وتفضل التمر كتمر وليس رطباً، ويضاف إليها باقي الدول الإسلامية وأهمها ماليزيا.

(ب) الدول الأوروبية وهذه المجموعة تحتاج إلى تغييرات في نوعية المنتج المصدر ومرحلة القطف ونسبة السكريات وحجم ولون الثمار ... إلخ وفق احتياجات المستهلك الأوروبي.

٢- العمل على إيجاد جهاز لتنمية الصادرات السعودية غير البترولية وبصفة خاصة الزراعية ومن أهمها التمور بحيث يضم مؤسسات تصديرية ذات كفاءة عالية تهتم بدراسة الأسواق الخارجية، واحتياجاتها من السلع التصديرية من ناحية الكمية والنوعية وزمن التصدير ويقوم بمهمة التنسيق بين أهم الدول المصدرة للتمور في منطقة الخليج العربي وأهمها الإمارات بحيث يتم زراعة الأصناف غير التقليدية حتى لا تتدهور أسعار بعض أصناف التمور التي يتم التوسع في زراعتها مما يؤثر سلباً على كل من المزارع والدولة.

٣- أهم الدول المستوردة للتمور من المملكة هي الدول العربية وتليها الدول الإسلامية وتعتبر الأسواق الآسيوية والأوروبية المرتبة الثالثة، وعلى ذلك يجب الاهتمام بدرجة كفاءة أداء العمليات التسويقية المصاحبة للتصدير بدءاً من عملية الجمع والتخزين والفرز والتغليف والتعبئة والشحن ... إلخ بحيث تصل السلعة إلى المستهلك الخارجي بالشكل والحجم والنوعية والوقت الذي يطلبه.

٤- الحصول على شهادات الجودة العالمية ومن أهمها EUREP GAP, USDA, ISO (International Organization for Standardization).

٥- تسويق التمور المنتجة طبيعياً Bio-Organic Dates والتأكيد على نوعية المنتج وجودته وكونه آمناً وعالي القيمة الغذائية بالإضافة لاستخدام التكنولوجيا خلال جميع مراحل العملية التسويقية من تعبئة وتجهيز ونقل وتخزين وشحن وتحميل يزيد من نجاح العملية التسويقية ويؤدي إلى رفع سعر السلعة ورفع القدرة التنافسية لها.

٦- بناء العلاقات التجارية الدولية القوية والجيدة بصفة خاصة مع سلاسل شركات التجزئة الدولية والمتعددة الجنسيات وبناء الثقة المتبادلة (Reliability) بينها في الاستيفاء بشروط الصفقة من حيث الحجم والصنف والجودة وزمن التسليم إلخ.

٧- تسهيل إجراءات الشحن الخارجي وزيادة عدد المراكز التي تقوم بإعطاء الشهادات الصحية والمطابقة للمواصفات.

٨- يجب الاستمرارية في توفير المنتج في الأسواق الخارجية بالجودة والمواصفات والأوقات المرغوبة (Reliability). إن النظام التسويقي الفعال يجب أن يوفر في الأسواق الخارجية ليس فقط الكمية من المنتج بالجودة اللازمة والمواصفات المطلوبة والزمن المطلوب، بل أيضاً يجب أن يحقق استمرارية في توفير المنتج حتى يمنع منافسيه من أي فرصة لدخول السوق مراعياً في ذلك الأسعار المناسبة والتكلفة.

٩- العمل على اختيار أصناف التمور المناسبة للمستهلك الأجنبي وتوفير البيئة المناسبة لقيام المزارع المتخصصة بالإنتاج التصديري.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

إبراهيم، عاطف محمد، ومحمد، نظيف حجاج خلف. "نخلة التمر زراعتها ورعايتها وإنتاجها في الوطن العربي". كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، (١٩٩٧م).

خليفة، عادل محمد. "الأهمية الاقتصادية للصادرات القطنية المصرية وقدرتها التنافسية على غزو الأسواق العالمية". *مؤتمر تنمية الصادرات الزراعية المصرية، المؤتمر الخامس للاقتصاديين الزراعيين*، ٨-٩ مارس (١٩٩٧م)، ص ٦.

الزناتي، حجاج صالح. "الطلب الخارجي على البطاطس المصرية والمركز التنافسي لها". *مجلة المنيا الزراعية للبحوث والتطوير*، م٢٣، ع٣، (٢٠٠٣م)، ١٥-١٧.

سليمان، حمد عبدالله. "دراسة اقتصادية لإنتاج التمور في دولة الإمارات العربية المتحدة". كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، مصر، (١٩٩٨م)، ص ٩٨.

عبدالفتاح، شحاتة أحمد. *موسوعة النخيل والتمور*. مصر: دار الطلائع للنشر والتوزيع، (١٩٩٦م)، ص ٥.

العيد، صلاح محمد. "دورة التسويق الزراعي: محاضرة تسويق وتصنيع التمور". مركز التطوير بمحافظة الأحساء، وزارة الزراعة، ٢٠/٤/١٤٢٩هـ، ٢/هـ/١٤٢٩هـ، (٢٠٠٨)، ص ٥.

كمال، أشرف عباس. "تنافسية أهم الصادرات الزراعية المصرية". *المجلة المصرية للعلوم التطبيقية*، م١٥، ع٧، (يوليو ٢٠٠٠م)، ٧-١٠.

المنظمة العربية للتنمية الزراعية. "دراسة الحزم التقنية الموصى بها لتحسين إنتاج النخيل في الوطن العربي". ديسمبر/كانون الأول (١٩٩٩م)، ص ٢١.

وزارة الاقتصاد والتخطيط في المملكة العربية السعودية. المكتبة الإلكترونية، (٢٠٠٨م).

وزارة الزراعة، المملكة العربية السعودية. *الكتاب الإحصائي الزراعي السنوي*. (٢٠٠٦م).

يسن، داليا عبدالحميد هلال. "دراسة القدرة التنافسية لبعض المحاصيل البستانية المصرية". *رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس*، مصر، (٢٠٠٨م).

يوسف، آمال إسماعيل محمد. "تطور مفهوم الميزة التنافسية للصادرات وفقاً لنظريات التجارة الحديثة مع دراسة القدرات التنافسية للصادرات الصناعية المصرية". *رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة*، مصر، (٢٠٠٤م)، ٢٠-٢٣.

ثانياً: المراجع الأجنبية

CNN. (2007). http://arabic.cnn.com/2007/business/4/15/ethanol.corn_prices/index.html.

FAO-Statistics Database. (2007).

Research Information Sector, Ministry of Economy, Government of Egypt. The International Competitiveness of Egypt in Perspective. First report, (1998).

UN Comtrade Database. (2007).

U.S. Agency for International Development. The International Competitiveness of Egypt in Perspective, Mainstay of Economy and Foreign trade with development Economic Policy Analysis, Project (DEPRA), Egypt, (1998).

الملاحق

الجدول رقم (١). كمية وقيمة وسعر الصادرات من تمور المملكة العربية السعودية خلال الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٦م.

السنوات	سعر الطن بالدولار	كمية الصادرات بالطن	قيمة الصادرات بالألف دولار
١٩٩٨م	٧٦٥	٢٤٩٤٠	١٩٠٧٦
١٩٩٩م	٦٤٣	٧٧٠٩	٤٩٥٧
٢٠٠٠م	٦٤٩	٢٨٢٤٩	١٨٣٢١
٢٠٠١م	٥٨٦	٣١٨٨١	١٨٦٩٤
٢٠٠٢م	٧١٥	٣٣٩٢٥	٢٤٢٤٨
٢٠٠٣م	٧٠٤	٣٤٨٧٥	٢٤٥٥٣
٢٠٠٤م	٦٦٧	٤٧٥٣٥	٣١٦٩٧
٢٠٠٥م	٦٣٥	٥١٠٩٨	٣٢٤٦١
٢٠٠٦م	٨٢١	٤٤٠٨٧	٣٦١٨٤

المصدر: بيانات منظمة الأغذية والزراعة (FAOSTAT, 2008).

الجدول رقم (٢). متوسط سعر الطن بالريال لأهم أصناف التمور في المملكة العربية السعودية خلال الفترة ١٩٩٤-٢٠٠٣م.

العام	خلاص	رزيز	سكري	خضري	صقعي	نبوت سيف	العجوة
١٩٩٤	٦٨٠٠	١٢٠٠	٥٦٠٠	٣٥٠٠	١٢٥٠	٨٥٠	١٣٥٠٠
١٩٩٥	٦٢٠٠	١٠٥٠	٦٨٠٠	٣٧٠٠	٢٣٥٠	٨٥٠	١٤٦٠٠
١٩٩٦	٥٧٠٠	١٠١٠	٧٢٠٠	٣٧٠٠	٢٨٠٠	٩٠٠	١٩٧٠٠
١٩٩٧	٥٣٠٠	١٠٥٠	٧٠٠٠	٣٦٠٠	٣٤٠٠	١١٥٠	٢٤٦٠٠
١٩٩٨	٤٥٠٠	٩٧٠	٧٤٠٠	٣٧٠٠	٨٥٠٠	٣١٥٠	٣٦٤٠٠
١٩٩٩	٣٧٠٠	٩٠٥	٧٠٠٠	٢٩٠٠	٨٨٠٠	٣٣٠٠	٤٣٠٠٠
٢٠٠٠	٣٦٠٠	٩٣٠	٦٩٠٠	٢٩٠٠	١١٢٠٠	٣٤٠٠	٤٦٥٠٠
٢٠٠١	٣٠٠٠	٩٠٠	٧٥٠٠	٢٧٠٠	١١٦٠٠	٣٥٠٠	٤٨٠٠٠
٢٠٠٢	٢٩٠٠	٨٤٠	٧٢٠٠	٢٥٠٠	١١٦٠٠	٤٣٠٠	٥٠٦٠٠
٢٠٠٣	٢٧٠٠	٧٩٠	٨٠٥٠	٢٣٠٠	١٣٣٠٠	٥٢٠٠	٥١٨٠٠
المتوسط	٤٤٤٠	٩٦٩	٧٠٦٥	٣١٥٠	٧٤٨٠	٢٦٦٠	٣٤٨٧٠

الراصد اليومي: وزارة الزراعة، إدارة الإحصاء والمعلومات، ٢٠٠٨م، ٢٠٠٤م.

الجدول رقم (٣). سعر تصدير الطن من التمور لأهم الدول المصدرة بالدولار خلال الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٥م.

السنوات	سعر التمور الإيرانية	سعر التمور الإسرائيلية	سعر التمور الباكستانية	سعر التمور التونسية	سعر التمور الجزائرية	سعر تمور الإمارات	سعر التمور السعودية	سعر تمور العراق
١٩٩٨م	٢٢١	٣١٩٣	٤٥٧	٢٢٥١	١٨٣٦	٢٣١	٧٦٥	٢٠٠
١٩٩٩م	٢٢٦	٤٥٨٣	٤٤٤	٢٠٤٢	١٤٦٠	١٦٤	٦٤٣	١٦٧
٢٠٠٠م	٢٤٠	٤٥٥٦	٣٧٧	١٧١٩	١٣٦٨	١٧٥	٦٤٩	٢٠٠
٢٠٠١م	٢٣٩	٤٥٠٩	٣٣٥	١٥٦١	١٣٣٠	١٧٦	٥٨٦	٣٥٠
٢٠٠٢م	٢٤٣	٣٥٦٨	٣٦٦	١٦٣٨	١٤٨٢	١٧٦	٧١٥	٢٥٠
٢٠٠٣م	٢٨٩	٣٩٢٢	٣٥٧	١٩٩٣	١٦١٢	١٨٠	٧٠٤	١٩٨
٢٠٠٤م	٣٨٥	٤٧٥٦	٣٤٣	٢٠٨٧	١٧٩٠	٢٢٢	٦٦٧	١٨٧
٢٠٠٥م	٥٨٥	٤٤٨٠	٣٥٤	٢٠٠٨	١٧٠٢	٣٧٠	٦٣٥	١٣٧
المتوسط	٣٠٣	٤١٩٦	٣٧٩	١٩١٣	١٥٧٣	٢١٢	٦٧٠	٢١١

المصدر: شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات FAOSTAT، ٢٠٠٨م.

الجدول رقم (٤). حجم الواردات والصادرات والإنتاج للتمور لأهم أسواق الدول المستوردة وكذلك وارداتها من المملكة العربية السعودية خلال الفترة من ٢٠٠٠-٢٠٠٢م.

الدولة	كمية الواردات الكلية	كمية الواردات من السعودية	كمية الإنتاج الكلي	كمية الصادرات
اليمن	١٧٧٦٤	١٥٦٧٥	٣١٢٦٤	٢٦٢
الكويت	١٩٠٩	٣٠٣١	١١٠٣٦	٢١
الإمارات	١٩٦٨٧٣	٢٨٧٩	٧٥٧٦٠١	٢٨٨٩٣١
الأردن	٤٩٢١	١٦٠٢	١٦١٤	٨١١
سوريا	٢٢٨٢	١٥٩٦	٢٨٠٨	٤١
قطر	١٩٩٠	١٢٩٤	١٤٦٩٠	٣
لبنان	٤٩٦٧	٧٨٥	٠	٦٣
تركيا	٩٤٧٠	٤٥٦	٩٣٠٠	٧٧٩
بنجلاديش	١٩٤٧٧	٤٠١	٠	٠
المملكة المتحدة	١٢٠٠٩	٢٣٢	٠	٢٨٨
البحرين	٧٤٩	١٨٤	١٥٨٣٩	٢

المصدر: شبكة الإنترنت، قاعدة بيانات FAOSTAT، ٢٠٠٨م.

Economic Analysis for the Competitive Situation of the Kingdom of Saudi Arabia's Exports of Dates

Alaa M. Elsabea
Date Palm Research Center, King Faisal University,
Al-Ahsaa, Saudi Arabia

(Received 6/3/1430H.; accepted for publication 19/12/1430H.)

Keywords: International trade, Comparative advantage, Competitive advantage.

Abstract. Although the Kingdom of Saudi Arabia is the third largest producer of dates in the world, its exports face strong competition in the international market. Saudi Arabian dates suffer from low price level compared to the competitors' dates. This affects negatively not only on the export level, but also on farmers consequently adversely impacting the balance sheet of the agricultural sector. Dates represent the main crop that can help the Kingdom of Saudi Arabia to decrease the deficiency of balance sheet of the agricultural sector.

The current research has aimed at studying and estimating the situation of competitive abilities of the marketing system of Saudi Arabia's dates in the foreign market. In addition, this study determines the main foreign market of Saudi Arabia's date, the main competitors, promising market and its strongest points in these markets. Finally, the study determines the weakness of the competitive abilities of Saudi Arabia's dates and the possibilities of improving it in the future.

The result shows that dates are the most important export crop from Saudi Arabia in the foreign market. Its export value and quantity has increased from year to year. The result also shows that the Kingdom's marketing system of date has a good efficiency and competitive in Arab market and less competitive situation in the European and Asian market.

The result shows that the competitive ability of the Kingdom's dates is strong in general in the Arab markets, especially in Kuwait and Yemen and has a big ability in Islamic countries, but it occupied toward the back places of the competitive ability in the other markets, especially in Europe. The Kingdom of Saudi Arabia was the fifth for its market share and rate of penetration in the British market after Israel, Tunisia, Iran, and Pakistan. For the French market, the Saudi Date Palm is only about 5 tones.

The results from the case study, which included three export companies, 15 farmers and 10 traders in whole market, confirm the results of the previous analysis of secondary data.

It is important to build new strategy to improve dates competitive ability of K.S.A., dealing with the production and marketing problems, obstacle exporting of K.S.A. dates, and solving insufficient attention for two groups: Islamic Asian countries and European countries that need different kinds of date with special characteristics.