**المستخلص عربي :**

يركز البحث على قياس الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضروات المختلفة، للتعرف على المناطق التي تحقق أعلا معامل للكفاءة التسويقية، ومن ثم مدى إمكانية التوسع الزراعي في تلك المناطق والتي يعبر ارتفاع معامل الكفاءة التسويقية عن كفاءة النظام التسويقي بهذه المناطق.

 هذا وقد أوضحت نتائج الاتجاه الزمني العام لتطور مساحة الخضروات على مستوى المناطق المنتجة للخضروات إلى وجود زيادة سنوية في المساحة المزروعة بخمس مناطق هي حائل والجوف والرياض والمدينة المنورة والقصيم بلغت نحو 9.78%، 7.89%، 5.28%، 2.46%، 2.04% لكل منها على الترتيب، مما يشير إلى إمكانية التوسع الزراعي في هذه المناطق لوجود مقومات التوسع الزراعي، كما بينت النتائج أن إنتاج الخضروات يتركز في خمس مناطق هي الرياض ومكة المكرمة والقصيم والمنطقة الشرقية وتبوك، يمثل مجموع إنتاجها نحو 80.5% من إجمالي إنتاج الخضروات بالمملكة. وتوضح تلك النتائج إلى ضرورة الاهتمام بالخدمات والوظائف التسويقية عبر المراحل التسويقية المختلفة خاصة في مناطق تركيز الإنتاج.

 وتشير تقديرات الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضروات على مستوى المناطق للزراعات المحمية أن محصول الطماطم قد حقق أعلا كفاءة تسويقية فبلغ نحو 78%، 75%، 72%، 72% بمناطق الحدود الشمالية والجوف وعسير وجازان لكل منها على التوالي، كما حقق محصولي البطاطس والكوسا أعلا معامل كفاءة تسويقية بمنطقتي جازان وعسير فبلغا نحو 100%، 72.2% لكل منهما على التوالى، كما حقق معامل الكفاءة التسويقية لمحصولي الخيار والباذنجان أعلا قيمة بالمنطقة الشرقية وتبوك فبلغا نحو 72% لكل منها، وبالنسبة لمحصولي البطيخ والشمام فقد حققا أعلا معامل كفاءة تسويقية لمحاصيل الخضروات بقيمة بلغت نحو 100%، ويعتبر محصول البصل الجاف من المحاصيل التي حققت أقل كفاءة تسويقية نظرا لكثرة العمليات التسويقية التي تجرى على المحصول حتى يصل في صورته النهائية إلى المستهلك، حيث بلغ أقصى معامل له نحو 50% فقط.

وتوضح نتائج المقارنة للكفاءة التسويقية بين الزراعة المحمية والزراعة المفتوحة أن معدل الفرق في الكفاءة التسويقية بين الزراعة المحمية والزراعة المفتوحة تراوح بين 27.2%، 67.3% لمحصول الطماطم، و9.8%، 12.1% لمحصول البطاطس، أما محصول الكوسا فقد تراوح معدل الفرق بين 40.8%، 73.3%، أما محصول الخيار فيتراوح ما بين 22.7%، 70.1%، وبالنسبة لمحصولي البطيخ والشمام فقد بلغ معدل الفرق في الكفاءة التسويقية بين المنزرع بأسلوب الزراعة المحمية وأسلوب الزراعة المفتوحة بين 91.7%، 125%.

**Abstract:**

The research focuses on the measurement of marketing efficiency for various crops, vegetables, to identify areas that meet the declaration of the coefficient of efficiency of marketing, and then the possibility of agricultural expansion in those regions, which reflects the high coefficient of efficiency for the marketing efficiency of marketing system in these areas.

This has shown the results of time trend of the development of an area of ​​vegetables at the level of the productive areas of the vegetables to the existence of an annual increase in area planted in five regions Hail, Jouf, Riyadh, Madinah and Qassim amounted to about 9.78%, 7.89%, 5.28%, 2.46%, 2.04% for each of them respectively, which indicates the possibility of agricultural expansion in these areas because of the elements of agricultural expansion, and the results show that vegetable production is concentrated in five regions, namely Riyadh, Makkah, Qassim and the Eastern Province and Tabuk, represents the total production of about 80.5% of the total vegetable production in the Kingdom. The results show that attention to the need for services and marketing functions across the various stages of marketing, especially in areas of concentration of production.

Estimates of efficiency marketing of vegetable crops at the district level for crops protected the tomato crop has made declaration efficient marketing, reaching about 78%, 75%, 72%, 72% areas of the northern border and Al-Jouf, Asir, Jizan each, respectively, also achieved a crop potatoes and squash declaration coefficient the efficiency of marketing zones, Jizan and Asir Vbulga about 100%, 72.2% each, respectively, also achieved a coefficient of efficiency marketing crops cucumber, eggplant declaration value in the Eastern Province, Tabuk Vbulga about 72% each, and for crop watermelon and cantaloupe has achieved a declaration coefficient of efficiency of the marketing of vegetable crops worth amounted to about 100%, and the crop is dry onion crops that have less efficient due to the large marketing marketing operations performed on the crop until it reaches the final version to the consumer, reaching a maximum coefficient of about 50% only.

The results of the comparison of the efficiency of marketing between the protected cultivation, agriculture, open that the rate of the difference in efficiency marketing of protected agriculture and agriculture open ranged from 27.2%, 67.3% for the tomato crop, and 9.8%, 12.1% for the potato crop, the crop of zucchini ranged rate difference between the 40.8 %, 73.3%, while the crop option ranges between 22.7%, 70.1%, and for watermelon and melon crops have averaged difference in efficiency between the marketing cultivated manner of protected cultivation method of agriculture and open between 91.7% 0.125%.