



الخدمات التسويقية لمنافذ التجزئة للخضار والفاكهة في مدينة الرياض

إعداد: إبراهيم بن محمد عبد اللطيف المناع (1427هـ)

إشراف: أ.د سفر بن حسين القحطاني

الخلاصة والتوصيات

استهدف البحث التعرف على واقع التسويق الزراعي لبعض أهم منتجات الخضار والفاكهة وتحديد معوقاتهما وتحديد معوقات تسويقهما وكفاءتهما التسويقية واقتراح الحلول العلمية واليات التطبيق لرفع كفاءة أنظمة تسويق الخضار والفاكهة، واعتمد على بيانات ثانوية مستمدة من إحصاءات رسمية فضلاً عن معلومات أولية تم الحصول عليها بطريقتين اولاً الزيارات الميدانية لأمانة مدينة الرياض والبلديات الفرعية التابعة لها وعددها خمسة عشر بلدية ولغرفة التجارة والصناعية بالرياض والملاحظات الميدانية، وثانياً استمارات الاستبيان جمعت من عينة ميدانية 143 مفردة تمثل فيها منافذ التجزئة للخضار والفاكهة بجميع اشكالها وانماطها في مدينة الرياض بطريقة عشوائية وفقاً لما أسفرت عنه الدراسة الأولية لهذه المتاجر وذلك استناداً على بيانات التراخيص الممنوحة من قبل الأمانة العامة لمدينة الرياض، والتي تعطي تفاصيل شاملة .

لقد اشتملت عينة الدراسة الميدانية على التجزئة للخضار والفاكهة، إذ بلغ حجم العينة بمدينة الرياض 143 تاجراً منهم 32 مسطاً و65 محل متخصص و30 سوبر ماركت و16 بائع متجول، وتم توزيعها على احياء مدينة الرياض بعدد 36 محلاً تقريباً وبنسبة 25% لكل حي من إجمالي حجم العينة، حيث قسمت الأحياء الى اربعة اقسام كما يلي الأحياء الشمالية التابعة للبلديات التالية :

(العلياء، المعذر، بلدية الشمال)، الأحياء الجنوبية التابعة للبلديات التالية: (البطحاء، الشميسي، العزيزية، الحائر) الحياء الشرقية التابعة للبلديات التالية: (الملز، الروضة، السلي، النسيم) الأحياء الغربية التابعة للبلديات التالية: (العريجات، الشفاء، نمار و عرقه)

واعتمد البحث على طرق التحليل الكمي والوصفي والتي تعددت لتشمل المؤشرات الإحصائية البسيطة وتحليل الانحدار المتعدد ونماذج واختبارات معنوية الفروض الإحصائية .

وتضمنت الدراسة عرض عن واقع التسويق الزراعي لبعض منتجات الخضار والفاكهة في مختلف احياء مدينة الرياض وكذلك وصف للخصائص العامة لعينة الدراسة الميدانية من مختلف منافذ التجزئة للخضار والفاكهة قيد الدراسة، وتحليل المشكلات التسويقية من وجهة نظر هذه الأطراف وفي مختلف الأحياء، وتحليل هيكل التكاليف التسويقية لمنتجات الخضار والفاكهة قيد الدراسة وهي الطماطم والخيار والبطاطس والبصل والبطيخ والشمام والعنب والبرتقال والتمور. وواضحت الدراسة من خلال تحليل هيكل التكاليف التسويقية المستمدة من البيانات الميدانية بلوغ متوسط اقل تكلفة تسويقية 0.22 ريال /كجم للبطاطس المستورد، واحتل البصل المحلي اعلي متوسط تكلفة تسويقية 0.41 ريال /كجم، وتراوحت التكلفة التسويقية ما بين اقل قيمة للبطاطس المحلي 0.10% ريال /كجم الى اعلى قيمة للبصل المحلي



0.65 ريال /كجم ، وتراوح متوسط التكلفة التسويقية لإجمالي منتجات الخضار ما بين 0.11 - 0.37 ريال /كجم
بمتوسط قدرة 0.27 ريال / كجم

وبالنسبة لمنتجات الفاكهة تراوحت التكلفة التسويقية ما بين اقل قيمة للعنب 0.10 ريال /كجم الى اعلى قيمة للتمور
1.60 ريال /كجم ، وبناء على متوسطات التكلفة التسويقية ، احتل العنب اقل قيمة 0.13 ريال /كجم ، في حين كانت
اعلى قيمة للتمور 1.14 ريال /كجم ، وتراوح متوسط التكلفة التسويقية الإجمالي لمنتجات الفاكهة ما بين 0.10 -
0.44 ريال /كجم .بمتوسط قدرة 0.28 ريال /كجم

وبالنسبة لإجمالي الخضار والفاكهة تراوحت التكلفة التسويقية لإجمالي الفاكهة والخضار ما بين 0.10 - 0.44 ريال
/كجم .بمتوسط تكلفة تسويقية بلغت 0.28 ريال /كجم .ومقارنة التكلفة التسويقية لمنتجات الخضار والفاكهة يلاحظ
ان الفاكهة اكثر تكلفة من الخضار ، وشملت التكاليف لأهم منتجات الفاكهة والخضار على مستوى التجزئة في مدينة
الرياض على البنود التالية :تكاليف الخدمات التسويقية والنقل من سوق الجملة الى محل التجزئة والإيجار والإهلاك
والطاقة ورواتب العمال والفاقد.

وتناولت الدراسة أهم المشكلات والمعوقات التي تواجه تجار التجزئة للخضار والفاكهة في مختلف احياء مدينة الرياض
وذلك استناداً على وجهات نظر التجار ، حيث امكن استخلاص أهم المشكلات والمعوقات التي تسويق الفاكهة
والخضار على مستوى التجزئة بحيث احتلت مشكلة عدم توفر المعلومات الترتيب الأول من حيث الأهمية في مجموع
المشكلات التي تواجه تسويق الخضار والفاكهة على مستوى التجزئة .بمتوسط 2.66 ، وجاءت مشكلة تذبذب الأسعار
في الترتيب الثاني .بمتوسط 2.46 ، تاما عدم توفر شركات متخصصة فجاءت هذه المشكلة في الترتيب الثالث من حيث
الاهمية .بمتوسط 2.34 ، وأما المشكلة الرابعة من حيث الأهمية فكانت وجود باعة غير نظاميين في سوق التجزئة
بمتوسط 2.26 ، وكانت الأبعاد الاجتماعية السلبية تمثل احد مشكلات تسويق الخضار والفاكهة على مستوى التجزئة
والتي جاءت في الترتيب الخامس من حيث الأهمية .بمتوسط 2.06 ، وكانت مشكلة بعد السوق عن المحل اقل المشاكل
تسويق الخضار والفاكهة على مستوى التجزئة أهمية .بمتوسط 1.72 كما تناولت الدراسة الوقوف على أهم الحلول التي
تساعد على تسويق الخضار والفاكهة ، وذلك استناداً على وجهات نظر منافذ التجزئة في مدينة الرياض ، حيث حقق
وجود شركات تو ريد الخضار والفاكهة بأسعار مناسبة أهم سبل التغلب على مشكلات تسويق الخضار والفاكهة على
مستوى .بمتوسط 2.93 ، وجاء توفر المعلومات للبايعين والمستهلين في الترتيب الثاني من حيث الأهمية في حل مشكلات
تسويق الخضار والفاكهة .بمتوسط 2.80 ، وجاء في الترتيب الثالث الحل الخاص بتواجد البلدية وعدم التغاضي عن
الأنظمة .بمتوسط 2.76 ، وكان الالتزام بتوقيت وأسعار محددة اقل الحلول أهمية بين مجموعة السبل للتغلب على
مشكلات تسويق الخضار والفاكهة على مستوى التجزئة .بمتوسط 2.61

التوصيات

على ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة امكن اقتراح بعض التوصيات كمايلي :-

1- إنشاء شركة تسويقية وجمعيات تعاونية زراعية لرفع كفاءة التسويق الزراعي ، حيث احتل المرتبة

الأولى في سبل التغلب على المشاكل التسويقية حيث بلغ المتوسط المرجح لـ 2.93.



قسم الاقتصاد الزراعي
كلية علوم الاغذية والزراعة
جامعة الملك سعود

- 2- توفير المعلومات البيانات التسويقية وتسجيلها ، حيث احتل المرتبة الثانية في سبل التغلب على المشاكل التسويقية حيث بلغ المتوسط المرجح لـ 2.80، كما واجه الباحث مشاكل في الحصول على البيانات ومعلومات من البلديات ، وعند الحصول عليها فهي تخالف للواقع .
- 3- تفعيل دولا البلديات بتنظيم التعامل ومراقبة الأسواق ، حيث احتل المرتبة الثالثة في سبل التغلب على المشاكل التسويقية حيث بلغ المتوسط المرجح لـ 2.76.
- 4- إلزام المحلات بالعمل في أوقات معينة ومحددة ، حيث احتل المرتبة الرابعة في سبل التغلب على المشاكل التسويقية حيث بلغ المتوسط المرجح لـ 2.61.
- 5- توحيد العبوات بأوزان موحدة حسب كل نوع من أنواع المنتجات.