

دراسة اقتصادية للمشاكل الإنتاجية والتسويقية لأهم أصناف التمور في المملكة العربية السعودية

علاء محمد رشاد السبع

مركز أبحاث النخيل والتمور، جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية

alaaelsabea@yahoo.com

(قدم للنشر في ١٤٣١/٧/٣هـ؛ قبل للنشر في ١٤٣٢/٦/٢١هـ)

الكلمات المفتاحية: الكفاءة التسويقية، المصروفات التسويقية، القنوات التسويقية، المشاكل الإنتاجية والتسويقية.

ملخص البحث. أوضحت النتائج أن إنتاج التمور بالمملكة العربية السعودية ازداد بنسبة ٨٦٪ وانخفضت الواردات بنسبة ٦٤٪ وازدادت الكمية المصدرة بنسبة ١٤٠٪ وازداد الاستهلاك الفردي الظاهري بنسبة ٢٠٪ وزادت نسبة الاكتفاء الذاتي بنسبة ٢٪ خلال الفترة من ١٩٩٠-٢٠٠٧م. وقد قسمت الدراسة مناطق المملكة إلى ثلاث مجموعات وفق نسبة معدل الزيادة في مساحة النخيل. وتشمل المجموعة الأولى المناطق التي ازداد فيها إنتاج النخيل زيادات كبيرة بينما تشمل المجموعة الثانية المناطق التي ازدادت فيها مساحة النخيل زيادات متواضعة واشتملت المجموعة الثالثة المناطق التي انخفضت فيها مساحة النخيل وهذه المناطق تواجه تحدياً للحفاظ على زراعة النخيل ولذلك يجب توجيه الدراسات العلمية لها، لتحديد أسباب ذلك الانخفاض الكبير في زراعة النخيل وسبل الدعم الممكنة في المستقبل.

وبينت نتائج عينة الدراسة أن أهم المشاكل الإنتاجية التي تواجه المزارع السعودي مشكلة انتشار سوسة النخيل الحمراء. بينما احتلت مشكلة انخفاض كمية وجودة المياه وارتفاع نسبة الملوحة الأهمية الثانية، حيث تتزايد شكاوى المزارعين من انخفاض معدل المياه الجوفية وارتفاع ملوحة المياه في كثير من الأماكن. و احتلت مشكلة عدم توفر جمعيات تعاونية زراعية فاعلة الأهمية الثالثة، حيث تتزايد التكاليف الإنتاجية والتسويقية نتيجة غياب تلك الجمعيات التعاونية الفاعلة. واحتلت الأهمية الرابعة مشكلة ارتفاع تكاليف العمالة السنوية بما تشمله من تأمين وسكن وخلافه ومما يلزم من مصروفات تدفع لاستقدام العمالة الأجنبية. وتقرح الدراسة أن يسمح باستقدام العمالة الموسمية لسته أشهر فقط (فترة الحصاد والخدمات التسويقية والتصنيعية) مما يخفض تكاليف العمالة للنصف سنويا ويزيد من الكفاءة التسويقية والتصنيعية لقطاع التمور. ومن أهم المشاكل التي يعاني منها المزارعون أيضاً الإصابات الحشرية للتمر ومن أهمها دودة التمر.

وبدراسة الكفاءة التسويقية لأهم أصناف التمور اتضح انخفاض الكفاءة التسويقية لجميع الأصناف، حيث بلغت الحد الأعلى لـ نصف الرزيز ٥٨٪ والحد الأدنى ٤١٪ لـصنفي السكري والصقعي بينما بلغت الكفاءة التسويقية لـصنفي الشيشي والخلاص ٥٤٪ و ٥٠٪ على الترتيب. كما اتضح من عينة الدراسة لمسوقي التمور في المملكة العربية السعودية أن أهم المشاكل التسويقية للتمور السعودية مشكلة زيادة عرض التمور عن الطلب عليها مما يقلل الأسعار، حيث يتحمل القطاع التصنيعي

العبء الأكبر في إيجاد طلب تصنيعي للتمور يمكن أن يستخدم فائض التمور. وتأتي مشكلة استيراد التمور من الإمارات بأسعار زهيدة في المرتبة الثانية، حيث تؤثر بالسلب على المنتج. بينما احتلت الأهمية الثالثة مشكلة ارتفاع نسبة إصابة التمور أثناء التخزين بالإصابات الحشرية بعد الحصاد. وقد احتلت الأهمية الرابعة مشكلة عدم اهتمام المزارعين بالتدريج والفرز والمماثلة وتزايد نسبة التمور الموحدة (تجميع عديد من الأصناف معا). وجاءت في الأهمية الخامسة مشكلة عدم توفر التلاجات الكافية للتخزين لدي بعض صغار ومتوسطي التجار مما يؤدي إلى إصابة التمور بالحشرات. كما أظهرت بيانات العينة عدم توفر شحن مبرد لصادرات التمور مما يؤدي لرفض الشحنات التصديرية بسبب ارتفاع المحتوى الميكروبي عند وصولها للدولة المستوردة. ولذلك يجب على المملكة العربية السعودية حل تلك المشكلات الإنتاجية والتسويقية؛ وذلك لرفع الكفاءة الإنتاجية والتسويقية للتمور السعودية محليا ودوليا.

مقدمة

هذا بالإضافة إلى المشاكل الفنية المرتبطة بكل صنف والتي تعوق تسويق وتصنيع التمور وتقلل من القدرة التنافسية للتمور السعودية داخل وخارج المملكة؛ ولذلك توجد طاقات عاطلة بمصانع التمور، بل وتوقفت بعض المصانع عن الإنتاج، مما جعل صناعة التمور تنحصر في عملية التجهيز والتعبئة فقط. ومن أهم تلك المشكلات التي تواجه التسويق الداخلي والخارجي للتمور عدم الاهتمام بعملية الفرز والتدريج والمماثلة. ويقصد بعملية المماثلة مطابقة خواص سلعة من السلع لمواصفات معيار أو مقياس يحدد المنتج أو الهيئة المسئولة وفقا لرغبات المشترين.

يعتقد العالم الإيطالي Beccario أن الموطن الأصلي لنخيل التمر هو الخليج العربي (إبراهيم ، ١٩٩٧م) وهناك العديد من الآراء بخصوص موطن النخيل والذي يعد من أقدم أشجار الفاكهة، حيث زرعت في دجلة والفرات بالعراق منذ أكثر من أربع آلاف سنة. ويعتبر نخيل التمر أهم المحاصيل في منطقة الخليج العربي، حيث يعتبر مصدر الأمن الغذائي الوطني لتلك الدول. ويوضح العديد من الدراسات العلمية أن الاهتمام بالنخيل والتمور يحتل الأولوية في الاهتمامات الزراعية لدول الخليج العربي(Erskine W, 2006).

أما عملية الفرز والتدريج فيقصد بها تقسيم السلعة إلى أقسام بحيث تتجانس الوحدات المكونة لكل قسم. ومع تعدد الأصناف من التمور ووجود الاختلافات الجوهرية بينها تتعدد المشاكل فتوجد أصناف تتميز بصفات مناسبة للعملية التصنيعية وأخرى تتميز بصفات صالحة للتسويق طازجة. وتعتبر أهم أصناف التمور المصنعة في السعودية خلاص ١٦ % رزيز ٢١ % خضري ١٥% و السكري ١٠% أخرى ٣٨%.

حيث تنتج منطقة الخليج والتي تشمل المملكة العربية السعودية والإمارات وسلطنة عمان والكويت وقطر والبحرين حوالي ٣٠ % من الإنتاج العالمي من التمور. [http://en.wikipedia.org/wiki/Date_\(fruit\)#Fruit](http://en.wikipedia.org/wiki/Date_(fruit)#Fruit). وتحتل المملكة العربية السعودية المركز الثالث في إنتاج التمور بعد مصر وإيران (السبع، ٢٠٠٩).

وأوضح العديد من الدراسات السابقة (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، ١٩٩٩) أنه على الرغم من

ورغم تزايد الإنتاج من التمور في المملكة العربية السعودية إلا أن تسويق وتصنيع الفائض من التمور يواجه بالعديد من الصعوبات. ومع تعدد أصناف التمور في المملكة العربية السعودية تتعدد المشاكل الاقتصادية والفنية باختلاف خصائص كل صنف.

تلك الزيادات الكبيرة في الإنتاج الفائض من التمور مما يرفع الأسعار الحقيقية للتمور ويعود بالربح على كافة المزارعين.

كما أن الصادرات السعودية من التمور لأسواق الدول المتقدمة اقتصاديا مثل أوروبا وأمريكا لا تتناسب مع حجم الإنتاج أو إمكانيات التصدير بتلك الأسواق رغم ارتفاع أسعار واردات هذه الدول من التمور بينما تزداد الصادرات السعودية من التمور للدول النامية رغم انخفاض أسعارها. ويعود ذلك للمشاكل الإنتاجية والتسويقية للتمور السعودية ولذلك يجب تحديد أهم تلك المشاكل الإنتاجية والتسويقية وسبل التغلب عليها في المستقبل

هدف البحث

يهدف البحث إلى دراسة وتحديد المشاكل والعقبات الإنتاجية والتسويقية و التصنيعية واقتراح الحلول المناسبة لها بما يدعم الأصناف التصديرية وفق رغبات المستهلك الأجنبي في الأسواق الدولية بصفة خاصة ذات المردود الاقتصادي الأعلى والسعر المرتفع مثل أوروبا وأمريكا والتي لا يزيد حجم الصادرات إليها عن ٢٪ من التمور السعودية.

وفي سبيل تحقيق هذا الهدف، تمت دراسة الأهداف الفرعية التالية:

- ١- دراسة المؤشرات الإنتاجية والتسويقية للتمور بالمملكة العربية السعودية.
- ٢- تحديد الهوامش التسويقية لأهم أصناف التمور بالمملكة العربية السعودية.

الزيادة الكبيرة في إنتاج التمور منذ الثمانيات وحتى وقتنا الحاضر إلا أن تلك الزيادة في الإنتاج لم تصاحبها زيادة مماثلة في التصنيع بالإضافة إلى عدم استقرار الكميات المصنعة من التمور.

وبدراسة الوضع التصنيعي للتمور والصناعات القائمة عليها، انضح أنه يوجد في المملكة العربية السعودية ٤٣ مصنعا للتمور (العيد، ٢٠٠٨). يمثل إنتاجها ما نسبته ٩ ٪ من إجمالي إنتاج المملكة من التمور، والتي تدخل في الصناعات كعجينة تمر أو دبس مسحوق تمر صناعات غذائية متعددة (صلصة كاتشب - مايونيز - معجنات - مربات - خميرة - خل) والحلويات والأكلات الشعبية بالإضافة إلى الأعلاف للحيوانات.

مشكلة البحث

تواجه التمور السعودية العديد من المشاكل الإنتاجية والتسويقية ومن أهمها مشكلة انخفاض الأسعار الحقيقية مقارنة بمستويات السنوات السابقة وذلك لبعض أصناف المنطقة الشرقية. ومما يزيد من تدني الأسعار الحقيقية وجود منافسة بين التمور المحلية والمستوردة مع تزايد ارتفاع تكاليف الإنتاج المحلية بصفة خاصة العمالة. ومع عجز القطاع التصنيعي على امتصاص الزيادات الكبيرة في الإنتاج من التمور وعدم تناسب صادرات المملكة من التمور (٥٪) مع حجم إنتاجها، فإنه يوجد فائض في عرض التمور يزيد عن الطلب. ولذلك يوجه العديد من الأصناف لاستخدامها كأعلاف حيوانية، هذا فضلا عن ارتفاع نسبة الفاقد في الأصناف الاقتصادية. ولم يستطع حتى الآن مصنعو التمور من إنتاج منتجات جديدة تستوعب

الطريقة البحثية ومصادر البيانات

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

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 كما تم تطبيق اختبار داربن واتسون.

اختيار عينة الدراسة

تم تصميم استمارات الاستبيان لكل من المنتجين والتجار وتم تحديد عينة الدراسة وفق الأهمية النسبية لتلك المناطق الإنتاجية وذلك على مستوى المناطق ثم على مستوى المحافظات ثم على مستوى القرى للمنتجين والتجار. وقد تم تقسيم عينة الدراسة ٢٠٠ استمارة استبيان للمزارعين في المملكة العربية السعودية وفق الأهمية النسبية للمناطق الإنتاجية على مستوى المملكة وهي الرياض ٧٦ استمارة والقصيم ٥١ استمارة والمنطقة الشرقية ٤١ استمارة والمدينة ٣٢ استمارة. كما تم تحديد ٥٠ استمارة استبيان لكل من أسواق الجملة وأسواق التجزئة وتم توزيعها كما يأتي، الرياض ١٩ استمارة و القصيم ١٣ استمارة والمنطقة الشرقية ١٠

استمارات والمدينة ٨ استمارات وذلك وفق الأهمية النسبية لتلك المناطق على مستوى المملكة. وذلك للموسم الزراعي ٢٠٠٨/٢٠٠٩.

١- دراسة المؤشرات الإنتاجية والتسويقية للتمور بالمملكة العربية السعودية وإمكانيات التحسين.

تعد أشجار النخيل من أهم المحاصيل الزراعية الدائمة بالمملكة العربية السعودية. ويوجد بالمملكة العربية السعودية أكثر من ٤٠٠ صنف من التمور، إلا أن الأصناف التجارية ذات الأهمية الاقتصادية يتراوح عددها ما بين ٥٠ - ٦٠ صنفاً. وتشتهر كل منطقة إنتاجية بالمملكة بزراعة بعض الأصناف دون غيرها. وقد اكتسب المزارع السعودي خبرات تراكمية كبيرة نتيجة توارث زراعات النخيل ونقل الخبرة من جيل لآخر. وتمتد فترة حصاد التمور لحوالي ٣- ٤ أشهر تبدأ من شهر يوليو للرطب (البلح) وشهر سبتمبر للتمور الجافة، لكون بعض تلك الأصناف مبكرة أو عادية أو متأخرة النضج (الشعبي وآخرون، ٢٠٠٩).

ورغم نجاح التوسع في الإنتاج إلا أن العملية التسويقية تواجه تحديات كبيرة من أهمها عدم ملاءمة أصناف التمور للمستهلك بالدول المتقدمة كما أن المزارع السعودي مازال يحتاج إلى اكتساب الخبرات التسويقية، هذا فضلا عن عدم وجود دور فعال للتعاونيات الإنتاجية أو التسويقية حتى الآن.

وما زال التصنيع يعاني أيضا من العديد من المشاكل التي تعوق تقدمة في إنتاج صناعات تحويلية تستوعب الفائض من التمور؛ ولذلك سوف يهتم هذا الجزء بدراسة أهم المؤشرات الإنتاجية والتسويقية والتصنيعية للتمور السعودية خلال الفترة من ١٩٩٠ - ٢٠٠٧م.

داربن واتسون إلى أن النموذج المستخدم ملائم لطبيعة البيانات الإحصائية للظاهرة موضع الدراسة. كما تبين من الجدول رقم (١) أن إنتاجية النخيل تراوحت بين حد أدنى بلغ نحو ٥ أطنان/ هكتار عام ١٩٩٩، وحد أقصى بلغ نحو ٧,٣ طنًا/ هكتار عام ١٩٩٠.

وبدراسة الاتجاه الزمني العام لتطور إنتاجية النخيل في المملكة العربية السعودية خلال فترة الدراسة يتبين من المعادلة رقم (٢) والموضحة بالجدول رقم (١) أن الاتجاه العام لإنتاجية النخيل في المملكة العربية السعودية أخذ اتجاها عاما متناقصا، إلا أنه لم تثبت المعنوية الإحصائية لهذا التناقص. وتوضح قيمة (ف) المحسوبة واختبار داربن واتسون إلى عدم معنوية نتائج النموذج مما يتفق مع الواقع أن الإنتاجية للنخيل لا تأخذ اتجاها عاما متزايدا أو متناقصا وإنما تدور حول المتوسط الحسابي لها وهو ٦,٣ طنًا/ هكتار.

الجدول رقم (١). معادلات الاتجاه الزمني العام لإنتاج ومساحة وإنتاجية نخيل التمر بالمملكة العربية السعودية خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠٠٧)

(المساحة: هكتار، الإنتاجية: طن/هكتار، الإنتاج: بالطن)

رقم المعادلة	البيان	المعادلة	R ²	F	Durbin-Watson	المعنوية
<u>1</u>	الإنتاج	$\hat{Y}_i = 421136 + 39960 X_i$ (15.66)	95.3	245.3	0.48	**
<u>2</u>	الإنتاجية	$\hat{Y}_i = 6.81 - 0.0723 X_i$ (1.92-)	23.5	3.68	0.56	-
<u>3</u>	المساحة	$\hat{Y}_i = 62051 + 7319 X_i$ (12.48)	92.8	155.6	1.08	**

المصدر : حسبت من جداول رقم (١) بالملحق.

حيث:

\hat{Y}_i = القيمة التقديرية للمتغير التابع في السنة i

X_i = تشير إلى متغير الزمن في السنة i حيث i = 1, 2, 3, 18.

(*) تشير إلى معنوية معاملات الانحدار عند مستوى معنوي 0.01.

(-) تشير إلى معنوية معاملات الانحدار عند مستوى معنوي 0.05. لم تثبت معنوية معامل الانحدار.

القيمة بين القوسين تشير إلى قيمة (ت) المحسوبة.

أ) تطور إنتاج وإنتاجية ومساحة التمور على مستوى المملكة العربية السعودية خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠٠٧) تميزت المملكة العربية السعودية خلال العقد الأخيرين باتجاه متزايداً في إنتاج التمور خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠٠٧م)، ويتبين من الجدول رقم (١) أن الإنتاج تراوح بين حد أدنى بلغ حوالي ٥٢٧,٩ ألف طن وذلك عام ١٩٩٠، وحد أقصى بلغ حوالي ٩٨٢,٥ ألف طن عام ٢٠٠٧.

وتشير المعادلة رقم (١) الواردة بالجدول رقم (١) والخاصة بتطور إنتاج التمور إلى زيادة الإنتاج سنويا بنحو ٣٩,٩٦ ألف طن، بمعدل حوالي ٥,٥% من متوسط الإنتاج الكلي البالغ نحو ٧٢٧,٤ ألف طن وذلك خلال فترة الدراسة، وان ٩٥% من التغيرات الحادثة في إنتاج التمور ترجع للعوامل التي يعكس أثرها متغير الزمن، وتوضح قيمة (ف) المحسوبة ومعنوية اختبار

يبين الجدول رقم (١) مساحة وإنتاج وإنتاجية النخيل خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠٠٧). و يتبين أن مساحة النخيل تتراوح بين حد أدنى بلغ نحو ٧٢,٤ ألف هكتار عام ١٩٩٠ ، وحد أقصى بلغ نحو ١٥٥,٧ ألف هكتار عام ٢٠٠٧. و يتضح من الجدول رقم (٢) إمكانية تقسيم مناطق المملكة إلى ثلاث مجموعات. وتشمل المجموعة الأولى المناطق التي ازدادت فيها إنتاج النخيل زيادات كبيرة وتشمل الباحة و القصيم والمدينة المنورة والجوف و حائل و جازان ونجران و مكة المكرمة بحوالي ٧٧١٪ و ١٤٦٪ و ١٠٠٪ و ٩٩٪ و ٩٧٪ و ٧٤٪ و ٦٩٪ و ٥٣٪ على الترتيب. والمجموعة الثانية وتشمل المناطق التي ازداد فيها مساحة نخيل التمر زيادات متواضعة مثل المنطقة الشرقية والرياض بحوالي ١٤٪ و ١٠٪. والمجموعة الثالثة وتشمل المناطق التي انخفضت فيها مساحة نخيل التمر وهي تواجه تحدياً لتبقي مناطق رئيسة لزراعة النخيل وتحتاج إلى الدعم وإلى تحديد أسباب ذلك الانهيار في زراعات النخيل وتشمل منطقة تبوك وعسير والحدود الشمالية بحوالي ٢٣٪ - و ٤٢٪ و ٦٢٪ على الترتيب. وقد جاءت الرياض في المرتبة الأولى في إنتاج التمور في المملكة بنسبة ٢٤٪ تبعها القصيم ثم الشرقية ثم المدينة بنسب ١٦٪ ، ١٣٪ ، ١٠٪ على الترتيب وتمثل حوالي ٦٣٪. وقد تم اختيار أهم المناطق الإنتاجية للنخيل على مستوى المملكة ليتم دراستها ميدانياً من خلال استمارات الاستبيان للمزارعين والتجار.

ويبين الجدول رقم (١) معادلات الاتجاه الزمني العام لمساحة النخيل في المملكة العربية السعودية خلال نفس الفترة ، وتشير المعادلة (٣) والخاصة بتطور مساحة النخيل إلى أن هناك زيادة سنوية تبلغ نحو ٧,٣٢ ألف هكتار ، و بمعدل زيادة نسبية ٦,٢٪ من متوسط المساحة الكلية لذلك المحصول وبالباغة نحو ١١٧,٦ ألف هكتار وذلك خلال فترة الدراسة. وتشير قيمة معامل التحديد إلى أن نحو ٩٣٪ من التغيرات الحادثة في إجمالي مساحة النخيل ترجع إلى العوامل التي يعكس أثرها متغير الزمن ، بينما توضح قيمة (ف) المحسوبة ومعنوية اختبار داربن واتسون أن النموذج المستخدم ملائم لطبيعة البيانات الإحصائية للظاهرة موضع الدراسة .

ب) الأهمية النسبية لمساحة النخيل على مستوى

مختلف المناطق الإنتاجية بالمملكة العربية السعودية

يعتبر نخيل التمر أهم المحاصيل الزراعية السعودية للأمن الغذائي السعودي الوطني. وتواجه زراعة التمور في المملكة عديداً من الفرص المستقبلية الواعدة وكذلك أيضاً عديداً من التحديات. فهناك العديد من فرص التوسع في زراعته في العديد من المناطق حيث تشير التحليلات الإحصائية إلى نجاح زراعته في العديد من المناطق، ووجود العديد من التحديات البيئية والمائية والاقتصادية والاجتماعية في بعض المناطق السعودية الأخرى والتي تهدد استمرار زراعته.

الجدول رقم (٢). الأهمية النسبية لمساحة النخيل للمناطق الإنتاجية بالمملكة العربية السعودية خلال الفترة ١٩٩٨ - ٢٠٠٧م.

السنة	الرياض	مكة المكرمة	المدينة المنورة	القصيم	الشرقية	عسير	تبوك	حائل	الحدود الشمالية	جازان	نجران	الباحة	الجوف	الإجمالي
1998	37302	7190	9518	15150	11700	9850	3412	8350	29	133	1844	162	2320	106960
1999	34283	8865	18653	33094	13543	9198	4466	12128	14	318	3112	636	3260	141570
2000	35352	8510	16350	35340	13750	8923	4523	12525	16	125	3235	345	3456	142450
2001	33552	9191	17181	33728	12085	8061	4464	12653	17	318	3078	698	4073	139099
2002	33432	9072	17536	34402	11766	8016	4715	12924	8	318	3045	680	4065	139979
2003	33128	8981	18199	34277	11043	8392	4678	13979	12	205	3438	127	4378	141422
2004	37361	9773	18819	35808	11639	7154	4437	14889	14	166	3390	963	4389	148802
2005	38409	10686	19384	34176	11221	6569	3952	17000	12	186	3146	1253	4750	150744
2006	39663	10050	18529	34821	12819	6310	2988	17728	9	207	3143	1496	4639	152402
2007	40971	10997	19019	37272	13288	5712	2630	16456	11	231	3124	1411	4612	155734
% للتغير	10%	53%	100%	146%	14%	-42%	-23%	97%	-62%	74%	69%	771%	99%	46%
الأهمية النسبية	26.3	7.1	12.2	23.9	8.5	3.7	1.7	10.6	0	0.1	2	0.9	3	100%

المصدر: حسب من بيانات وزارة الزراعة وكالة الوزارة لشؤون الأبحاث والتنمية الزراعية، ادارة التخطيط والاحصاء.

ج) التوزيع الجغرافي لإنتاجية التمور على مستوى مناطق المملكة

ومن أهم العوامل المؤثرة على إنتاجية التمور ما يقوم به المزارع من خدمات إنتاجية وتسويقية والتي تعتمد على خبرة المزارع نفسه. ومن خلال نتائج البحث الميداني اتضح اختلاف الخدمات الإنتاجية والتسويقية من منطقة لأخرى حيث يقوم جميع المزارعين بعمليات الخدمة الأساسية من زراعة الشتلات وتسميد وري وتلقيح ولكن هناك خدمات إنتاجية للنخلة منها ما يحسن جودة الإنتاج وصفاته ومنها ما يحمي النخيل والتمور من الإصابات المرضية. ومن هذه الخدمات الإضافية التكريب وقص الشماريخ وتكيس العذوق.... الخ. ومن أهم العمليات الزراعية التي يقوم بها المزارع التلقيح وخف الثمار وتعديل وتسنيد وتكميم (تكيس) العزوق (رمزي، ٢٠٠٨).

ويعتمد قيام المزارعين بتلك الخدمات إنتاجية إضافية على خبرة المزارعين بتلك المناطق الإنتاجية،

تعتبر التكنولوجيا الحيوية والكيميائية من أهم وسائل زيادة الإنتاجية ومن أهم التكنولوجيا الأصناف عالية الإنتاجية (ريحان، ٢٠٠٤). وقد اتضح من تحليل الأهمية النسبية لأصناف التمور تعدد و اختلاف أصناف الرطب وأصناف التمر من منطقة إنتاجية لأخرى. وتختلف الإنتاجية لهذه الأصناف نتيجة لعدة اختلافات أهمها الاختلافات في الصفات الوراثية للأصناف والاختلاف في الظروف الإنتاجية بكل منطقة ومن أهمها العوامل البيئية، حيث تتميز المملكة العربية السعودية بتعدد أصناف التمور واختلاف إنتاجيتها وصفاتها سواء اللون أو الحجم أو المذاق أو نسبة السكريات والصلابة والتقشير للثمرة وغيرها من الصفات والخصائص التي يمكن أن تساعد أو تعوق العملية التصنيعية.

إنتاجية التمور في المناطق الإنتاجية المختلفة بالمملكة، حيث قدرت قيمة F المحسوبة بحوالي ٣٤.

ويمكن تقسيم المناطق الإنتاجية إلى مجموعتين. المجموعة الأولى وهي التي حققت إنتاجية أعلى من متوسط المملكة وهي مناطق (الشرقية - عسير - الجوف - تبوك - مكة المكرمة - الحدود الشمالية) بمتوسط قدره ١٠,٣ و ٩,٦ و ٨,٨ و ٧,٣ و ٧,١ و ٦,٤ طن / هكتار. والمجموعة الثانية وهي التي حققت إنتاجية أقل من متوسط المملكة.

وهي مناطق (الرياض - حائل - المدينة - نجران - القصيم - الباحة - جازان) بمتوسط قدر بحوالي ٦,١ و ٥,٩ و ٥,٣ و ٤,٩ و ٤,٢ و ٤,٢ و ١ هكتار. ويعود ذلك لعدة أسباب أهمها اختلاف إنتاجية الأصناف حيث تخصص المناطق الإنتاجية في أصناف محددة توجد فيها دون غيرها و تشتهر بزراعتها وإنتاجها وهذا ما تؤكدته نتائج الدراسة الميدانية. ومن الجدير بالذكر ان انخفاض الإنتاجية بمناطق مثل الرياض والقصيم يعود إلى أنها مناطق زراعات نخيل جديدة لذلك تتميز بانخفاض متوسط اعمار النخيل، حيث تم التوسع في زراعة النخيل بالرياض والقصيم حديثا بينما ارتفاع الإنتاجية بالمنطقة الشرقية يعود إلى أنها مزارع في معظمها قديمة ومتوسط أعمار النخيل مرتفع. هذا فضلاً عن الاختلافات الراجعة لتأثير البيئية والتربة من منطقة لأخرى.

الجدول رقم (٣). متوسط الإنتاجية موزعة وفق المناطق الإنتاجية على مستوى المملكة (الإنتاجية بالطن للهكتار).

المناطق السنوات	الرياض	مكة	المدينة	القصيم	الشرقية	عسير	تبوك	حائل	الحدود الشمالية	جازان	نجران	الباحة	الجوف	متوسط المملكة
2001	6.2	6.9	5.3	3.7	8.6	10.0	6.1	5.5	3.6	0.5	4.4	5.0	7.8	5.9
2002	6.3	7.7	5.1	3.8	8.9	10.3	5.9	5.3	8.3	0.4	4.4	4.4	7.3	5.9
2003	6.4	7.6	5.4	4.0	10.7	9.6	6.3	6.1	7.0	1.5	4.1	3.8	8.1	6.3
2004	5.7	7.1	5.4	4.5	11.1	10.2	6.8	6.5	4.9	1.3	5.3	3.7	10.5	6.3
2005	5.8	6.1	5.2	5.1	12.0	7.7	11.3	6.1	8.4	1.3	6.4	4.0	10.4	6.4
المتوسط	6.1	7.1	5.3	4.2	10.3	9.6	7.3	5.9	6.4	1.0	4.9	4.2	8.8	6.2

المصدر: جمعت وحسبت من: وزارة الزراعة وكالة الوزارة لشؤون الأبحاث والتنمية الزراعية إدارة الدراسات والتخطيط والإحصاء.

حيث أوضحت نتائج عينة الدراسة قيام بعض المناطق بالعمليات الإنتاجية الإضافية وعدم قيام مزارعي بعض المناطق الأخرى بها ولكل أسبابه حيث تختلف من منطقة إنتاجية لأخرى. فقد وجد أن المنطقة الشرقية يقومون بالتكريب للنخيل وذلك لحماية النخيل من ترسب مياه الأمطار على الجذع مما يؤدي لتعفنه بينما لا يقوم مزارعو القصيم والرياض بالتكريب على أساس أن التكريب يعتبر عاملاً طبيعياً يمنع ويعوق الإصابة بسوسة النخيل الحمراء وأن إزاله الكرب أكثر ضرراً من الإبقاء عليها. بل إن بعض العمليات الإنتاجية تختلف في طريقة أدائها من منطقة لأخرى. فعملية التقويس أو التدلية تجري في منطقة القطيف باستخدام الحبال المخصصة لذلك مما يؤدي لحماية الثمار من السقوط على الأرض عند الحصاد حيث يتم ادخال الثمار بالكامل داخل كيس ويتم قص العذق بينما في منطقة الاحساء يتم تدلية العذوق على السعف مما يوفر ثمن الحبال ولكن عند الحصاد يتم سقوط نسبة أكبر من الثمار على الأرض مما يزيد من نسبة الفاقد. وتعتبر العمليات الإنتاجية الإضافية مثل قص الشمرخ وتدلية العذوق وتكيس العزوق من أهم العمليات التي تؤدي إلى تحسين جودة وصفات المنتج وتقلل الفاقد في الإنتاج.

ويوضح الجدول رقم (٣) متوسط إنتاجية الهكتار من التمور في المناطق الإنتاجية للمملكة خلال الفترة من ٢٠٠١- ٢٠٠٥ م. وقد اتضح من دراسة تحليل التباين الجدول رقم (٤) ثبوت معنوية الاختلافات بين متوسط

الجدول رقم (٤). تحليل التباين لإنتاجية المناطق المختلفة بالمملكة العربية السعودية.

المحسوبة F	متوسط مجموع المربعات	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحرافات	مصدر الاختلاف
34	37.2	12	446	بين المناطق الإنتاجية
	1.1	65	71.2	داخل المناطق الإنتاجية
		77	517.2	المجموع

السلج بالرياض حوالي ٩٧٪ والقصيم بحوالي ٢٪.

وتركزت زراعة نبوت سيف بالرياض بنسبة حوالي ٨٦٪ والقصيم حوالي ٦٪ وحائل حوالي ٥٪. وتركزت زراعة حلوة في حائل والجوف والمدينة والشرقية والرياض بحوالي ٣٦٪ و ٢٥٪ و ١٥٪ و ٥٪ و ٤٪ على التوالي. وتختلف الإنتاجية لنخيل التمر مع تعدد أصناف الرطب وأصناف التمر واختلاف الظروف الإنتاجية والبيئية بكل منطقة.

هـ) الإنتاج والاستهلاك ونسبة الاكتفاء الذاتي في التمور

للمملكة العربية السعودية خلال الفترة من ١٩٩٠ - ٢٠٠٧. يوضح الجدول رقم (٦). الاستهلاك الكلي والفردى والإنتاج والصادرات والواردات وكذلك نسبة الاكتفاء الذاتي من التمور، حيث يتضح تحسن كافة بيانات الإنتاج والاستهلاك والصادرات والواردات خلال فترة الدراسة حيث اتضح أن إنتاج التمور ازداد بنسبة ٨٦٪ وانخفضت الواردات بنسبة ٦٤٪ وازدادت الكمية المصدرة بنسبة ١٤٠٪ وازداد الاستهلاك الفردي الظاهري بنسبة ٢٠٪ وزادت نسبة الاكتفاء الذاتي بنسبة ٢٪ خلال الفترة من ١٩٩٠ - ٢٠٠٧م.

د) الأهمية النسبية لأصناف النخيل في المناطق الإنتاجية بالمملكة العربية السعودية.

يوضح الجدول رقم (٥) الأهمية النسبية لأشجار النخيل حسب أهم الأصناف على مستوى مناطق المملكة عام ٢٠٠٤م. حيث يتضح تعدد أصناف التمور واختلاف أهميتها النسبية من منطقة إنتاجية لأخرى في عينة الدراسة. وتختلف الصفات الإنتاجية لتلك الأصناف، حيث يفضل المستهلك بعضها للاستهلاك في مرحلة الرطب، بينما يفضل أن تصل الأصناف الأخرى لمرحلة التمر.

ويتضح من دراسة الأهمية النسبية لأهم أصناف التمر بالمملكة تركيز حوالي ٩٧٪ من صنف خلاص في منطقتين المنطقة الشرقية والوسطى حيث تركزت زراعته بنسبة حوالي ٦٠٪ في المنطقة الشرقية ثم الرياض والقصيم بنسبة حوالي ٣٣٪ و ٤٪ على التوالي. وتركزت زراعة الرزيز بالمنطقة الشرقية بنسبة حوالي ٨٤٪ والرياض بنسبة حوالي ٦٪. وتركزت زراعة السكري بالقصيم بنسبة حوالي ٨٦٪ ثم الرياض بحوالي ١٠٪. وتركز البرحي بالقصيم بنسبة حوالي ٥٠٪ ثم الرياض بحوالي ٣٣٪. وتركز صنف منيفي بالرياض بنسبة ٩٤٪ والقصيم بنسبة حوالي ٤٪. وتركزت زراعة

الجدول رقم (٥). الأهمية النسبية لأشجار النخيل حسب أهم الأصناف على مستوى مناطق المملكة عام ٢٠٠٤م (%).

المنطقة	خلاص	رزيز	سكري	برحي	منيفي	سليح	نبوت سيف	حلوة	أصناف أخرى	الجملة
الرياض	33.03	6.17	9.68	32.5	94.09	96.73	86	4.35	16.41	21.55
مكة المكرمة	0.11	0.02	0.21	0.32	0.82	0.11	0.03	0.52	13.91	9.23
المدينة المنورة	0.06	0.1	1.07	2.03		0.13	0.5	15.27	16.48	11.91
القصيم	4.14	9.05	85.76	50.21	3.56	2.14	6.28	5.39	12.56	16.17
الشرقية	60.11	84.26	0.38	1.17	0.28	0.09	0.23	0.28	6.8	13.36
عسير		0.04	0.003	0.03	0.04	0.01		0.09	18.05	11.86
تبوك	0.07	0.09	0.42	7.59	0.49	0.26	0.58	13.2	3.25	3.25
حائل	0.37	0.26	2.33	3.89	0.21	0.44	4.89	35.94	6.41	6.81
الحدود الشمالية	0.02		0.03	0.01		0.01	0.01	0.04	0.002	0.01
جازان	0.001		0.03		0.05	0.02			0.006	0.04
نجران	0.43	0.01	0.05	2.2	0.08	0.003	0.19	0.02	3.23	2.27
الباحة						0.002			0.81	0.53
الجوف	1.66	0.001	0.04	0.05	0.38	0.06	0.32	24.9	1.94	3.01
المملكة	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

المصدر: جمعت وحسبت من: وزارة الزراعة وكالة الوزارة لشؤون الأبحاث والتنمية الزراعية إدارة الدراسات والتخطيط والإحصاء.

الجدول رقم (٦). الإنتاج والاستهلاك ونسبة الاكتفاء الذاتي في التمور للمملكة العربية السعودية خلال الفترة من ١٩٩٠ - ٢٠٠٧م.

السنة	إنتاج التمور بالطن	واردات التمور بالطن	صادرات التمور بالطن	الاستهلاك الكلي بالآلف طن	الفاقد %٧ (بالآلف طن)	غذاء الإنسان (الآلف طن)	عدد السكان	متوسط نصيب الفرد (كجم)	نسبة الاكتفاء
1990	527881	4346	20299	511.9	35.8	476.1	16 259	29.3	1031
1991	528074	300	18272	510.1	35.7	474.4	16 742	28.3	1035
1992	552493	160	18428	534.2	37.4	496.8	17 143	29	1034
1993	563008	172	18181	545	38.1	506.8	17 498	29	1033
1994	567762	0	16622	551.1	38.6	512.6	17 856	28.7	1030
1995	589261	0	34323	554.9	38.8	516.1	18 255	28.3	1062
1996	616908	30	30846	586.1	41	545.1	18 704	29.1	1053
1997	649239	0	25310	623.9	43.7	580.3	19 194	30.2	1041
1998	648000	82	24852	623.2	43.6	579.6	19 718	29.4	1040
1999	712000	210	7100	705.1	49.4	655.8	20 260	32.4	1010
2000	734844	109	28248	706.7	49.5	657.2	20 808	31.6	1040
2001	817887	86	31881	786.1	55	731.1	21 363	34.2	1040
2002	829540	733	33925	796.3	55.7	740.6	21 927	33.8	1042
2003	884088	1978	34875	851.2	59.6	791.6	22 496	35.2	1039
2004	941293	2814	47535	896.6	62.8	833.8	23 059	36.2	1050
2005	970488	2788	51098	922.2	64.6	857.6	23 613	36.3	1052
2006	977036	2265	44087	935.2	65.5	869.7	24 153	36	1045
2007	982546	1568	48762	935.4	65.5	869.9	24 680	35.2	1050
%	%86	%-64	%140	%83	%83	%83	%52	%20	%2

المصدر: منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة FAO.

٢- أسعار أهم أصناف التمور والكفاءة التسويقية لها بعينة الدراسة

يتوقف نجاح العمليات التسويقية بدرجة كبيرة على مدى ملاءمة المنتج لطلب المستهلك وتفضيلاته، ولذلك تبدأ العملية التسويقية من بداية العملية الإنتاجية فيتم اختيار الأصناف التي تزرع على أساس دراسات طلب المستهلك محليا ودوليا. ويوضح عدد كبير من العلماء والباحثين أن أهم العوامل المحددة للقدرة التنافسية في الأسواق العالمية هي المستوى التصنيعي للمنتج والمستوى الإنتاجي للمزرعة. (Rumelt, 1991; Lado et al., 1992; Amit and Schoemaker, 1993; Dyer and Singh, 1998, Lloyd, 2001).

وتعتبر الزراعة العضوية للنخيل من أهم متطلبات الأسواق الخارجية بالدول المتقدمة اقتصاديا. وهي تعرف بأنها طريقة لإنتاج المواد الغذائية دون اللجوء والاعتماد على الأسمدة والمبيدات والهرمونات والتغيرات الجينية عن طريق الهندسة الوراثية مع المحافظة على البيئة والأخذ في الاعتبار القدرة الطبيعية للتربة والنبات لإنتاج غذاء ذي مواصفات جيدة وذو قيمة صحية عالية (الخطيب، وآخرون، ٢٠٠٦).

وفي الواقع يختار المزارع الأصناف وفق اعتقاده دون دراسة أو تدخل حكومي أو إرشاد من جمعيات تعاونية مما يؤدي لمشاكل تسويقية فيما بعد لبعض الأصناف نتيجة زيادة العرض عن الطلب. وتبدأ العملية التسويقية للتمور بعد اكتمال نضجها على أشجار النخيل، حيث يقوم المزارع بإحدى مرحلتين، مرحلة التمر الرطب أو البسر، ومرحلة التمر الجاف. تبدأ مرحلة التمر الرطب (الطازج) أو البسر في الأيام الأولى من النضج بعد تحول لون الثمار من الأخضر إلى الأصفر أو الأحمر، ويكون ذلك في بداية شهر يوليو

من كل عام، حيث يتم جمع أجزاء من التمر الرطب الطازج في صناديق خاصة صغيرة الحجم غالبا ما يكون زنة الصندوق كيلو جرام واحد، لتباع في المزرعة لتجار الجملة أو المستهلك مباشرة أو ينقلها المزارع لبيعها في أسواق الجملة لبيعها إلى تجار التجزئة. وعادة ما تكون الأسعار مرتفعة في بداية الموسم، ثم تبدأ في الانخفاض بشكل تدريجي لتعاود الارتفاع مرة أخرى في نهاية الموسم. وتشكل نسبة الكمية المقطوفة خلال تلك المرحلة حوالي ٥% من حجم التمر على الأشجار، وذلك لأن الثمار الطازجة تكون قابلة للتلف ولا تتحمل التخزين لفترة طويلة

وفي السنوات الأخيرة لجأ بعض التجار إلى استخدام التثليج العالي لكمية من هذه الثمار للاحتفاظ بها لفترة أطول وبيعها في فترات تالية. وهذه المرحلة قصيرة المدة لكل صنف ولا تتجاوز أسابيع، إلا أنه نظراً لتعدد الأصناف وتنوعها فإنه يوجد منها المبكر والمتاخر النضج وتستغرق عملية الجني ثلاثة أشهر. وفيما يتعلق بمرحلة التمور الجافة فتتم بترك المزارع للتمور على أشجارها بعد تلونها لفترة لا تقل عن شهرين، تتحول الثمار خلالها إلى اللون الغامق وهو لون الثمار الجافة. ويتم تسويق التمور الجافة محليا بأسلوبين وذلك كما يتضح من الشكل رقم (٣). أولهما بيع المنتج كما هو دون إجراء أي خدمات تسويقية، ويتم البيع بالمزرعة لتجار متخصصين في هذا المجال، حيث يبيع التمور على النخل وذلك بعد تقدير السعر التقريبي للمزرعة من خلال حساب متوسط إنتاجية النخلة لكل صنف مضروب في متوسط سعر الصنف في عدد الأشجار. ويفضل البيع للتمور على النخل في حالات كثيرة بسبب عدم التفريغ أو كبر السن للمزارع وانشغال

الخارجي الخاص للأفراد وفقاً لتعاقدات خاصة، ليجتجه لسوق التجزئة بتلك الدول.

إن دراسة الصفات والخصائص المختلفة لكل صنف مثل الحجم واللون ونسبة الرطوبة والليونة والصلابة ونسبة السكريات والقشرة ودرجة قبول المستهلك المحلي والأجنبي لذلك الصنف من أهم العوامل التي تؤدي لتزايد نجاح أو فشل الصنف في التسويق محلياً أو دولياً.

ويعتبر السعر أهم المعايير الاقتصادية لنجاح الصنف في التسويق حيث يعتبر مؤشراً صادقاً عن مستوى الطلب لأي صنف من التمور. فارتفاع السعر للصنف مثل الصقعي والخضري يعني بالضرورة ازدياد الطلب عن العرض مما يوضح نجاح الصنف في التسويق. بينما انخفاض السعر يعني بالضرورة انخفاض الطلب على تلك الأصناف مثل الإخلاص والرزيز من المنطقة الشرقية مما يعني وجود مشكلة فائض في تلك الأصناف دون غيرها. وعلى ذلك سوف يتعامل البحث مع التمور ليس كأنها منتج واحد بل عديد من الأصناف التي تتميز عن بعضها البعض ويمثل كل منها منتجاً منفصلاً وطبلاً منفصلاً عن باقي الأصناف وذلك وفقاً للخصائص المميزة لكل صنف.

و بدراسة الفروق والكفاءة التسويقية يمكن التعرف على مدى عدالة ما تحصل عليه الهيئات التسويقية المختلفة من سعر التجزئة مقابل ما تؤديه من خدمات، ومدى ما يحققه الوسطاء من أرباح خلال المراحل المختلفة وذلك مقارنة مع ما يحصل عليه المنتج وهو الأمر الذي يساعد على التعرف على نصيب كل من المنتج والمسوق من سعر المستهلك ويساهم في تقييم العملية التسويقية ومدى

الأولاد بوظائف أخرى وارتفاع تكلفة العمالة. ويتوجه معظم المزارعين لبيع التمور بسوق الحرج أو بإرسالها إلى أسواق الجملة، وهي الحالة الأكثر انتشاراً بين المزارعين، وفي كلتا الحالتين يقوم تجار الجملة بإجراء الخدمات التسويقية المختلفة من فرز وتدرج وتنظيف وتعبئة في عبوات مختلفة للاستهلاك المحلي أو التصنيع أو التصدير للخارج. ويتراوح وزن العبوات المنتجة من المصانع من ١ - ٥ كيلو جرامات وذلك حسب نوعية وجودة التمور، فتقل حجم العبوة للأصناف الممتازة وتزداد للأصناف الأقل جودة. وفي بعض الأحيان تتم إضافة السمسم أو خلافه بهدف تحسين الطعم والنكهة الخاصة، أو يتم حشو التمر ببعض أنواع المكسرات في الأنواع الفاخرة مثل الصقعي والخضري.

أما الأسلوب الثاني للتسويق المحلي فيتم بقيام المزارع بإرسال التمور المجمععة إلى المصانع لإتمام الخدمات التسويقية المختلفة لتعود إليه مرة أخرى ليقوم بتسويقها وبيعها بأسواق الجملة أو التجزئة. وهذه الحالة أقل انتشاراً بين المزارعين، وتتم للقادرين على تحمل قيمة تلك الخدمات التي تقوم بها المصانع. (الشعبي، شحاتة ، ٢٠٠٩). أما بالنسبة للجزء من التمور المتجه للأسواق الخارجية، فيتم تسويقه أيضاً باتجاهين أولهما يتجه لمصانع التعبئة الحكومية وفقاً لتعاقدات مسبقة لإعداده وتجهيزه ليتم تصدير أجزاء منه إلى الدول المستفيدة من برنامج إعانات هيئة الأمم المتحدة وتمثل ثلث الكمية المعدة تقريباً، أما باقي الكمية فتتجه للجمعيات الخيرية وإمارات المناطق لتوزع على المحتاجين داخل المملكة. أما الاتجاه الثاني فيكون لمصانع التعبئة الخاصة لإعداده وتجهيزه للتصدير

متوسط سعر صنف الخلاص ٦,٥ ريالاً /كجم ثم الشيشي والرزيز بمتوسط قدره ٣، ٢,٥ ريالاً /كجم على التوالي حيث يتزايد العرض عن الطلب وتعاني أسعار تلك الأصناف من الانخفاض. وبحساب الفروق التسويقية المطلقة بين السعر المزرعي وأسعار التجزئة يتضح أن أعلاها كانت لصنفي الصقعي والسكري ٥ريالات/كجم.

ثم الخلاص والشيشي والرزيز ريال /كجم على ٣,٥، ٣، ٢,٥ ويختلف الترتيب للفروق النسبي ليكون في أعلى مستوياته بنسبة ٥٦ % لصنف الرزيز ويليه صنف الشيشي ٥٠% ريال /كجم على الترتيب ثم الخلاص والسكري والصقعي بنسبة ٣٥%، ٣١%، ٣٣% على الترتيب. مما سبق يتضح بصفة عامة ارتفاع الفروق التسويقية لأصناف التمور، حيث تراوحت ما بين ٥٦ % لصنف رزيز كحد أقصى و ٣١ % كحد أدنى لصنف الصقعي.

عدالة توزيع نصيب المنتج بالنسبة لنصيب الهيئة التسويقية نظير ما تقدمه من خدمات تسويقية وهو ما يؤدي لرفع الكفاءة التسويقية وتحقيق الرفاهية الاقتصادية للمجتمع بصفة عامة. والفروق التسويقية هي عبارة عن الفرق بين الأسعار المدفوعة والأسعار المستلمة بواسطة الهيئات التسويقية المختلفة، وهي إما أن تكون في صورة مطلقة وإما أن تكون في صورة نسبية مئوية. والفرق المطلق عبارة عن الفرق في صورة مطلقة معبراً عنه بالريالات للوحدة الوزنية أما الفرق المئوي فهو عبارة عن الفرق المطلق منسوباً لسعر البيع.

وبين الجدول رقم (٧) الأسعار المزرعية وأسعار الجملة والتجزئة لأهم أصناف التمور بعينة الدراسة، حيث يرتفع السعر المزرعي لصنف الصقعي ليصل إلى ١١ ريالاً /كجم يليه صنف السكري بمتوسط قدره ١٠ريالات/كجم كمتوسط لعينة الدراسة، ويعود ذلك لتزايد الطلب على هذين الصنفين. بينما بلغ

الجدول رقم (٧). الأسعار المزرعية والجملة والتجزئة والكفاءة التسويقية لأهم أصناف التمور بالمملكة العربية السعودية.

الصنف	سعر المزارع	سعر الجملة	سعر المستهلك	الفرق المطلق % نصيب الهيئة التسويقية	الكفاءة التسويقية*
رزيز	2	3	4.5	2.5	56%
شيشي	3	4	6	3	50%
خلاص	6.5	8	10	3.5	35%
سكري	10	12	15	5	33%
صقعي	11	12	16	5	31%

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة.

الفروق التسويقية

* الكفاءة التسويقية = 100 - (----- x 100).

الفروق التسويقية + متوسط تكلفة إنتاج الوحدة

والصناعية إلا أن التنوع في الصادرات واعتماد المملكة على مصادر متعددة للنقد الأجنبي يزيد من قوة الاقتصاد وقدرته على مواجهة كافة المتغيرات. وعلى ذلك تعمل المملكة العربية السعودية على تطوير الإنتاج الزراعي وزيادة الصادرات بصفة خاصة من المحاصيل الواعدة مثل التمور السعودية بمختلف أصنافها.

حيث حقق القطاع الزراعي في المملكة العربية السعودية تقدم كبير خلال الفترة من ١٤١٧-١٤٢٦هـ (١٩٩٦-٢٠٠٥م) حيث زاد الناتج الزراعي (بالأسعار الثابتة لعام ١٩٩٩) باستمرار. وكان أقل قيمة له في سنة ١٤١٧ هـ (١٩٩٦م) بمقدار ٣٣٣٧١ مليون ريال وبلغ أقصى قيمة له في سنة ١٤٢٦ هـ (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 في سنة ١٤٢٦هـ (٢٠٠٥م) ٧,٦ % وكانت نسبة مساهمته في إجمالي القطاعات ٥,١ % (وزارة الاقتصاد والتخطيط في المملكة العربية السعودية - المكتبة الإلكترونية).

ويوضح الجدول رقم (٨) أهم الأصناف المصدرة من التمور السعودية. حيث يتضح أن دول الخليج العربي تفضل أصناف الإخلاص والرزيز والشيشي. وتبلغ النسبة المئوية لصادرات التمور السعودية إلى منطقة الخليج حوالي ٢٤% من إجمالي صادرات التمور السعودية سنة ٢٠٠٠م. بينما تفضل اليمن المشكلات (مختلف الأصناف) بالإضافة إلى الموحد (خليط من الأصناف معا) حيث تعتبر اليمن أكبر الدول المستوردة للتمور من السعودية فقد بلغت النسبة المئوية لواردات اليمن من التمور السعودية ٤٩ % من إجمالي صادرات

وبدراسة الكفاءة التسويقية لأهم أصناف التمور اتضح انخفاض الكفاءة التسويقية لجميع الأصناف. حيث بلغت الحد الأعلى لصف الرزيز ٥٨% والحد الأدنى ٤١ % لصفني السكري والصفعي بينما بلغت الكفاءة التسويقية لصفني الشيشي والإخلاص ٥٤,٠ و ٥٠,٠ على الترتيب. ويعود ذلك لعدة أسباب أهمها:

- ١- ارتفاع نصيب الهيئة التسويقية من سعر المستهلك.
- ٢- عدم اهتمام المزارع بالخدمات التسويقية مثل الفرز والتدريج والمماثلة والتعبئة والتخزين.
- ٣- تركيز النشاط التصنيعي في تعبئة التمور لما له من عائد سريع وسهولة في الأداء وقلة في المخاطر الاستثمارية.
- ٤- مازالت العملية التصنيعية للتمور غير قادرة على التوسع في إنتاج منتجات تحويلية عالية القيمة. فعملية إنتاج الخميرة أو الكحول الطبي أو السكريات الأحادية أو إنتاج السكروز (السكر المكرر) للاستهلاك العائلي أو التجاري تواجه بمشاكل عديدة أهمها عدم توفر التقنيات المحلية المناسبة واعتمادها كليا على التقنيات الأجنبية. وازدياد نسبة المخاطر المالية في مثل هذه الأنواع من الاستثمارات مقارنة بنشاط تعبئة التمور.

٥- عدم وجود جمعيات تعاونية إنتاجية أو تسويقية أو تصنيعية فاعلة في قطاع التمور السعودي تستطيع أن تبني وتنظم العمليات الإنتاجية أو التسويقية أو التصنيعية يزيد من ضعف الكفاءة لهذا القطاع ويرفع نسبة الفاقد من التمور.

٣- أهم أصناف التمور السعودية المصدرة

على الرغم من انخفاض الأهمية الاقتصادية للصادرات الزراعية مقارنة بالصادرات البترولية

التمور السعودية سنة ٢٠٠٠م . وكانت أهم الأصناف ١٢٪ سنة ٢٠٠٠م . وتفضل الدول الآسيوية الخضري المصدرة لسوريا ولبنان والأردن الخضري والصقعي والخشم والبحري والمنيفي بينما تمثل أهم الأصناف وبلغت واردات هذه الدول من التمور السعودية حوالي المصدرة إلى أوروبا الخضري و الصقعي و البرني .

الجدول رقم (٨). أهم أصناف التمور المصدرة إلى مختلف المناطق الاستهلاكية للتمور السعودية في العالم.

المنطقة	أهم الأصناف المفضلة	٪ من صادرات التمور السعودية	ملحوظات على المنتج
الصادرات لدول الخليج	(الخلاص، رزيز، شيشي).	24 %	تعتبر من الأسواق التقليدية التي يجب الحفاظ عليها وزيادة النصيب السوقي بها.
اليمن	(مشكلات وموحد).	49 %	تعتبر من الأسواق التقليدية التي يجب الحفاظ عليها وزيادة النصيب السوقي بها.
سوريا ولبنان والأردن	(خضري، صقعي)	12 %	تعتبر من الأسواق التقليدية التي يجب الحفاظ عليها وزيادة النصيب السوقي بها.
التصدير لآسيا	(خضري، خشم، بحري، منيفي)	5 %	تعتبر من أهم الأسواق الواعدة لكبر حجم السكان و تحتاج لمزيد من الجهد بصفه خاصة الدول الصاعدة اقتصاديا مثل الصين والهند.
التصدير لأوروبا	(خضري، صقعي، برني). محشو بالمشكبات أو الشيكولاتة و غير محشو.	2 %	تتزايد معايير الجودة بها وتفشل بعض الشحنات في الاختبارات والفحوصات إلا أنها أعلى الأسواق في سعر الطن المصدر.
دول أخرى	(مشكلات وموحد).	8 %	

المصدر: بيانات العينة عينة الدراسة على مستوى المملكة العربية السعودية خلال ٢٠٠٨/٢٠٠٩.

٤- المشاكل الإنتاجية والتسويقية لأهم أصناف التمور بالمملكة العربية السعودية.

أ) المشاكل الإنتاجية لأهم أصناف التمور بالمملكة العربية السعودية

أوضحت تحليلات بيانات العينة أن ملكية مزارع النخيل تعتبر من التقاليد المتوارثة والتي تحقق الأمن الغذائي والوضع الاجتماعي المتميز بالإضافة إلى الاستثمار الزراعي وقد لوحظ تحول نسبة متزايدة من المزارع لاستراحات للإيجار نظراً لارتفاع العائد الاقتصادي مقارنة بالعائد من زراعه النخيل. ومن الجدير بالذكر ان حوالي ٨٠ ٪ من عينة الدراسة يعتمدون على العمالة الأجنبية في أداء كافة العمليات

وعلى ذلك يجب تدعيم الأصناف التصديرية وفقاً لرغبات المستهلك الأجنبي في الأسواق الدولية بصفة خاصة ذات المردود الاقتصادي الأعلى والسعر المرتفع مثل أوروبا وأمريكا.

والخلاصة أن الصادرات السعودية لأسواق الدول المتقدمة اقتصاديا مثل أوروبا وأمريكا تنخفض رغم ارتفاع أسعار وارداتها من التمور وتزداد الصادرات السعودية من التمور للدول النامية رغم انخفاض أسعارها. ويعود ذلك للمشاكل الإنتاجية والتسويقية للتمور السعودية؛ ولذلك يجب تحديد أهم تلك المشاكل الإنتاجية والتسويقية وسبل التغلب عليها ليتم كاساس لبناء وتنفيذ خطة لتطوير قطاع إنتاج وتسويق التمور السعودية في المستقبل .

المزارع السعودي بعمل الخدمات التسويقية المختلفة عدا فرز المحصول لتمور للاستهلاك الأدمي وتمور أعلاف. حيث أوضحت نتائج العينة أن ٧٠ ٪ من عينة الدراسة من المزارعين يقومون بعملية الفرز فقط للمحصول إلى تمور للاستهلاك الأدمي جيدة وأخرى تشمل المتساقط والمصاب والصغير وبعض الأصناف غير المرغوبة من قبل المستهلك تسوق كأعلاف للحيوانات. ويعتبر إهمال المزارع السعودي لباقي الخدمات التسويقية مثل التدرج والتعبئة والتخزين أهم أسباب انخفاض الكفاءة التسويقية للتمور السعودية. وقد لوحظ ان الخدمات الإنتاجية و التسويقية تختلف من منطقة إنتاجية لأخرى مما يؤثر على الكفاءة الإنتاجية والتسويقية فنجد ارتفاع أسعار الإخلاص المنتج من المنطقة الوسطي الرياض والقصيم (١٢ريالاً/كجم) بالمقارنة بالإخلاص المنتج من المنطقة الشرقية (٧ ريال/كجم) نتيجة لكون خلاص المنطقة الشرقية غامقاً عن خلاص الرياض والقصيم وأصغر في الحجم ويعود ذلك بسبب كثرة أعداد النخيل المسن وعدم تجديده بالمنطقة الشرقية (التمور في المملكة العربية السعودية الواقع والمأمول، ٢٠٠٦). و تفضل المصانع تعبئة التمور من صنف الخلاص ذات اللون الأصفر الفاتح والذي يتميز به خلاص الرياض والقصيم، حيث يفضلها المستهلك. ويعتبر تبني المزارعين للخدمات الإنتاجية والتسويقية من أهم العوامل التي تؤدي إلى رفع الكفاءة الإنتاجية والتسويقية لمزارعي تلك المنطقة.

وتتميز المنطقة الشرقية بعدة أصناف من التمور أهمها الخلاص والرزيز والشيشي والشببي وتبلغ

الزراعية، حيث يعملون عمل آخر على الأقل و يفضل أبنائهم أيضا الأعمال الوظيفية الأخرى بعيدا عن الزراعة مما يشكل خطراً على مستقبل تلك المزارع.

وعلى الرغم من أن أكثر من ٥٠٪ من حجم افراد العينة يقعون في الفئة الأكبر من ٥٥ سنة إلا أن هناك تبايناً في المستوى التعليمي لملاك المزارع، حيث اتضح أن ملكية مزارع النخيل لا تقتصر على المزارعين فقط بل تشمل مختلف المستويات التعليمية والوظيفية والاجتماعية. مما يدل على تنوع وأهمية الدور الذي تقوم به مزارع النخيل في حياة المواطن السعودي سواء للاستثمار الزراعي أو للأمن الغذائي أو للوجاهة الاجتماعية أو كاستراحات عائلية.

فبدراسة مدى التفرغ للزراعة اتضح أن أكثر من ٨٠٪ من العينة لديهم أعمال أخرى غير الزراعة حيث يعملون بوظائف أخرى ويتم الاستعانة بعمالة أجنبية للمزارع.

ويمكن من خلال نتائج العينة تحديد ثلاثة نظم لحيازة الأراضي الزراعية في المملكة العربية السعودية وهي نظام الملكية الخاصة وتمثل النسبة الأكبر من نظم الحيازة بحوالي ٨٥٪ من أفراد العينة. حيث تتصف مزارع النخيل بكونها مملوكة غالباً وذلك لأن زراعة النخيل تستمر سنوات عديدة يمكن أن تصل إلى أكثر من خمسين عاماً (ريحان، ٢٠٠٠). ونظام الوقف ويمثل حوالي ١٠٪ من أفراد العينة. ونظام المشاركة ويمثل حوالي ٥٪ من أفراد العينة.

كما أوضحت نتائج العينة أن ٨٥٪ من أفراد العينة يقومون بتبني العمليات الإنتاجية الإضافية وهي قص الشمراخ والتدلية (التقويس) والتكيس. بينما لايهتم

ما يظهر في الأسواق الطيار ويصل سعره إلى ١٠٠ - ٢٠٠ ريالاً لحجم العبوة من ٣ كجم ثم ينخفض السعر إلى ٢٥ ريالاً للعبوة. ثم يظهر الغر وبعدها أم رحيم والهلاي وشهل وباستمرار ظهور الرطب تنخفض الأسعار إلى أن تصل إلى ٣-٤ ريالاً للكيلو الواحد رطباً. حيث إن نمط الزراعة للنخيل في المنطقة الشرقية هو التوسع في زراعة الخلاص والرزيز مع زراعة عدة شجرات من الأصناف المخصصة للرطب مثل الطيار والغر والمجنز وأم رحيم والهلاي وشهل.

ويلاحظ ارتفاع نسبة الفاقد من التمور في المنطقة الشرقية بصفة خاصة بالقصيف نتيجة ارتفاع نسبة الإصابات الحشرية بسبب ارتفاع نسبة الرطوبة. حيث تتزايد نسبة التساقط في الرزيز مقارنة بباقي الأصناف يليه الشيشي وأقل الأصناف في نسبة التساقط هو صنف خلاص ويستخدم غالباً أكياس خيش يتم تلبسها للشماريخ لمنع سقوط الثمار ويبلغ ثمن الكيس الواحد حوالي ١,٥ ريالاً. كما تتزايد نسبة الإصابات الحشرية وسوسة النخيل الحمراء بالمنطقة الشرقية وقد يعود ذلك لارتفاع نسبة الرطوبة بالمنطقة الشرقية. وتقل الإصابات الحشرية والسوسة بالمنطقة الوسطى الرياض والقصيم وتصل لحدها الأدنى بالمدينة نتيجة لارتفاع أسعار تمور المدينة مقارنة بغيرها من المناطق، حيث يهتم المزارعون بالاعتناء بالمحصول وتقليل نسبة الفاقد للحد الأدنى.

وبدراسة أهم الأصناف التي تنتجها المنطقة الوسطى (الرياض والقصيم) أوضحت نتائج عينة الدراسة أن أهم الأصناف هي سكري وصقعي وبرحي ومنيفي وسلج ونبوت سيف وحلوة نبتة على وأرشودي

إنتاجيتها ١٠٠ و ١٥٠ و ٧٥ و ٧٥ كجم سنويا من التمور على الترتيب. ويعتبر صنفى الخلاص والرزيز أهم الأصناف وأكثرها انتشاراً للإنتاجية العالية لهما حيث يفضل المستهلك الخلاص كنمور ويستخدم الرزيز لإنتاج الدبس لما له من قدرة عصرية. وبلغ سعر المزارع للمن^(١) (٢٤٠كجم) من تمر الخلاص ١٢٠٠ ريال، وبلغ سعر المن من تمر الشيشي ٦٠٠ ريال وبلغ من الشيببي ٤٥٠ ريالاً. وتقوم الحكومة بتشجيع المزارعين على استخدام الري بالتنقيط بدلا عن الري السطحي من خلال قيام المصنع الوطني بشراء التمور المنتجة من الزراعة بالري بالتنقيط من صنف رزيز بأسعار مدعمة ٧٢٠ ريالاً للمن بينما لا يتعدى سعر التمور صنف رزيز المنتجة من ري سطحي ٤٥٠ ريالاً للمن.

وبدراسة أصناف الرطب في المنطقة الشرقية اتضح ان هناك العديد من أصناف الرطب بالمنطقة الشرقية وأهمها الغر والخيزي والمجنز وأم رحيم والهلاي والشهل والبرحي. ويبلغ متوسط إنتاج تلك الأصناف بالتقريب من ٥٠ - ٧٥ كجم للنخلة. وتشمل أهم الأصناف التي يفضلها المستهلك رطب أصناف طيار وغر وخيزي أم رحيم وشهل وهلاي وبرحي ومجنز وحلوة وبوكيرة. وكانت أهم الأصناف التي يفضلها المستهلك تمر هي أصناف خلاص ورزيز وشيشي والتي تنتج بالمنطقة الشرقية. ومن الجدير بالذكر أن هناك أصنافاً مبكرة النضج وأخرى متأخرة.

ويتم الحصاد على مراحل خلال موسم الحصاد حيث يكون سعر الرطب في شهر يونيو مرتفعاً وأول

(١) المن = ٢٤٠ كجم.

المناطق الإنتاجية وتزايد في المنطقة الشرقية بالقطيف والإحساء.

وأخذت مشكلة نقص المياه وارتفاع نسبة الملوحة الأهمية الثانية؛ حيث يتزايد شكوى المزارعين من انخفاض معدل المياه الجوفية وارتفاع ملوحة المياه في كثير من الأماكن. ويمكن ان يكون تحويل الري السطحي إلى ري بالتنقيط أحد أهم سبل تقليل الفقد والحفاظ على المياه الجوفية.

كما احتلت مشكلة عدم توفر جمعيات تعاونية زراعية فاعلة الأهمية الثالثة، حيث تتزايد التكاليف الإنتاجية والتسويقية في ظل غياب تلك الجمعيات التعاونية الفاعلة. واحتلت الأهمية الرابعة مشكلة ارتفاع تكاليف العمالة السنوية بما تشمله من تأمين وسكن وخلافه مما يلزم من مصروفات تدفع لاستقدام العمالة الأجنبية. وتزيد تكاليف العمالة وقت الحصاد والتسويق والتصنيع مما يستدعي أن يسمح باستقدام العمالة الموسمية لستة أشهر فقط (فترة الحصاد فقط). ويؤدي استقدام العمالة لستة أشهر فقط فترة الحصاد والخدمات التسويقية والتصنيعية إلى عدم ارتفاع تكلفتها مما يحقق الكفاءة التسويقية والتصنيعية لقطاع التمور. ومن أهم المشاكل التي يعاني منها المزارعون أيضاً الاصابات الحشرية للتمر و أهمها دودة التمر. ولذلك يجب استخدام طرق المقاومة الحشرية عند التخزين لفترات طويلة. ويعتبر ابتكار صناعات تحويلية جديدة للتمور أهم سبل تقليل المخزون السنوي من التمور ومن ثم الفاقد من التمور.

وأكويري. وتباينت الإنتاجية وفقاً لاختلاف الأصناف وبلغ متوسط إنتاجية النخلة الواحدة ما بين ٧٥ - ١٠٠ كجم كمتوسط سنوي. ومن أهم أصناف المنطقة الوسطى الصقعي و السكري، حيث يبلغ متوسط سعر كل منهما ١٠ و ٩ ريالاً/ كجم على الترتيب. ويتم بيع بعض الأصناف كرطب، مثل البرحي ونبته على والشقراء في كراتين بسعر ١٥ ريالاً/وزن ٣كجم.

وبدراسة أصناف المدينة المنورة كانت أهم أصنافها هي عجوة وعنبرة ويصل سعرهما إلى ٨٠ ريال/ كجم. ويهتم مزارعو المدينة بزراعة بعض الأصناف الأخرى مثل روثانة والحلية وصفوي ومجدولة وحلية وحلوة وربيعة. وتباينت إنتاجية النخلة وفقاً لاختلاف الأصناف، حيث بلغت ما بين ٥٠ كجم - ٧٥ كجم للنخلة الواحدة كمتوسط سنوي للإنتاجية.

وقد اتضح قيام مزارعي المدينة المنورة بمعظم الخدمات الإنتاجية والتسويقية، حيث انضح أن ٩٥% من مزارعي المدينة المنورة يهتمون بمختلف العمليات الإنتاجية والتسويقية. ومن أهم العمليات التسويقية التي يتميز بها مزارعي المدينة عمليات الفرز والتدريج والتخزين والتعبئة ويعود ذلك لارتفاع أسعار أصناف المدينة المنورة، حيث يصل سعر العجوة والعنبرة ما بين ٨٠- ١٢٠ ريالاً/كجم وفقاً لحجم الثمرة.

ويوضح الجدول رقم (٩) أهم المشاكل الإنتاجية التي تواجه المزارع السعودي، حيث احتلت مشكلة انتشار سوسة النخيل الحمراء الأهمية الأولى في العملية الإنتاجية، حيث تنتشر وتتواجد في معظم

الجدول رقم (٩). المشاكل الإنتاجية لإنتاج التمور من وجهة نظر المنتجين في المملكة العربية السعودية ٢٠٠٩م.

الترتيب العام للمشكلة	الدرجة التقييمية	الأهمية النسبية للمشكلة (عدد المزارعين المبحوثين ٢٠٠٠).			المشكلة	مصدر المشكلة وامكانيات الحل
		عديمة الأهمية	متوسطة الأهمية	مهمة		
1	2.4	38	42	120	سوسة النخيل الحمراء.	ضعف إجراءات الفاعلة في مكافحة آفات التمور
2	2.4	40	48	112	نقص المياه وارتفاع نسبة الملوحة	تحويل الري السطحي إلى ري بالتنقيط مما يقلل من نسب السحب من المياه الجوفية ويحافظ عليها
3	2.3	44	54	102	عدم توفر جمعيات تعاونية زراعية فاعلة.	حاجة قطاع التمور للمزيد من الاستثمارات في مجال تسويق التمور.
4	2.2	55	56	89	ارتفاع تكاليف العمالة السنوية والحاجة إلى عمالة موسمية (خلال موسم الصرام)	الحاجة إلى قوانين تنظيم دخول العمالة الموسمية
5	2.1	62	63	75	ارتفاع الإصابات الحشرية للتمور وأهمها دودة التمر.	حاجة المزارعين للتدريب على اكتساب الخبرات والمهارات الإنتاجية والتسويقية

المصدر: بيانات العينة عينة الدراسة على مستوى المملكة العربية السعودية خلال ٢٠٠٨/٢٠٠٩م.

إلى أن سعره ازداد من ١٢٥٠ ريالاً للطن سنة ١٩٩٤م إلى ١٣٣٠٠ ريال للطن سنة ٢٠٠٣م بالإضافة إلى الأصناف ذات السمعة الممتازة مثل سكري، والذي يصل سعره إلى ٨٠٥٠ ريالاً للطن سنة ٢٠٠٣م.

وفي الواقع، فإن صادرات هذه المجموعة من تمور المملكة العربية السعودية بصفة خاصة دون تمور العالم تستطيع الوصول إلى إضعاف ماهي عليه الآن لتنوعها وسمعتها السوقية والدينية.

والمجموعة الثانية هي الأصناف الجيدة مثل خلاص والتي يصل متوسط سعرها سنة ٢٠٠٣ إلى ٤٤٤٠ ريالاً للطن كذلك بالإضافة إلى الأصناف الأخرى والأقل سعراً مثل خضري ونبوت سيف و ريز و التي وصل متوسط سعر الطن خلال فترة الدراسة ٣١٥٠ ، ٢٦٦٠ ، ٩٦٩ ريالاً للطن على الترتيب. ويعتبر أهم أصناف التمور المصنعة في السعودية إخلاص ١٦ % ريز ٢١ % خضري ١٥ و سكري ١٠ % أخرى ٣٨ %.

ب) المشاكل التسويقية لأهم أصناف التمور بالمناطق الإنتاجية بالمملكة العربية السعودية.

تتميز المملكة العربية السعودية بميزة تعدد الأصناف وتفاوت الجودة والصفات بين مختلف الأصناف. ويمكن تصنيف أنواع التمور من الناحية التسويقية إلى ثلاث مجموعات على أساس مستويات الأسعار للصنف ووفق بيانات وزارة الزراعة (الجدول رقم ١٠). المجموعة الأولى وهي فائقة الجودة و ذات الارتباط الديني للمسلمين بما ذكره النبي عليه أفضل الصلاة والسلام لها من من فوائد عديدة بصفة خاصة تمور المدينة (صنف عجوة) حيث يرتفع متوسط سعر الطن حوالي ٥١٨٠٠ ريال سنة ٢٠٠٣. هذا بالإضافة إلى الأصناف التي بدأ الطلب يزداد عليها دون غيرها لمناسبتها لعملية التعبئة والحشو بالمكسرات وتجانسها وكبر حجمها ولاعتدال نسبة السكريات فيها وهو ما يهم مرضى السكر وهو صنف صقعي حيث تشير البيانات

والمجموعة الثالثة هي الأقل جودة والتي توجه ونسبة كبيرة إلى أن تكون علف للحيوان، مثل الخنيزي وصيالي أم رحيم والشهل والزاملبي بالإضافة إلى بواقى الأصناف الأخرى من عمليات الفرز والتعبئة والتصنيع. ويوضح الجدول رقم (١١) أهم المشاكل التي تواجه مسوقي التمور من وجهة نظر المسوقين في المملكة العربية السعودية. وذلك من وجهة نظر القائمين بالعملية التسويقية من خلال استمارات استبيان لعدد ٥٠ تاجر جملة على مستوى المملكة العربية السعودية.

الجدول رقم (١٠). متوسط سعر الظن بالريال لأهم أصناف التمور في المملكة العربية السعودية ١٩٩٤ م - ٢٠٠٣ م

العجوة	نبوت سيف	صقعي	خضري	سكري	رزيز	خلاص	العام
13500	850	1250	3500	5600	1200	6800	1994
14600	850	2350	3700	6800	1050	6200	1995
19700	900	2800	3700	7200	1010	5700	1996
24600	1150	3400	3600	7000	1050	5300	1997
36400	3150	8500	3700	7400	970	4500	1998
43000	3300	8800	2900	7000	905	3700	1999
46500	3400	11200	2900	6900	930	3600	2000
48000	3500	11600	2700	7500	900	3000	2001
50600	4300	11600	2500	7200	840	2900	2002
51800	5200	13300	2300	8050	790	2700	2003
34870	2660	7480	3150	7065	969	4440	المتوسط

المصدر: الرائد اليومي. وزارة الزراعة. إدارة الإحصاء والمعلومات ٢٠٠٤م.

الجدول رقم (١١). أهم مشاكل تسويق التمور من وجهة نظر المسوقين بالمملكة العربية السعودية.

الترتيب العام للمشكلة	الدرجة التقييمية	الأهمية النسبية للمشكلة (عدد التجار المبحوثين ٥٠ تاجراً)			المشكلة	مصدر المشكلة وإمكانات الحل
		عديمة الأهمية	متوسطة الأهمية	مهمة		
1	2.44	9	10	31	انخفاض الطلب من المصانع.	عدم تبني المستثمرين لمنتجات تحويلية من التمور جديدة يمكن أن تزيد من الطلب على التمور.
2	2.35	10	12	28	استيراد التمور من الإمارات بأسعار زهيدة ومنافسة للتمور السعودية.	الحاجة إلى قوانين تنظيم العلاقات التجارية
3	2.28	11	14	25	تلف المحصول أثناء التخزين نتيجة للإصابات الحشرية.	ضعف إجراءات مكافحة آفات التمور
4	2.2	12	16	22	عدم اهتمام المزارعين بالتدريج والفرز والمماثلة إضافة إلى التمور الموحدة والتي يصعب معها فصل الجيدة عن الأقل جودة.	حاجة المزارعين للتدريب على اكتساب الخبرات والمهارات الإنتاجية والتسويقية
5	2.14	13	17	20	عدم توفر التلاجات الكافية للتخزين.	حاجة قطاع التمور للمزيد من الاستثمارات في مجال تسويق التمور.

المصدر: بيانات العينة عينة الدراسة على مستوى المملكة العربية السعودية خلال ٢٠٠٨/٢٠٠٩م.

يتم الاستفادة من فرص التكامل والتعاون في المجال الإنتاجي والتسويقي للتمور وتقليل ما يمكن أن يحدث من أثر سلبي للمنافسة بين المنتجين أو المسوقين في كلا من البلدين. وتوضح العديد من الدراسات أن شدة المنافسة في سوق الفاكهة العالمي في تزايد مستمر. (Warwick E. Murray, 1998)

٣- تلف المحصول أثناء التخزين نتيجة للإصابات الحشرية؛ وذلك لانخفاض الاهتمام بالمقاومة الحشرية ما بعد الحصاد. وعلى ذلك يجب زيادة الاهتمام بمقاومة الآفات والحشرات وفق المقاييس والمعايير الدولية.

٤- عدم اهتمام المزارعين بالتدرج والفرز والمماثلة إضافة إلى التمور الموحدة والتي يصعب معها فصل الجيدة عن الأقل جودة نتيجة تعدد واختلاف الأصناف مما يقلل من الكفاءة التسويقية. وعلى ذلك يجب على المزارعين الاهتمام بفصل الأصناف المختلفة وعدم خلطها سوياً والبيع والشراء على أساس نوع الصنف مما يرفع من الكفاءة التسويقية.

٥- عدم توفر الثلجات الكافية للتخزين لدى بعض صغار التجار مما يؤدي إلى إصابة التمور بالحشرات. كما لا يوجد شحن مبرد لصادرات التمور مما يؤدي لرفض الشحنات التصديرية نتيجة لارتفاع المحتوى الميكروبي.

شكر

الباحث يود أن يتقدم بخالص الشكر والتقدير لعمادة البحث العلمي جامعة الملك فيصل لتمويلها المشروع رقم (١٠١٣٩) بعنوان المشاكل التسويقية والتصنيعية لأهم أصناف التمور في المملكة العربية السعودية.

ويتضح من الجدول رقم (١١) أهم خمس مشكلات يواجهها مسوقو التمور في المملكة العربية السعودية وهي:

١- زيادة عرض التمور عن الطلب عليها مما يقلل الأسعار. وعلى ذلك يتحمل القطاع التصنيعي العبء الأكبر في إيجاد طلب تصنيعي للتمور يمكن أن يستخدم فائض التمور والتي تمثل زيادة عن الطلب الحالي بصفة خاصة للأصناف التي ينخفض سعرها، مثل الخلاص والرزيز بالمنطقة الشرقية وبالمدينة، مثل الربيعة و بالمنطقة الوسطي مثل الكويري إضافة إلى صنف الموحد (خليط من عدة أصناف معا) والمستخدم كأعلاف مما يمثل فقداً اقتصادياً وإهداراً للتمور. ويمكن حل هذه المشكلة من خلال ابتكار منتجات تحويلية يمكن أن تضيف قيمة مضافه أكبر وتزيد الطلب على التمور.

٢- استيراد التمور من الإمارات بأسعار زهيدة مما يؤثر بالسلب على المنتج والمسوق السعودي، حيث يتم استيراد

التمور الإماراتية وعرضها في الأسواق على أنها تمور سعودية مما يخفض الأسعار ويؤدي إلى خسائر للمنتج والمسوق السعودي. كما أن بعض المصانع تقوم بالغش التجاري بخلط الدبس (عسل التمر) مما يؤثر سلبياً على أسعار التمور السعودية. ومن الجدير بالذكر أن الإمارات تقوم بدور بارز في التجارة العالمية وإعادة تصدير السلع الغذائية ومن ضمنها التمور. وتجدر الإشارة إلى أن المواني الإماراتية ذات طاقة استيعابية هائلة تمكنها من تحمل أي زيادة في حجم الواردات والصادرات وإعادة التصدير إلى دول منطقة الخليج والدول المجاورة (سليمان، ١٩٩٨) ولذلك يجب إعادة تنظيم القوانين والعلاقات التجارية بين البلدين بحيث

المراجع

أولاً: المراجع العربية

إبراهيم عاطف محمد . نخلة التمر زراعتها ورعايتها وإنتاجها في الوطن العربي. ١٩٩٧م، ١٣.

الخطيب عبد اللطيف بن علي، وآخرون. نخيل التمر في المملكة العربية السعودية. ٢٠٠٦، ٨٨.

الشعبي عبد العزيز محمد و شحاتة محمد سيد شحاتة.

دراسة اقتصادية لتسويق بعض أصناف التمور

بالمملكة العربية السعودية . المجلة المصرية للاقتصاد

الزراعي - المجلد التاسع عشر - العدد الأول -

مارس ٢٠٠٩.

العبد صلاح، محمد. دورة التسويق الزراعي (محاضرة

تسويق وتصنيع التمور) . مركز التطوير بمحافظة

الإحساء - وزارة الزراعة- ٢٠٠٨م.

المنظمة العربية للتنمية الزراعية. دراسة الحزم التقنية

الموصى بها لتحسين إنتاج النخيل في الوطن العربي.

ديسمبر كانون أول ١٩٩٩، ٢١.

سليمان حمد عبد الله . رسالة ماجستير. ١٩٩٨م، ٦٤.

علاء محمد رشاد السبع. دراسة اقتصادية للقدرة

التنافسية للتمور السعودية في الأسواق الدولية.

المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ٢٠٠٩، ص I.

رمزي عبد الرحيم. زراعة وإدارة مشاريع النخيل ،

٢٠٠٨، ٩٧.

ريحان محمد كامل. نموذج متكامل لاقتصاديات نخيل

البلح في جمهورية مصر العربية. ٢٠٠٠م، ٨.

ريحان محمد كامل. اقتصاديات التكنولوجيا الحديثة في

الزراعة. ٢٠٠٤، ٢٠٦.

وزارة الاقتصاد والتخطيط في المملكة العربية السعودية.

المكتبة الإلكترونية، ١.

وزارة الاقتصاد والتخطيط. وكالة الوزارة لشؤون

الأبحاث والتنمية الزراعية. إدارة الدراسات

والتخطيط والإحصاء، التمور في المملكة العربية

السعودية الواقع والمأمول، (١٤٢٧هـ- ٢٠٠٦م).

ثانياً: المراجع الأجنبية

Agricultural research and development affairs, department of studies, planning & statistics, current and potential situation of K.S.A dates, 200691.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Date_\(fruit\)#Fruit](http://en.wikipedia.org/wiki/Date_(fruit)#Fruit), I.

Amit, R. and Schoemaker, P. J.H.. Strategic assets and organizational rent, 1993.

Erskine William, <http://www.icarda.org/aprp/Datepalm/introduction/intro-body.htm>.

Dyer, J.H. and Singh, H., The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review* 23 4, 1998.660-697.

Lloyd C. Harris and Emmanuel Ogbonna, Cardiff Business School, Cardiff University, Colum Drive, Cardiff, CF10 3EU, UK, competitive advantage in the UK food retailing sector: past, present and future *Journal of Retailing and Consumer Services, Volume 8, Issue 3, May* (2001), 157-173.

Lado, A.A., Boyd, N.G., Wright, P. A competency-based model of sustainable competitive advantage: toward a conceptual integration. *Journal of Management*, 18(1), 77 *Strategic Management Journal* 14, 1992, pp. 33-46. via *CrossRef*.

Rumelt, R.P., Schendel, D. and Teece, D.J., Strategic management and economics. *Strategic Management Journal* 12, pp. 5-29. via *CrossRef* 1991, 5-29.

An economic Study for Production and Marketing Problems of the Most Important Varieties of Dates in Saudi Arabia.

Alaa M. R. Elsabea

King Faisal University, Date palm research center

(Received on 3/7/1431 ; accepted for publication 21/6/1432)

Key words:Marketing margins, quality management, Marketing chain, Marketing efficiency.

Abstract.It is Clear that there are an improvement of all general indications of Saudi dates. Pproduction, consumption, exports, imports and self-sufficiency of dates improved during the study period. date production increased by 86%, imports fell % 64, increased quantity exported by 140% per capita consumption has increased by 20% and self-sufficiency rate increased by about 2% between 1990-2007, it appears that Palm space ranging from a minimum of about 72.4 000 hectares in 1990, and a maximum of about 155.7000 hectares in 2007.

By examining the marketing efficiency of major dates varieties the results shows the low level of marketing efficiency (less than 60%). The maximum level of marketing efficiency was for Ruzeiz by about 58%, while the minimum low of marketing efficiency was for Sukkari and Segae by about 41%. The results show that marketing efficiency for Shaishee and Khalas was about 0.54 % and 0.50 % respectively.

Analysis the sample study for farmers of dates in Saudi Arabia shows that there are many problems for production and marketing of dates in KSA. These production and marketing problems obstacles exporting Saudi dates and decrease the prices for some varieties especially dates varieties produced in the eastern province.

The exported quantity of Saudi dates to Asian countries is about 5% and for European countries is about 2% of total Saudi dates export. Therefore diversification of national income sources and less dependence on oil returns are the most important justification for the great efforts and attention being paid to the development of dates production and exports of dates in recent years. So the Government has to deals with these production and marketing problems to open overseas markets and helping dates farmers to obtain real higher prices, which will improve agricultural in additional to benefits of increasing dates export.

