

**THE PRODUCTION AND MARKETING PROBLEMS FACING
VEGETABLE PRODUCTION FROM-GREENHOUSE PROJECTS IN
THE RIYADH AND KHARJ AREAS**

(Received: 18.7.1995)

By

A.M. El-Dawees , B. Sefyan and S.M. Esmail

Economics Dept., College of Agriculture, King Saud University, Riyadh,
Saudi Arabia.

ABSTRACT

The main objective of this study was to identify and analyze the major production and marketing problems facing vegetable production from greenhouse projects in Riyadh and Kharj area. Another objective was to identify different solutions and alternatives to help these projects reach higher levels of economic efficiency.

A cross sectional data was the main source of information in this study. Project managers were randomly selected and interviewed through a designed questionnaire .

Results showed that: (1) The most important production problems are: the spread of pests and diseases, high costs of pesticides, fertilizers high costs and low quality, high water salinity with declining water-tables. (2) The most important marketing-side problems are: low farm-gate prices, production surpluses in the market, competition of products from both traditional farms and imports, price variations, and the middleman high bargaining power against the producer . (3) Both scale of production and managerial efficiency have significant impacts on certain production-marketing problems. (4) The marketing problems are more important to vegetable producers in greenhouse projects than production problems.

Accordingly, the paper suggested that, in order to increase profitability and efficiency, certain measures have to be taken to remedy the above identified production-marketing problems. These include: (1) A state supported survey for identifying the dangerous insects, and pests, and the

proper ways to control them in green-house vegetable projects in Saudi Arabia. (2) More control should be directed towards the quality and costs of pesticides, fertilizers, and seeds. (3) Establishment of a big marketing company to support vegetable producers for scheduling and marketing their products to avoid price risks.

Key words: Greenhouse production problems, Marketing, Vegetables production

المشكلات الإنتاجية و التسويقية لمشروعات إنتاج الخضراوات فى البيوت المحمية بمنطقتى الرياض و الخرج

عبد العزيز بن محمد الدويس ، بدر الدين سفيان ، صبحى محمد إسماعيل

قسم الإقتصاد الزراعى ، كلية الزراعة ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، المملكة العربية السعودية .

ملخص البحث

يستهدف البحث تحليل أهم المشكلات الإنتاجية و التسويقية لمشروعات إنتاج الخضراوات فى البيوت المحمية و التى أدت إلى إنخفاض فى صافى العوائد المالية و بالتالى خروج بعض المستثمرين من ذلك النشاط الإنتاجى الناشئ فى المملكة العربية السعودية . كما إستهدف البحث رصد البدائل و المقترحات المناسبة للتعلم على تلك المشكلات . و قد إستند البحث إلى الدراسة الميدانية كمصدر أساسى لجمع البيانات حيث تم مقابلة عينة عشوائية من مدراء المشروعات فى منطقتى الرياض و الخرج .

و أوضحت النتائج أن أكثر المشكلات الإنتاجية أهمية هى تلك المتعلقة بإنتشار الأمراض و الآفات ، و إرتفاع تكاليف الأسمدة و عدم جودتها، و إرتفاع ملوحة المياه و إنخفاض منسوبها . كما أن أكثر المشكلات التسويقية أهمية تتمثل فى إنخفاض أسعار البيع فى السوق ، الإنتاج الفاتس ، منافسة السلع المتداولة ، المنافسة الداخلية و الخارجية و تذبذب الأسعار ، و أخيرا إستغلال الوسطاء للمنتجين . و لقد تم إستخدام إختبار مربع كاي χ^2 للتعرف على مدى إختلاف المشكلات الإنتاجية و التسويقية وفقا لبعض الخصائص الإقتصادية للمشروعات كالسعات المساحية ، و مؤشرات الكفاءة المتمثلة فى مستوى تعليم و سنوات الخبرة للمدير ، و قد أوضحت الدراسة التأثير المعنوى لتلك