

التباين المكاني لتوزيع المنتجات الرئيسية من الألبان ومنتجاتها

في محافظات منطقة الرياض الإدارية.

أ.د. عبد العزيز بن إبراهيم الحرة*

drabdulaziz@mail.com

أ.د. عامر بن ناصر المطير
أستاذ جغرافية الخدمات والنقل
قسم الجغرافيا - جامعة الملك سعود

أ. عبد الهادي بن قبلان العنزي.
باحث دكتوراه
قسم الجغرافيا - جامعة الملك سعود

مخلص:

تناولت الدراسة التباين المكاني لتوزيع المنتجات الرئيسية من الألبان ومناطق تسويقها في محافظات منطقة الرياض الإدارية، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقرائي، إضافة إلى أنها اعتمدت منهجية على طريقة الاستبانة لجمع البيانات، التي شملت مجتمع الدراسة المشكّلة من (٢٥) مصنعا، كما كشفت الدراسة أن كلاً من: مقر إمارة الرياض ومحافظة الخرج تمثل أكثر من ثلث أرباع مصانع الإنتاج على مستوى المنطقة بنسبة قدرت بحوالي ٨٣%، وارجعت الدراسة ذلك إلى توفر البيئة الزراعية المناسبة والمياه في محافظة الخرج، والقوة الشرائية والسوقية المرتبطة بالكثافة السكانية في امارة الرياض، بينما تحديد الاتجاه العام لمصانع الألبان ومنتجاتها اظهر انها تمتد من (الجنوب الشرقي - الشمال الغربي)، وأن نمط صلة الجوار هو النمط (المتجمع) فقد بلغت قيمته (٤٨,٠)، كما أظهر التوزيع المكاني أن هناك تبايناً في إنتاج المنتجات الرئيسية؛ كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود تباين في تسويق المنتجات الرئيسية داخلياً؛ حيث بلغت نسبة التسويق من المنتجات الرئيسية ١٠٠% في محافظات مقرّ إمارة الرياض والخرج والمزاحمية والزلفي، بينما لم تتجاوز نسبة التسويق بمحافظة الغاط ٢٣%، وأوصت الدراسة بضرورة استثمار بقية المحافظات غير المستثمرة والتي تمتلك المقومات الطبيعية والبشرية لإنشاء مصانع؛ بهدف تنمية صناعة الألبان ومنتجاتها.

الكلمات المفتاحية: التباين المكاني، إنتاج الألبان، محافظات منطقة الرياض، مناطق، تسويق الألبان.

* أستاذ التخطيط الصناعي والإقليمي والتنمية المستدامة، قسم الجغرافيا - جامعة الملك

سعود.

أولاً: المقدمة

تقوم فلسفة علم الجغرافيا على أساس تنمية إطار مفهومي هدفه التعامل مع توزيع الظواهر والاحداث في الحيز المكاني، اذ تربوا الجغرافيا في البحث التعرف على مفهومي (اين ولماذا)، فالأول يقوم على أساس ابنية الظاهرة، وفي المقابل فإن الثاني يقوم على اساس تحليل العوامل التي أسهمت في وجود الظواهر، مما يعني انها ليست وصفاً وانما تعد تعليلاً ومن ثم إعطاء تفسير، والسبب في ذلك يرجع إلى أن الظواهر الجغرافية قد تتوزع او تترتب بشكل عشوائياً، او منتظماً، او متجمعاً، مما يعني أنه يوجد علاقة مكانية وظيفية مع ظاهرة أخرى^(١)، اذ يمكن القول أن التوزيع الجغرافي يلعب دوراً هاماً في الكشف عن نمط توزيع الظاهرة ومجال حدودها، حيث يساهم في التعرف على نوعية توزيع الظواهر عبر تحديد مدى انتشار او تقارب توزيعها من جهة ومدى اعتداله من جهة أخرى، كما تأخذ الظواهر الجغرافية في توزيعها المكاني فوق سطح الأرض مواقع متقاربة، وعلى مسافات منتظمة أو غير منتظمة، او تكون متباعدة تبعاً لمسافات منتظمة أو غير منتظمة، وقد يأخذ النمط شكل الخط، أو المحور، أو الشكل السداسي أو شكلاً اخر، وقد اتجهت الدراسات الجغرافية الحديثة إلى التعرف على هذه الأنماط لمعرفة الأسباب الكامنة خلف هذا التوزيع^(٢). يعد الموقع الجغرافي أحد العوامل الجغرافية الهامة، فهو يشكل عنصراً أساسياً في رسم الخريطة الاقتصادية والعمرانية في منطقة ما، فضلاً عن قدرته على تحديد المجال الاقتصادي والتخصص الانتاجي لها مما يساهم في تحديد موقعها في الاقتصاد المحلي للدولة، ويلعب الموقع الجغرافي المناسب دوراً محورياً في عملية جذب كلاً من: السكان والمصانع، علاوة على الخدمات مما يعطي قيمة إضافية للموقع الجغرافي.

ويقصد بالموقع الجغرافي تحديد الظاهرة الجغرافية في منظومة الإحداثيات الجغرافية أو توضع الظاهرة بالنسبة إلى الظواهر الأخرى، وتتحد أهمية الموقع الجغرافي من خلال ملاءمة الظروف

١- الكعبي وآخرون، ٢٠١٧م، ص ٢٦.

٢- الحازمي، ٢٠١٣م، ص ٤٠.

والعوامل التي تشكل عناصر جغرافية أساسية لهذا الموقع وتتمثل هذه العناصر في موقع المكان بالنسبة إلى خطوط النقل والمواصلات وعقدتهم المختلفة، وكذلك موقعه بالنسبة إلى الأماكن التي تمتاز بوفرة الموارد الطبيعية والاقتصادية، وكذلك أماكن تركيز المنشآت الصناعية ومناطق الإنتاج الصناعي، فضلاً عن أسواق تصريف السلع والخدمات ومناطق التركيز السكاني، والاستثمار السليم لهذه العناصر يسهم في تحديد هذه الأهمية للموقع الجغرافي، وقد شدد علماء الجغرافية الاقتصادية على أهمية دور الموقع الجغرافي والذي تم اختياره بناء على جانب اقتصادي بوصفه عاملاً مهماً في تشكيل البنية الاقتصادية للدولة، ويرى العالم الألماني ماركس أن الموقع الجغرافي في بعض الحالات مثل: استثمار ارض او انشاء أماكن جديدة يعتبر أكثر أهمية من خصوبة التربة، وإن تأثير الموقع الجغرافي لا يقتصر على قطاع الإنتاج فقط، بل يشمل تأثيره على الخدمات والتسويق والمراكز العمرانية^(٣).

ثانياً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

شهدت منطقة الرياض الإدارية تطورات كبيرة في قطاع الالبان ومنتجاته حتى أصبحت المنطقة الأولى على مستوى المملكة العربية السعودية من حيث معايير قياس التوطن الصناعي كأعداد المصانع، والعمالة، ورأس المال المستثمر، كما أصبحت تشكل نقلاً كبيراً في مجال صناعة الألبان ومنتجاتها، مما جعلها نقطة ارتكاز لاهم المشاريع والمصانع الكبيرة التي تعنى بالألبان ومنتجاته مثل: المرعي والصافي، كل ذلك ساهم في تنمية هذه المنطقة ونشاطها الصناعي الغذائي وجعلها صاحبة الريادة في مجال النشاط الصناعي الغذائي على وجه العموم، ونشاط الالبان ومنتجاته على وجه الخصوص من خلال عنصرى الإنتاج والتسويق، فإذا كان هذا دور المنطقة الإدارية بشكل عام، فهذا يقودنا إلى السؤال حول دور محافظات منطقة الرياض الإدارية في تنمية هذا النشاط الغذائي الهام.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على الألبان ومنتجاتها في محافظات منطقة الرياض الإدارية من خلال نظرة جغرافية عبّر:

- ١- دراسة الوضع الراهن لمصانع الألبان ومنتجاتها في محافظات منطقة الدراسة.
- ٢- التعرف على التباين المكاني لتوزيع مصانع الالبان ومنتجاتها في محافظات منطقة الرياض الإدارية.
- ٣- اظهار الاختلاف في الإنتاج من الألبان ومنتجاتها الرئيسية في محافظات منطقة الدراسة.
- ٤- الكشف عن أهم مناطق توزيع وتسويق منتجات الالبان الرئيسية الخاصة بمحافظات منطقة الرياض الإدارية.

رابعاً: تساؤلات الدراسة.

- ١- ما الوضع الراهن لمصانع الألبان ومنتجاتها في محافظات منطقة الرياض الإدارية؟
- ٢- ما مدى التباين المكاني لتوزيع مصانع الالبان ومنتجاتها في محافظات منطقة الرياض الإدارية؟
- ٣- ما هو الاختلاف في الإنتاج من الألبان ومنتجاتها الرئيسية من محافظة لأخرى في محافظات منطقة الدراسة؟

- ٤- اين يتم توزيع وتسويق منتجات الالبان الرئيسية الخاصة بمحافظات منطقة الرياض الإدارية؟

خامساً: الدراسات السابقة:

ركزت الدراسة الحالية على المنتجات الرئيسية من الألبان المنتجة بمحافظات منطقة الرياض من خلال دراسة وضعها الحالي وكيفية توزيعها داخلياً، وهناك العديد من الدراسات التي اتخذت من مجال التباين المكاني موضوعاً لدراسة التوزيع المكاني لتسويق منتجات الألبان، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

الدراسات العربية، وتشمل:

١- دراسة عثمان (٢٠٠٤م) التي تطرقت إلى "إنتاج وتسويق الألبان في ولاية الخرطوم وبالتحديد حالة منتجي الألبان التقليديين في محافظة شرق النيل"، وهدفت الدراسة إلى معرفة الواقع الحالي لإنتاج وتسويق الألبان في منطقة الدراسة، ولقاء الضوء على أهم العوامل التي تؤثر على إنتاج اللبن وأهم المشاكل التي تواجه هذا القطاع في الولاية، واعتمدت الدراسة على البيانات الأولية التي جمعت من النظام التقليدي لمزارع إنتاج الألبان والذي ينتشر في محافظة شرق النيل والتي تعتبر أهم مصدر للألبان في ولاية الخرطوم، واعتمدت الدراسة على البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيانات التي أعدت لكل من: بائعي الحليب وأصحاب البقالات والأسر المستهلكة في الفترة ٢٠٠٢ م - ٢٠٠٣ م، فضلاً عن البيانات الثانوية التي تم الحصول عليها من مصادر مختلفة، كما استخدمت تحليل الانحدار كأسلوب إحصائي بهدف تحليل العوامل الرئيسية المؤثرة على إنتاج اللبن، وتوصلت الدراسة إلى أن كمية المركزات التي يتناولها الحي تؤثر تأثير معنوي في إنتاج اللبن، بينما لا تؤثر كمية الأعلاف، وأن عمر المنتج يساهم إيجابياً في إنتاج اللبن، وأن هناك ضعف في الوعي الصحي والغذائي للألبان (المعاملة حرارياً) الحليب المبستر وطويل الأجل لدى الأسر المستهلكة، في المقابل أشارت الدراسة إلى أن ٩١% من المستهلكين يفضلون اختيار سعر الألبان ومنتجاتها على جودتها، وأن هناك حوالي ٤١% يفضلون المنتجات المصنعة في البقالات وعند بعض الأسر على منتجات شركات الألبان، وأكدت الدراسة على أن قطاع الألبان في الخرطوم يعاني الكثير من المشاكل، وأوصت الدراسة بضرورة وضع خطط مستقبلية لمواجهة المشاكل في هذا القطاع من خلال الاهتمام بمستوى الخدمات البيطرية، وتكثيف برامج إرشادية للمنتجين، وتعليمهم الوسائل المتطورة عبر إدخال التقنية، بالإضافة إلى تحسين نظم تسويق الألبان، وذلك بتقليل الوسطاء، وتوفير وسائل النقل، وإنشاء هيئة تسويق متخصصة في مجال الألبان.

٢- دراسة (التميمي والحلاق، ٢٠١١)، التي تناولت أثر تطور المنتجات في درجة ولاء المستهلك: وهي دراسة ميدانية اقتصرت على مستهلكي منتجات الألبان في منطقة عمان في الأردن، و

اعتمدت هذه الدراسة على عينة حجمها ٥٠٠ مستهلك من مستهلكي الألبان، كما استخدم برنامج SPSS؛ بهدف تحليل البيانات التي جُمعت ، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك ولاءً من قبل مستهلكي الألبان في منطقة الدراسة؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي ٣,٧٩؛ مما يعني أن مستوى الولاء مرتفع نحو منتجات الألبان، كما أشارت الدراسة إلى أن العلاقة بين تطور المنتجات وولاء المستهلك هي علاقة ضعيفة؛ حيث بلغ معامل بيرسون ٠,١٧؛ مما أعطى إشارة إلى أن هناك متغيرات أسهمت في ولاء المستهلك عبر تطور المنتجات، كما توصلت الدراسة إلى أن درجة الولاء لا تختلف باختلاف الجنس، وعزت ذلك إلى أن الجنسين يتعرضان للعوامل المؤثرة نفسها، وأن استهلاكهما مرتبط بالحاجة، كما أن العمر يسهم في دور كبير في درجة الولاء لمنتجات الألبان، بالإضافة إلى ارتفاع المستوى العلمي لديهما، أخيراً بينت الدراسة أن حاجات المستهلك لا تتأثر تبعاً بالدخل الشهري؛ حيث يستخدم أصحاب الدخل المرتفع والمتوسط والمنخفض المنتجات والشركات المصنعة نفسها.

٣- ركزت دراسة (التركي، ٢٠١٥) على صناعة الألبان وأثرها في تغيير أنماط الاستهلاك الغذائي في المملكة العربية السعودية، وهدفت إلى معرفة نمط التوزيع الجغرافي لمصانع الألبان ومنتجاتها في المملكة، والتعرف على الخصائص الجغرافية والاقتصادية لصناعة الألبان في السعودية وتحليل أنماط الاستهلاك للألبان في المملكة، واستخدمت هذه الدراسة تحليل عوامل التوطن الصناعي ومقومات الموضع، واعتمدت كذلك على استخدام التقنيات الحديثة لأساليب التحليل والتعليل؛ منها: برنامج نظم المعلومات الجغرافية (GIS) وبرنامج (SPSS)، ونتج عن هذه الدراسة أن صناعة الألبان في منطقة المملكة من أكثر الصناعات التي تملك عوامل نجاح؛ نظراً لتوافر المواد الخام، كما تتميز باعتمادها على أحدث أنواع التقنية، وأن هناك تكاملاً في صناعة الألبان مع القطاع الزراعي وتربية الأبقار؛ حيث يشكّل أغلب الحليب الطازج من الأبقار، وهي تُعدّ المادة الخام الأساسية في صناعة منتجات الألبان، وتمثل الألبان جزءاً كبيراً من مكونات الغذاء في المجتمع السعودي، كما تُعدّ صناعة الألبان في المملكة العربية السعودية من الصناعات المهمة ضمن أنواع

الصناعات الغذائية، وقد توزعت جغرافياً في ثلاث مدن تحتضن أكثر من نصف إجمالي مصانع الألبان؛ وهي: مدينة الرياض (٣٢,٢%)، ومدينة جدة (١٤,٥%)، ومدينة الدمام (٩,٦%). وقد بينت الدراسة أن هناك العديد من العوامل المؤثرة في زيادة استهلاك الألبان في المجتمع السعودي، ومن أهمها: مستوى الدخل والتقدم العلمي.

٤- دراسة (سلامة، السيد، مريم، حنا ٢٠٢٣)، التي اهتمت بدراسة اقتصادية لإنتاج وتصنيع الألبان في مصر، واستهدفت هذه الدراسة التعرف على الوضع الراهن لإنتاج وتصنيع الألبان في مصر، والوقوف على أهم أسباب أعطال الألبان لمحاولة تجنبها والارتقاء في صناعة الألبان وكفاءة هذه الصناعة في مصر، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الكميات المنتجة في صناعة الألبان تُعد قليلة ولا تكفي الاحتياجات الاستهلاكية وبخاصة الاحتياجات التصنيعية؛ حيث تعتمد المصانع على ٨٠% من احتياجاتها على اللبن المُجفف المستورد؛ مما أدى إلى ارتفاع نسبة الطاقة العاطلة بمصانع الألبان، كما أن الجبن الأبيض والجبن المطبوخ والجبن المبستر واللبن الزبادي والحليب الطبيعي تعد أهم منتجات تصنيع الألبان في مصر، بقيمة بلغت ١٠ ملايين جنيه (أي: ٢٠٨,٣٣ دولارًا أمريكيًا تقريبًا) في عام ٢٠٢١، كما كشفت الدراسة ارتفاع قيمة الواردات من المنتجات اللبنية مقارنة بالصادرات.

الدراسات الأجنبية؛ وتشمل:

١- دراسة (Douphrate and others، ٢٠١٣)، وصف موجز لممارسات إنتاج وصناعة وخصائص المزارع في جميع أنحاء العالم، وتوصلت الدراسة إلى أن صناعة الألبان في العالم تتكون من عدد كبير من الدول ذات ممارسات الإنتاج الفريد وأسواق الاستهلاك، وأن إنتاج نموذج الأعمال الزراعية من القوت إلى الإنتاج في السوق يزداد متوسط حجم القطيع والقوى العاملة، كما أن إدخال التكنولوجيا الجديدة، مثل: صالة الحليب، ساعد الاتجاه العالمي للصناعة على زيادة أحجام المزارع، كما بينت نتائج الدراسة أن أحجام المزارع هي الأكبر في الولايات المتحدة الأمريكية، ومع ذلك فإن الاتحاد الأوروبي يُنتج أكبر من الحليب مقارنة بالمنتجين العالميين الآخرين، كما يُعد

إنتاج الألبان ضرورياً للتنمية الاقتصادية والمجتمعات المُستدامة في المناطق الريفية، ومع ذلك فإنَّ الاستثمار الرأس المال المطلوب، وتوافر الأسواق المحليَّة والعاملَّة تُشكل تحديات مستمرة.

٢- دراسة (Michael and others، ٢٠١٤)، التي ركزت على إدارة التسويق الصناعي في اليونان، حيث تقوم هذه الدراسة بتقييم أداء الاستدامة لسلسلة الألبان اليونانية وأداء أعضائها الفرعيين، باستخدام مؤشراتٍ رئيسة فيما يتعلق بالكفاءة والمرونة والاستجابة وجودة المُنتج؛ حيث جرى تقييم أهمية تلك المؤشرات بناءً على التصورات ذات الصلة للأعضاء الرئيسيين في هذه السلسلة، كما طُوِّرت استبانة مُنظمة؛ حيث فُحصت تسع عشرة قضية تتعلق بالاستدامة، استجاب مائتان وثلاثة وخمسون عضواً في سلسلة توريد الألبان اليونانية، بما في ذلك المُربين والمُصنِّعين وتُجار الجملة وتُجار التجزئة وشركات تقديم الطعام. ووضَّحت النتائج الحاجة الفورية إلى التحسين في العديد من مؤشرات أداء الاستدامة الرئيسية، كما أظهرت الدور الكبير لمُصنِّعي الألبان الكبار الذين هم "أبطال أداء الاستدامة" في هذه السلسلة، وهم القوة الدافعة لتنفيذ العديد من مبادرات الاستدامة.

٣- دراسة (Okano and others، ٢٠١٤)، بعنوان "كيفية تحسين إنتاج الألبان في البرازيل من خلال مؤشرات التنمية الاقتصادية لسلسلة الحليب"؛ حيث تُعدُّ الألبان في البرازيل نشاطاً مهماً في القطاع الزراعي، وله دورٌ حيوي في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد، ويُقدر استهلاك البرازيل من الحليب السائل نحو ١٧٧ لترًا سنويًا، ومن المتوقع أن يزيد الاستهلاك من الحليب السائل إلى ٢% في عام ٢٠١٣م، وينبُغ هذا الارتفاع في الغالب من الزيادة المُقدَّرة في الاستخدام الصناعي بدعمٍ من ارتفاع دخل المستهلك المتاح، وتُعدُّ البرازيل أكبر سوقٍ لمشروبات الحليب التي تحتوي على منكهات في أمريكا اللاتينية، وتؤدي الاختلافات في نوع المُنتجين ومعايير التكنولوجيا والاستثمار المنخفضة ومقاومة المُنتجين للتغيرات، مما يؤدي إلى اختلاف توازن إنتاجية صناعة الألبان وتُوصي بسلسلة التوريد، وتُقدِّم الدراسة التحقيق في سلسلة الألبان وتصنيفها لإثبات أنَّه من الممكن تنظيمها باستخدام أفضل الممارسات؛ لتحسين الإنتاجية والتحول إلى سلسلة إنتاجية مستدامة.

٤- دراسة (Ferenhof and others، 2019)، التي وضحت العلاقة بين الحواجز والعوامل الرئيسية لإنتاج الألبان في سانتا كاتارينا، البرازيل، وكان الغرض من هذه الورقة هو التحقق مما إذا كان من الممكن التخفيف من حواجز إنتاج الألبان، من خلال العوامل الرئيسية لإنتاج الألبان المشترك إليها في الأدبيات؛ وذلك في منظور نظام الأعمال التجارية للألبان ك(مزارعي الألبان، والتعاونيات الألبانية، والحكومة، ووكالات البحث، والمستشارين والمؤسسات المالية). من خلال التصميم والمنهجية وذلك لتحقيق الهدف المقترح لهذه الدراسة، تتألف المنهجية المستخدمة في الدراسة من ثلاث مراحل: البحث الاستكشافي في الأدبيات لتحديد الحواجز والعوامل المحركة لإنتاج الألبان، وجمع البيانات والنموذج الإحصائي. في المرحلة الأولى أجرى المؤلفون بحثاً استكشافياً في الأدبيات، لفهم نظام إنتاج الألبان بشكل أفضل وإيجاد الحُجج التي تُميّز الحواجز والدوافع لهذا النشاط، وفي المرحلة الثانية طُوّرت استبانة منظمة تحتوي على ١٣ سؤالاً مغلقاً في كتلة واحدة، مع إجابات تربيئية، بناءً على الاقتراحات، وطُبقَ على القائمين نظام إنتاج الألبان في سانتا كاتارينا- البرازيل. كما جرى تحليل إجمالي ٣٠٥ إجابات مناسبة للتحليل، قائمة على التحليل من خلال تحليل عاملي استكشافي ونمذجة المعادلات البنوية عبر المربعات الجزئية الصغرى؛ مما أدى إلى النموذج الإحصائي، وبناءً على نتائج التحليل تحقّق الباحثون من وجود علاقة عكسية بين خصائص الحواجز وعوامل إنتاج الألبان الرئيسية؛ وبهذا المعنى، يمكن للباحثين التأكيد على أنّ زيادة الأحمال في عوامل إنتاج الألبان الرئيسية تُقلّل من أحمال حواجز إنتاج الحليب. بناءً على نتائج هذا الاختبار يمكن تحديد رؤى نظرية وعملية جديدة لتطوير دراساتٍ جديدة؛ بهدف تعزيز تطوير قطاع الألبان، بالإضافة إلى تقديم الدعم في عملية اتخاذ القرار من جانب اللاعبين في نظام الألبان، وتُعَدُّ هذه الدراسة أول دراسة تقارن وتُحدِّد الحواجز والعوامل الرئيسية لإنتاج الألبان في سانتا كاتارينا باستخدام النظام البيئي للأعمال كعدسة تحليلية.

مما تقدّم، يتبيّن أنّ بعض الدّراسات السابقة أّسّمت بتقييم أداء وكفاءة منشآت صناعة الألبان ومنتجاتها، ودراسة إنتاج وتسويق الألبان وتحليل العلاقة بين الحواجز والعوامل الرئيسة لإنتاج الألبان، بينما ركزت دراسات أخرى على المنهج الاستقرائي في دراسة تطور المنتجات من خلال تحليل درجة ولاء المستهلكين للألبان كنموذج، ووصف ممارسات الإنتاج والاتجاهات وخصائص المزارع وكيفية تحسين إنتاج الألبان من خلال مؤشرات التنمية الاقتصادية لسلسلة الحليب. وفي المقابل، انحصرت دراسةً محليةً واحدة في تحليل صناعة الألبان وأثرها في تغيير أنماط الاستهلاك الغذائي للحليب في المملكة العربية السعودية وعليه؛ فإنّ الدّراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة من حيث إنّها تتناول دراسة محافظات منطقة الرياض الإدارية (أنموذجًا)، في تحليل التباين المكاني لتوزيع المنتجات الرئيسة من الألبان ومنتجاتها.

سادساً- حدود الدّراسة:

فُسّمت حدود الدراسة إلى ثلاثة أقسام؛ هي كالآتي :

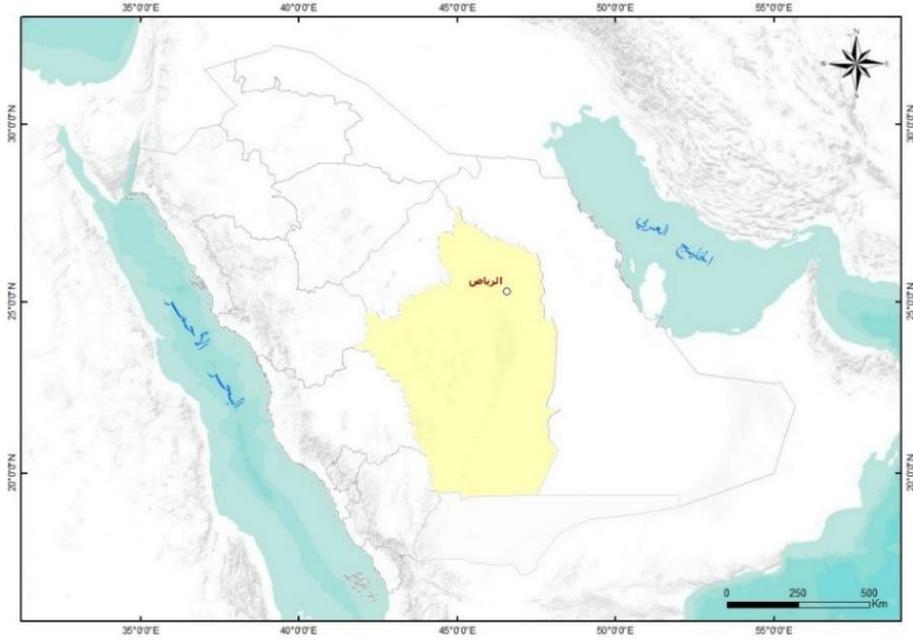
١- الحدود الموضوعية:

شملت 11 منتجًا رئيسًا من منتجات الألبان الرئيسة في محافظات منطقة الرياض الإدارية، وتقع منطقة الرياض في وسط المملكة العربية السعودية أي في منطقة القلب، وتحدها من الشمال المنطقة الشرقية، ومن الشمال الغربي منطقة القصيم والحدود الشمالية، ومن الشرق تحدها المنطقة الشرقية، ومن الجنوب تحدها منطقة نجران، و من الجنوب الغربي منطقة عسير، ومن الغرب تحدها منطقة مكة المكرمة وجزء من منطقة المدينة المنورة، وتمتد منطقة الرياض شمالاً لتشمل مركز الأوطاية التابع لمحافظة المجمعة على بعد (٣٠٥) كلم، وتمتد جنوباً إلى الخماسين و باقي مراكز وأدي الدواسر على بعد (٧٠٠ كلم) تقريباً، كما تصل في حدودها الشمالية والشرقية لتشمل المراكز المرتبطة بمحافظة رماح على بعد أكثر من (١٥٠) كلم، في حين امتدادها الغربي يصل إلى محافظة عفيف و مراكزها بمسافة تصل إلى (٥٠٠) كلم تقريباً، وتبلغ مساحة منطقة الرياض حوالي (٣٨٠,٠٠٠ كلم^٢) أو ما يعادل نحو ١٧% من مساحة المملكة العربية السعودية، ويبلغ عدد سكانها

حوالي ٨,٦ مليون نسمة^(٤) وهي: (حليب طازج خام، لبننة، الزبدة، حليب طازج في عبوات، حليب طويل الأجل، حلويات، لبن طازج في عبوات، جبن، زيادي، آيس كريم، حليب طويل الأجل).

٢- الحدود المكانية: محافظات منطقة الرياض الإدارية. شكل (١).

٣- الحدود الزمانية : تمت هذه الدراسة في عام ٢٠٢٤م.



شكل (١) : منطقة الدراسة.

سابعاً - مناهج الدراسة وإجراءاتها.

١- مناهج الدراسة. تعتمد هذه الدراسة على المناهج والأساليب الآتية:

(أ)- المنهج الاستقرائي .

يعني تطبيق تفسير ظاهرة خاصة على ظاهرة عامة، عبر تتبع أمور جزئية، من خلال الملاحظة، علاوة على التساؤلات عبر استبانة تتضمن متغيرات الدراسة وذلك للمساعدة على تحقيق

٤- الهيئة العامة للإحصاء ٢٠٢٢م.

الأهداف^(٥)؛ بهدف الوصول إلى بياناتٍ كمية يمكن خضوعها للأساليب الإحصائية؛ من أجل الخروج بنتائجٍ رقمية تمتاز بالوضوح والدقة.

(ب) - المنهج الوصفي.

يهدف إلى وصف الظاهرة وطبيعتها، مع تحديد نوعية العلاقة بين متغيراتها وأسبابها واتجاهاتها ومحاولة تفسير وضع الصناعة القائمة في المنطقة المدروسة، كما استُخدم الأسلوب الكمي والذي يُعدُّ الطريقة الأنسب في معالجة البيانات الإحصائية؛ لما لها من قدرة في تصنيف البيانات وحسابها.

(ج) - الأساليب الكمية.

استُخدمت الدراسة باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية لمعالجة بياناتها وتحليل متغيراتها بما يتوافق مع أهدافها ويُجيب عن تساؤلاتها، وهي كالتالي : استُخدم برنامج ARC-GIS استخدمت الدراسة برنامج ARC-GIS وهو أحد التقنيات الحديثة التي أصبحت تشكل مجال تطبيقي وحيوي في معظم الأبحاث الجغرافية، لما لها من قدرة في الإخراج الخرائطي والتحليل المكاني المتطور، بهدف تحويل البيانات الرقمية إلى أشكال ورسوم بيانية، ودراسة الخصائص المكانية لتوزيع مصانع منطقة الرياض الإدارية، وتحليل الخصائص المكانية لمصانع الألبان في منطقة الدراسة، فقد تم الاعتماد على تقنية نظم المعلومات الجغرافية (GIS) وذلك باستخدام الأدوات الإحصائية المكانية Tools Statistic Spatial وعدد من الأساليب الإحصائية المكانية لقياس التوزيع الجغرافي

للمصانع الخاصة بالألبان ومنتجاتها قيد الدراسة وتحليل نمط توزيعها، ومن أهمها:

قياس التوزيعات الجغرافية Distributions Measuring Geographic، حيث استخدمت الدراسة الأساليب (٦) التالية: المركز المتوسط : Centre Mean والذي يعد من أهم مقاييس النزعة المركزية المكانية، وهو نقطة تتوسط المواقع الجغرافية (الاحداثيات) لمفردات الظاهرة المدروسة (مصانع الألبان في محافظات منطقة الرياض الإدارية) بحيث يكون مجموع بعد النقاط عنه أقل

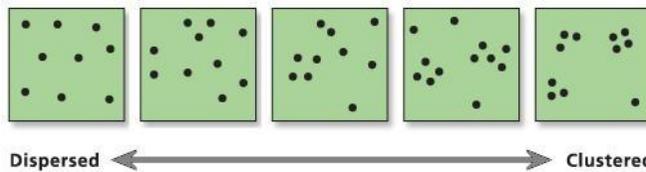
٥- أبو راضي، فتحي، ٢٠١٥، ص ١٧.

٦- داوود، جمعة، ٢٠١٢م، ص ٤١.

من أي موقع آخر في الخريطة، كما استخدمت الدراسة الوسيط المكاني Central Feature بهدف الحصول على نقطة التمرکز التي تقع أقرب ما تكون لمركز توزيع مصانع الالبان في منطقة الدراسة؛ من أجل تحدد موقع المعلم الاكثر توسطاً بناءً على حساب المسافات من كل مصنع للألبان ومنتجاتها ومصانع الألبان الأخرى.

ايضاً تم استخدام المسافة المعيارية Distance Standard والتي تعد من مقاييس التشتت والانتشار المكاني؛ حيث تدل على مدى تباعد أو تركيز مصانع الالبان في المنطقة المدروسة مكانياً، وقد تم استخدام المسافة المعيارية بهدف رسم الدائرة المعيارية، والتي يمكن من خلالها معرفة مدى تركيز أو انتشار البعد المكاني لمصانع الألبان في منطقة الرياض الإدارية، ويكون مركز الدائرة هو موقع المركز المتوسط Centre Mean ، فكلر حجم الدائرة يعطى مؤشراً على زيادة الانتشار المكاني للمصانع في المنطقة، فضلاً عن الاتجاه التوزيعي: Directional Distribution بهدف الكشف عن ما إذا كان للتوزيع المكاني لمصانع الالبان في منطقة الدراسة اتجاه توزيع معين، وأخيراً تم استخدام التحليل النمطي: Analyzing Pattern عبر معامل تحليل الجوار Average Nearest Neighbor من أجل تحليل نمط توزيع مصانع الالبان ومنتجاتها، وللكشف عن نمط انتشار مصانع الالبان ومنتجاتها في محافظات المنطقة الرياض الإدارية، ويسهم معامل صلة الجوار في تحديد نمط التوزيع للظاهرة المدروسة وهي مصانع الألبان، حيث أنه يأخذ في الاعتبار المسافة بين النقطة (المصانع) والمساحة وعدد النقاط، وتتراوح النتيجة بين صفر (نمط متجمع) وواحد (نمط عشوائي) و ١,٥ (نمط مبعثر).

الشكل (٩) أنماط التوزيع المكاني للظواهر طبقاً لمعدل الجار الأقرب



المصدر ArcGISv9.3/ Desktop Help / Average Nearest Neighbor

٢- مجتمع الدراسة.

تمثل مصانع الألبان ومنتجاتها في المحافظات التي تمتلك مصانع لإنتاج الألبان في منطقة الرياض الإدارية مجتمع الدراسة، فقد جرى إعداد وتوزيع استبانة تمثل مجتمع الدراسة والبالغ عددها ٢٩ مصنعاً للألبان ومنتجاتها (٧)، وبعد الدراسة الميدانية اتضح أن عدد المصانع التي تقوم بالإنتاج الفعلي هي ٢٥ مصنعاً متخصصاً في صناعة الألبان ومنتجاتها؛ حيث وُزعت ٢٥ استبانة على تلك المصانع، وقد بلغت نسبة الاستجابة ٨٤% من إجمالي مصانع الألبان بالمنطقة، أي: ٢١ مصنعاً.

٣- أداة جمع البيانات ومصادر البيانات وأساليب معالجتها.

(أ) - المصادر الثانوية.

وهي تتمثل في بعض الإحصاءات الصادرة من بعض الجهات المحلية، مثل: الهيئة العامة للإحصاء، واللجنة الوطنية لمنتجي الألبان التابعة للغرفة التجارية والصناعية في منطقة الرياض الإدارية، والمركز الوطني للمعلومات الصناعية والتعدينية، علاوة على بعض الأبحاث والتقارير والكتب المتوفرة في مكتبات الجامعات السعودية التي ترتبط بموضوع الدراسة بغرض الاستفادة منها.

(ب) - المصادر الأولية.

وتتمثل في (الدراسة الميدانية والمقابلات الشخصية)؛ إذ قام الباحثون أولاً بعمل مسح ميداني عبر المقابلات الميدانية، وثانياً من خلال قنوات التواصل الإلكتروني مع بعض ملاك تلك المصانع أو من ينوب عنهم، مثل: مديرو تلك المصانع؛ حيث جرى الحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة من خلال الاستبانة موجهة إلى ٢١ مصنعاً؛ بهدف تحقيق أهداف الدراسة.

٧- المركز الوطني للمعلومات الصناعية والتعدينية، المملكة العربية السعودية، ٢٠٢٤م.

ثامناً - التحليل والمناقشة:

يتوقف نجاح الصناعة واستقرارها على اختيار المكان المناسب لها، ومن هنا تبرز أهمية التخطيط السليم في استغلال الموارد الاقتصادية المتاحة على مستوى الدولة بأفضل الطرق وأكثرها؛ لذا تتجلى أهمية صناعة الألبان ومنتجاتها على اعتبار أنها إحدى الصناعات الغذائية الاستراتيجية، وتعتمد هذه الصناعة على الشروط الأولية لتحقيق التنمية الاقتصادية والصناعية^(٨)؛ لذا تسعى رؤية المملكة ٢٠٣٠م في الاستمرار بتحقيق المستهدفات النوعية عبر تنوع مصادر الاقتصاد، مع تعزيز دور القطاعات غير النفطية في خلق اقتصاد مستدام، وفي المملكة العربية السعودية يحظى قطاع الألبان ومنتجاتها بأهمية كبيرة؛ حيث تدرج ضمن مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠م، علاوة على أنها تشكل جزءاً مهماً من الأمن الغذائي، فضلاً عن دورها في تنمية النشاطين: الزراعي والصناعي؛ مما يسهم في زيادة حجم الناتج المحلي للدولة عبر تصدير تلك المنتجات في السوقين: المحلي والإقليمي. ويمكن القول: إن العوامل الجغرافية بأقسامها الثلاثة الطبيعية والبشرية والاقتصادية أسهمت في التأثير على عملية التوطن في منطقة الرياض الإدارية لما تمتاز به من وفرة المياه والأراضي الخصبة، والموقع الجغرافي الاستراتيجي لبقية المناطق، وركزت هذه الدراسة هنا على العوامل الجغرافية الاقتصادية؛ حيث ترتبط ارتباطاً وثيقاً فيما بينها في التأثير على صناعة الألبان ومنتجاتها، من خلال عملية اختيار عنصر الإنتاج أولاً: كإنتاج الحليب الخام، واللبن بأنواعه طويل الأجل، فضلاً عن بقية المنتجات الأخرى، مثل: الأجبان والزبدة واللبنه والحلويات والآيس كريم، وثانياً: عنصر التسويق والذي يرتبط بعملية نقل وتصريف تلك المنتجات وفق احتياجات المستهلك النهائي من مكان لآخر، ويذكر أن منطقة الدراسة لوحدها تنتج ما يقارب من ٩٠% من الحليب الخام سنوياً، والذي يعد أحد أهم المواد الخام الداخلة في صناعة المنتجات الرئيسية من الألبان^(٩)،

٨- المركز الوطني للمعلومات الصناعية، ٢٠٢٤م.

(٩) الثباين المكاني لتوزيع المنتجات الرئيسية من الألبان ومنتجاتها... أ.د. عبد العزيز بن إبراهيم الحرة وآخرون

وهنا ركزت الدراسة على أربعة محاور في دراستها لمصانع الألبان ومنتجاتها في لمنطقة الرياض الإدارية، هي:

١- الوضع الراهن لمصانع الألبان في منطقة الرياض الإدارية.

٢- التباين المكاني لتوزيع مصانع الألبان ومنتجاتها في محافظات منطقة الدراسة.

٣- التباين المكاني لمنتجات الألبان الرئيسية في محافظات منطقة الدراسة.

٤- مناطق توزيع وتسويق منتجات ألبان محافظات منطقة الدراسة.

١- الوضع الراهن لمصانع الألبان في محافظات منطقة الرياض الإدارية:

يبلغ عدد محافظات منطقة الرياض الإدارية ١٩ محافظة، بينما يبلغ عدد المحافظات التي تحتوي على مصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية خمس محافظات هي: مَقَرِّ إمارة الرياض ومحافظات الخرج والمزاحمية والزلفي، وأخيراً محافظة الغاط، كما هو مبين في الجدول (١) والشكل (٢)، وهو ما يُشكل قُرابة ٢٦,٣١% من جملة محافظات منطقة الدراسة^(١)، انظر شكل (٢)، فقد شكَّلت كلاً من : مَقَرِّ إمارة الرياض ومحافظة الخرج أكثر من ثلاثة مصانع المنطقة عبر وجود ٢٤ مصنعاً خاصاً بالألبان ومنتجاتها فيهما والسبب في ذلك يعود إلى استحوادها على نسبة كبيرة من رأس المال المستثمر، فضلاً عن القرب من المواد الخام والسوق، بينما جاءت محافظتا المزاحمية والزلفي بالمرتبة الثالثة بعدد مصنعين لكلٍ منهما، واحتلت محافظة الغاط المرتبة الأخيرة بعددٍ لم يتجاوز المصنع الواحد فقط، كما هو مبين في الشكل (٢)، كما بلغ عدد العمالة في مصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض بلغ ٧١٤٤ عاملاً، يُشكلون ٤٨% تقريباً من إجمالي العمالة على مستوى مصانع الألبان ومنتجاتها في المملكة العربية السعودية. وبلغ عدد السعوديين ٢٢٨٠ عاملاً أغلب هؤلاء في الأعمال الإدارية، بينما وصل عدد الأجانب إلى ٤٦٦٤ عاملاً في عام ٢٠٢٤ (المركز الوطني للمعلومات الصناعية والتعدينية، ٢٠٢٤م) انظر شكل (٣).

١ - الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠٢٤م.

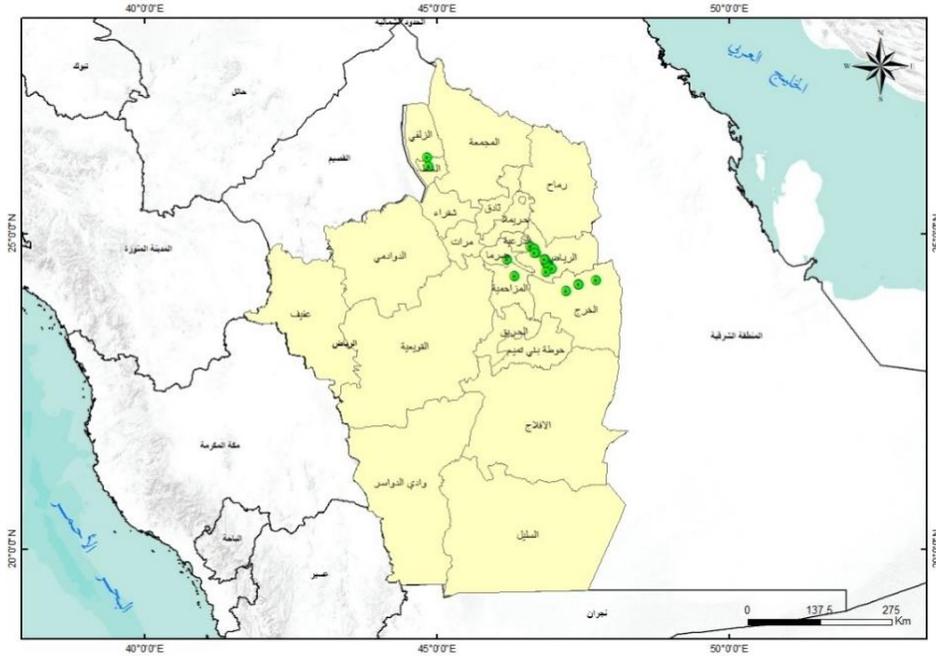
ويختلف عدد العمال من مصنعٍ لآخر؛ بحيث تعودُ قلة الأيدي العاملة في مصانع منتجات الألبان بمحافظةي المزاحمية والزلفي مقارنةً بغيرها من مصانع المحافظات الأخرى، إلى كونها تعتمدُ بدرجةٍ كبيرة على حليب البودرة المستورد لإنتاج الأجبان وغيرها وليس لديها أبقارٌ حلابة، بينما تُعدُّ المصانع التي ترتفعُ بها الأيدي العاملة؛ بسبب كونها مكملًا لمشاريع مزارع إنتاج الحليب مثل: الصافي والمراعي. وقد بلغ رأس المال المستثمر ٢,١ مليار ريالٍ في العام نفسه، وهو ما يعادل تقريبًا ٦١% من إجمالي رأس المال المستثمر في صناعة الألبان في المملكة العربية السعودية؛ حيث احتلت محافظة الخرج المرتبة الأولى من حيث تركُّز رأس المال بنسبة ٩٢%، وجاء مقرُّ إمارة الرياض بالمرتبة الثانية بنسبة ٦%^(١١)، كما هو مبينٌ في الشكل(٤)، وينكر أن الطاقة الإنتاجية المرخصة من الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية بلغت ما يقارب ١,٨ مليون طن، يمثل نحو ٥٦,٧% من إجمالي الحليب الخام في المملكة والبالغ تقريبًا ٣,١٩٥,٤ طن، حسب الإحصائية الأخيرة الخاصة بمشاريع الألبان في المملكة العربية السعودية والتي كانت في عام ٢٠٢١م^(١٢).

جدول ١ : التوزيع العندي والنسبي لمصانع الألبان والعاملين في محافظات منطقة الدراسة.				
المحافظة	عدد المصانع	النسبة (%)	عدد العمالة	النسبة (%)
إمارة منطقة الرياض.	١٥	٥١,٧٠	٣٤٦٢	٤٨,٥٠
الخرج.	٩	٣١,٠١	٣٥٤٤	٤٩,٦٠
المزاحمية.	٢	٦,٩٠	٦	٠,٠٩
الزلفي.	٢	٦,٩٠	١٧	٠,٢٠
الفاط.	١	٣,٤٩	١١٥	١,٦١
الإجمالي	٢٩	%١٠٠	٧١٤٤	%١٠٠

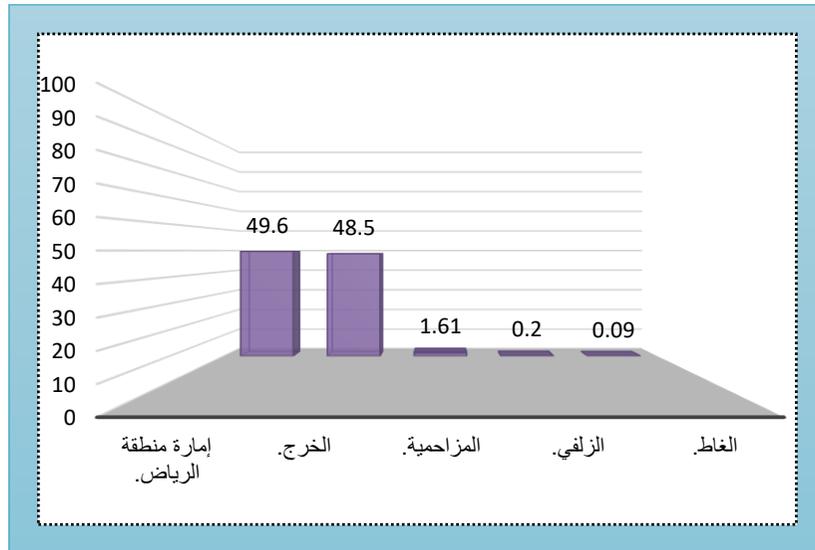
المصدر: المركز الوطني للمعلومات الصناعية والتعدينية ٢٠٢٤م.

١١ - المركز الوطني للمعلومات الصناعية والتعدينية ٢٠٢٤م.

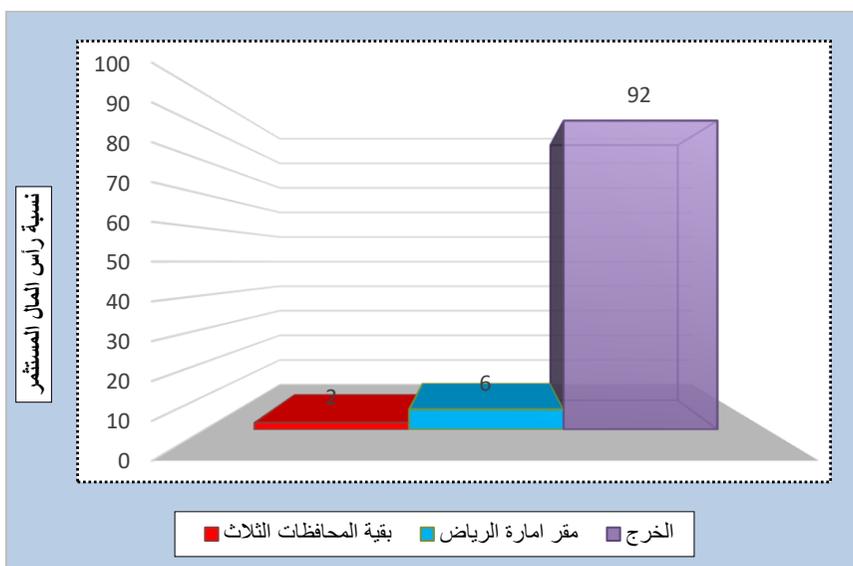
١٢ - الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠٢٤م.



المصدر: الباحثون بالاعتماد على المركز الوطني للمعلومات الصناعية والتعينية ٢٠٢٤م.
 الشكل ٢ : التوزيع المكاني لعدد مصانع إنتاج الألبان بمحافظات منطقة الرياض خلال عام ٢٠٢٤م.



المصدر: الباحثون بالاعتماد على المركز الوطني للمعلومات الصناعية والتعينية ٢٠٢٤م.
 الشكل ٣ : التوزيع النسبي للعاملين في مصانع الألبان ومنتجاتها حسب الجنسية في محافظات منطقة الرياض الإدارية ٢٠٢٤م.



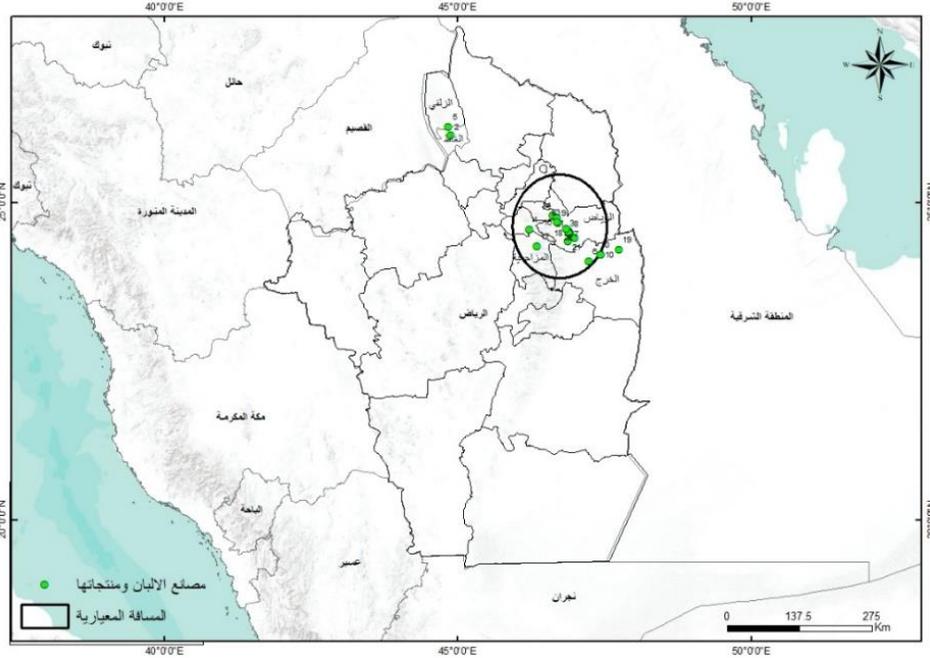
المصدر: الباحثون بالاعتماد على المركز الوطني للمعلومات الصناعية والتعينية ٢٠٢٤م.
الشكل ٤ : التوزيع النسبي لرأس المال المستثمر في مصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية خلال عام ٢٠٢٤م.

٢- التباين المكاني لتوزيع مصانع الالبان ومنتجاتها في محافظات منطقة الرياض الإدارية.

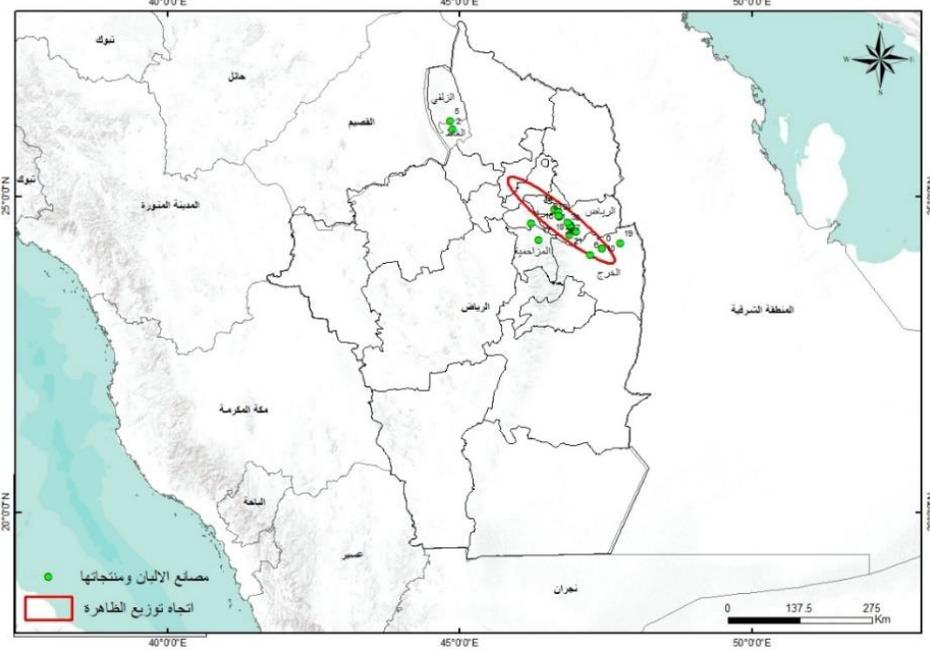
يهدف الوصول إلى الصورة الدقيقة لطبيعة التوزيع المكاني لمواقع مصانع الألبان في المنطق وللكتشف عن الخصائص المكانية لتوزيع مصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية. تم إيجاد المتوسط المكاني والظاهرة المركزية لمواقع مصانع الالبان ومنتجاتها في منطقة الدراسة، حيث يتضح لنا من الأشكال (٥) و(٦) و(٧) أن نقطة الظاهرة المركزية Central Feature والمحددة باللون الأحمر تمثل مصنع وردة المشرق والذي يقع في الصناعية الجديدة في مقر إمارة منطقة الرياض وهو يشغل الموقع الأكثر مركزية بين مواقع مصانع الالبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية ، كما أن نقطة الموقع الجغرافي المتوسط mean center الذي ميزناها هنا في اللون الأزرق تقع أيضاً في مقر إمارة منطقة الرياض، و كانت إحداثيات المركز المتوسط (٢٤,٦٢٠٩٨٤) شمالاً(٤٦,٧٠٦٣٨٤) شرقاً، مما اظهر أهمية مقر اماره الرياض في استقطاب مصانع الألبان ومنتجاتها مقارنة بالمحافظات الأخرى، وربما يعود ذلك التقرد إلى الحجم

السكاني الكبير المرتبطة بعملية التسويق المرتفعة من خلال ارتفاع الاعتماد على الاستهلاك من منتجات تلك المصانع في المحافظة.

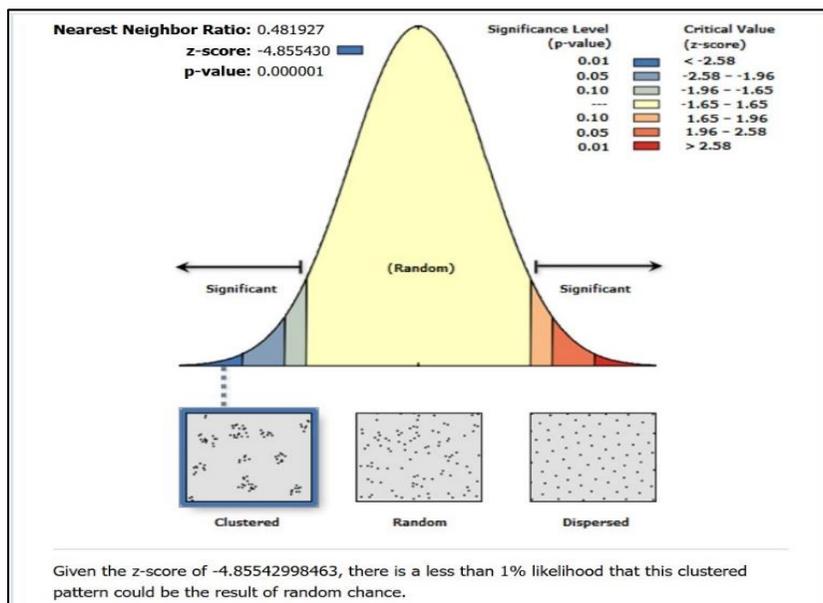
ويلاحظ أن هناك تقارب نقطتي الموقع (المتوسط) و (الظاهرة المركزية) حيث تقع جميعها في مقر امارة الرياض مما يدل على أن توزيع المصانع كان توزيعاً مثلياً في منطقة الدراسة حيث تقع غالبيتها في مناطق صناعية محددة. أما فيما يخص المسافة المعيارية فإن مركزها يمثل المركز الجغرافي المتوسط والذي يعبر عنه باللون الأزرق وهي تظهر مدى انتشار الظاهرة حول مركزها الجغرافي وبالتالي تعتبر مقياساً مهماً في الحكم على مدى التشتت المكاني لمصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الدراسة، وتبلغ قيمة المسافة المعيارية ٢,٥٦٣ كم وهي تمثل نصف قطر المسافة المعيارية، وتضم ٢٤ مصنعاً للألبان ومنتجاتها وتشكل حوالي ٨٣% من إجمالي مصانع منطقة الرياض الإدارية مما يدل على ارتفاع نسبة التوزيع للمصانع حول المركز الجغرافي، وكما يتضح من الشكل (٨) اتجاه التوزيع لظاهرة بهدف تحديد الاتجاه العام لمصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الدراسة، وهي عبارة عن شكل بيضاوي رسم باللون الأحمر حيث يظهر اتجاه التوزيع نحو (الجنوب الشرقي - الشمال الغربي)، وهو امتداد يتوافق مع الامتداد العام لمصانع الألبان ومنتجاتها على مستوى منطقة الدراسة. ولتحديد نمط توزيع صلة الجوار نجد أن نوع نمط توزيع المصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية هو النمط (المتجمع) حيث تقل فيه قيمة صلة الجوار عن واحد صحيح فقد بلغت قيمته (٠,٤٨)، والسبب في ذلك يعود إلى التقيد في برامج التخطيط والتي تستهدف وجود مناطق صناعية تضم تلك المصانع وغيرها تحت نطاق مكاني واحد، انظر شكل (٩).



المصدر: الباحثون بالاعتماد على الدراسة الميدانية ٢٠٢٤م.
شكل ٧: المسافة المعيارية لمصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية ٢٠٢٤م.



المصدر: الباحثون بالاعتماد على الدراسة الميدانية ٢٠٢٤م.
شكل ٨: اتجاه التوزيع العام لمصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية ٢٠٢٤م.



المصدر: الباحثون بالاعتماد على الدراسة الميدانية ٢٠٢٤م.

شكل ٩: قيمة مؤشر الجار الأقرب لتوزيع مصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية ٢٠٢٤.
٣- التباين المكاني لمنتجات الألبان الرئيسية في محافظات منطقة الرياض الإدارية.

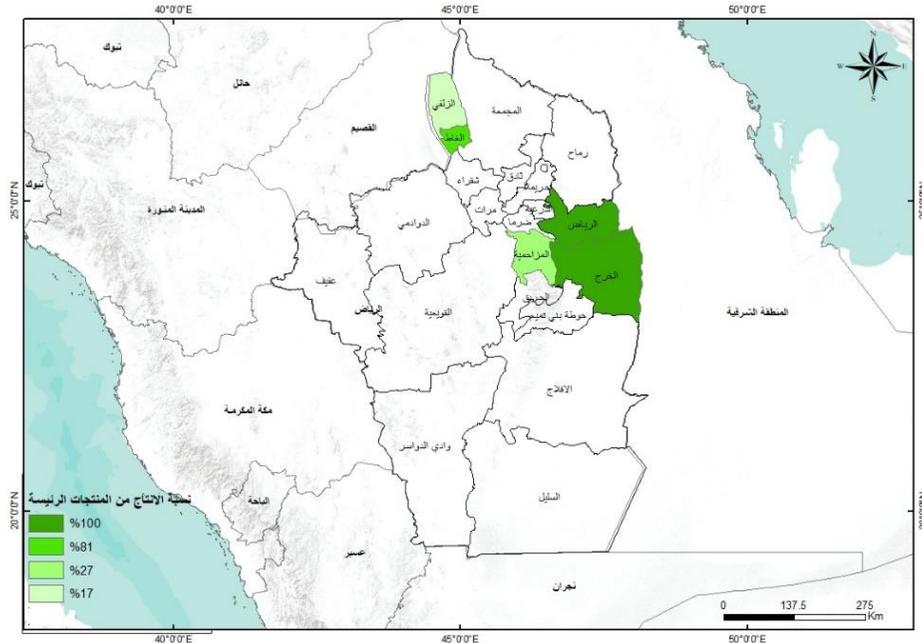
أسهم العدّد الكبير من مصانع الألبان ومنتجاتها في تنوع الإنتاج على مستوى منطقة الرياض الإدارية. فهناك قرابة ١١ منتجاً رئيسياً وفق الدراسة الميدانية، فمصانع المنطقة تقوم بإنتاج السلع وفق متطلبات ورغبات المستهلك. ووفقاً للدراسة الميدانية فإنّ عملية الإنتاج من الألبان ومنتجاتها الرئيسية في منطقة الرياض الإدارية، شملت جميع المنتجات الأحد عشر مُنتجاً بمجموع ٢٩ مصنعاً، بلغت بها نسبة الإنتاج ١٠٠%. وهذا يعني أنّ منطقة الرياض الإدارية تقوم بإنتاج جميع الأنواع والمنتجات الرئيسية المُدرجة في الدراسة، وفي المقابل يتضح من بيانات الجدول (٢) والشكل (١٠) أنّ هناك تبايناً في عملية الإنتاج من المنتجات الرئيسية من الألبان من حيث النوعية من محافظة لأخرى. ويعود هذا التباين إلى الإمكانيات الاقتصادية من مصنع لآخر. فنجد أنّ نسبة الإنتاج من المنتجات الرئيسية بلغت ١٠٠% بمصانع إمارة منطقة الرياض ومحافظة الخرج؛ ممّا يعني أنّ هاتين المحافظتين تقومان بإنتاج جميع المنتجات الرئيسية والبالغ عددها ١١ منتجاً رئيسياً، والسبب في ذلك يرجع إلى قدرتها الإنتاجية الكبيرة المرتبطة بارتفاع رأس المال المستثمر وبتوفر كلاً من المواد الخام والأيدي العاملة، بينما هناك مصانع تُنتج جزءاً كبيراً من تلك المُنتجات كمصنع محافظة

الغاظ حيث بلغت نسبة الإنتاج فيها ٨١% وهي تقوم بإنتاج جميع المنتجات الرئيسية باستثناء الأيسكريم والحليب طويل الأجل، واكتفت بعض المصانع بإنتاج منتجات رئيسة محدّدة كمصانع محافظتي المزاحمية المُنتجة للزبادي واللبننة والجبن، ومصانع الزلفي المُنتجة للحليب الطازج الخام والجبن. وقد بلغت نسبة الإنتاج في الأولى ٢٧% وفي الثانية ١٨%.

جدول ٢ : المصانع التي تقوم بالإنتاج من المنتجات الرئيسية من الألبان في محافظات

منطقة الرياض الإدارية.

مقر إمارة الرياض والمحافظات	عدد المصانع	المنتجات الرئيسية	
		عدد المنتجات	النسبة (%)
إمارة منطقة الرياض.	١٥	١١	١٠٠
محافظّة الخرج.	٩	١١	١٠٠
محافظّة المزاحمية.	٢	٣	٢٧
محافظّة الزلفي.	٢	٢	١٨
محافظّة الغاظ.	١	٩	٨١



المصدر: الباحثون بالاعتماد على الدراسة الميدانية ٢٠٢٤م.
الشكل ١٠ : نسبة الإنتاج من المنتجات الرئيسية في مصانع الألبان في محافظات منطقة الرياض الإدارية.

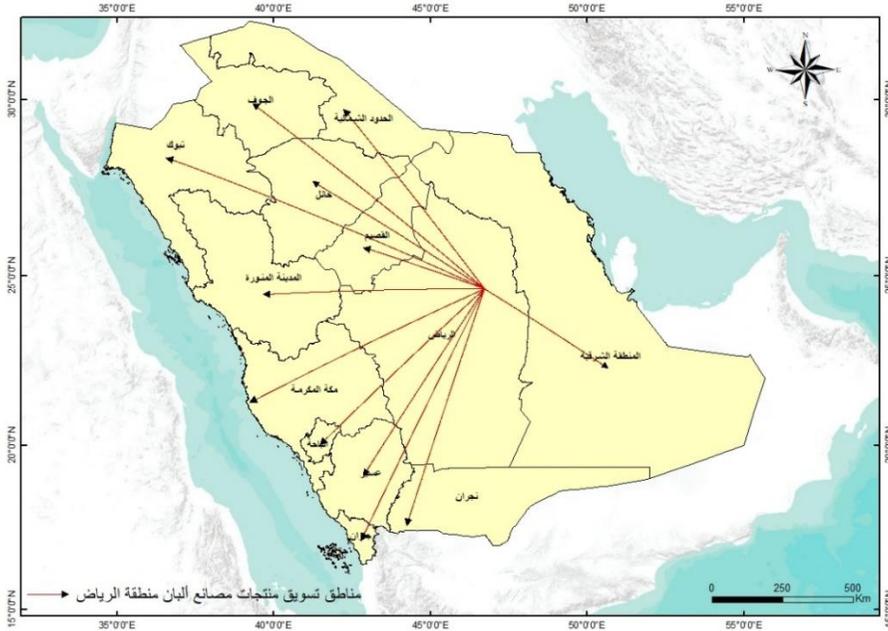
٤ - مناطق توزيع وتسويق منتجات ألبان محافظات منطقة الرياض الإدارية.

تقوم مصانع الألبان ومنتجاتها على مستوى منطقة الرياض الإدارية، والبالغ عددها واحدٌ وعشرون مصنعاً كما غطتها الدراسة الميدانية بعملية التصريف والتسويق للمنتجات الرئيسية في جميع مناطق المملكة الثلاث عشرة منطقة؛ ممّا يعني أنّ المنطقة -بوجهٍ عام- تُغطّي جميع أسواق مناطق المملكة العربية السعودية بنسبة ١٠٠% من منتجات الألبان انظر شكل (١١)، وهذا يعود إلى وجود أكبر مصنعين على المستويين: المحلي والإقليمي، وهما: المرعي والصافي، وبالنظر إلى الجدول (٤) والشكل (١٢) نجد أنّ هناك تبايناً في عملية التسويق في المنتجات الرئيسية من محافظة لأخرى، ويُعزى ذلك التباين إلى اختلاف الإمكانيات الاقتصادية من مصنعٍ لآخر في تلك المحافظات، فهناك محافظات تقوم بتسويق المنتجات الرئيسية في جميع مناطق المملكة العربية السعودية مثل: إمارة منطقة الرياض ومحافظات الخرج والزلفي والمزاحمية؛ حيث بلغت نسبة التسويق من المنتجات الرئيسية فيها ١٠٠%، والسبب في ذلك هيمنة هذه المحافظات على قطاع الألبان في منطقة الدراسة. وفي الجانب الآخر نجد محافظة الغاط التي لا تتعدى مناطق تسويق منتجاتها المناطق الإدارية للرياض ومكة المكرمة والشرقية، كما هو مبينٌ في شكلي (١٣) و (١٤).

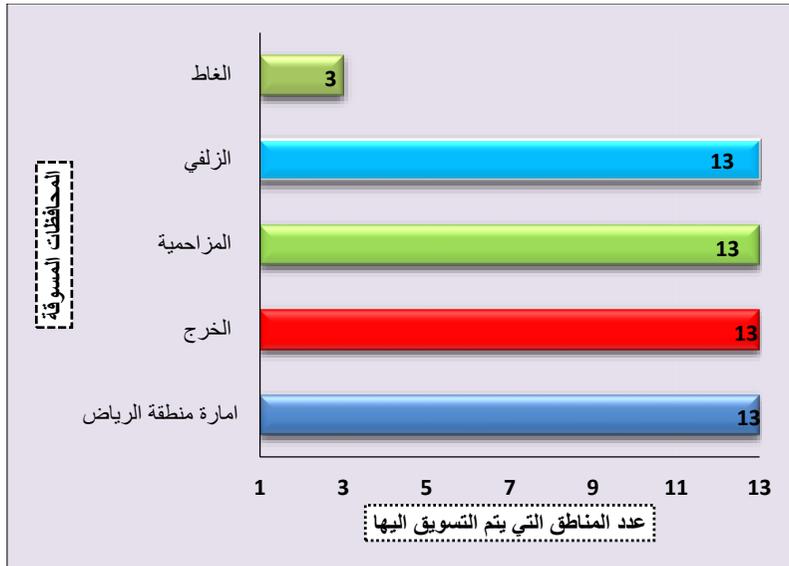
جدول (٤) : أهم المناطق التي يتم فيها تسويق المنتجات الرئيسية من الألبان الخاصة بمحافظات منطقة الرياض الإدارية

مناطق تسويق المنتجات	نسبة التسويق خارج المحافظة (%)	عدد مناطق تسويق منتجات المحافظات من الألبان	منطقة الرياض الإدارية
جميع المناطق.	١٠٠	١٣	إمارة منطقة الرياض.
جميع المناطق.	١٠٠	١٣	محافظة الخرج.
جميع المناطق.	١٠٠	١٣	محافظة المزاحمية.
جميع المناطق.	١٠٠	١٣	محافظة الزلفي.
مكة المكرمة- الرياض- الشرقية.	٢٣	٣	محافظة الغاط.

المصدر: الباحثون بالاعتماد على الدراسة الميدانية ٢٠٢٤م



المصدر: الباحثون بالاعتماد على الدراسة الميدانية ٢٠٢٤م.
الشكل ١١ : مناطق تسويق المنتجات الرئيسية لمصانع الألومنيوم في منطقة الرياض الإدارية.



المصدر: الباحثون بالاعتماد على الدراسة الميدانية ٢٠٢٤م.
الشكل ١٢ : التوزيع العددي للمناطق التي يصلها منتجات الألومنيوم الرئيسية الخاصة بمحافظات منطقة الرياض الإدارية.

الخاتمة:

تؤدي منطقة الرياض الإدارية دوراً كبيراً وحيوياً في توفير متطلبات السوق المحلي من المنتجات الصناعية من الألبان ومنتجاتها، فعلى مستوى الإنتاج والتسويق في المنطقة نجد أن منطقة الرياض الإدارية تقوم بإنتاج وتسويق جميع المنتجات الرئيسية من الألبان بنسبة ١٠٠% وهي ١١ منتجاً رئيسياً إلى جميع مناطق المملكة العربية السعودية، أمّا على مستوى المحافظات، فهناك محافظتين بلغت نسبة الإنتاج والتسويق فيها ١٠٠% وهي مقرّ إمارة الرياض والخرج؛ حيث تقوم بإنتاج ١١ منتجاً رئيسياً، وتقوم بالتسويق إلى جميع مناطق المملكة العربية السعودية. بينما هناك محافظة واحدة تقوم بإنتاج جزء كبير من المنتجات الرئيسية، وهي محافظة الغاط؛ حيث تُنتج جميع المنتجات باستثناء حليب طويل الأجل والأيسكريم بنسبة إنتاج وصلت إلى ٨١% من إجمالي المنتجات الرئيسية المُنتجة ونسبة تسويق لم تتجاوز ٢٣%؛ حيث تقوم بتسويقها في ثلاث مناطق فقط، وهي: منطقة الرياض الإدارية والمنطقة الشرقية الإدارية، ومنطقة مكة المكرمة الإدارية، وفي المقابل هناك محافظتين اكتفت بعدد محدود من المنتجات الرئيسية وهي: محافظتي المزاحمية والزلفي؛ حيث تقوم الأولى بإنتاج ثلاثة أنواع من المنتجات الرئيسية فقط، وهي: الجبن والزبادي واللبن، بنسبة إنتاج بلغت ٢٧% تقريباً من جملة المنتجات الرئيسية ونسبة تسويق ١٠٠%، أما الأخرى تقوم بإنتاج نوعين فقط، وهما: اللبن والجبن، بنسبة إنتاج بلغت ١٨% من تلك المنتجات الرئيسية ونسبة تسويق وصلت إلى ١٠٠% من جملة مناطق المملكة العربية السعودية؛ لذا نستنتج ممّا سبق أنّ هناك تبايناً، فهناك تباين كبير في الإنتاج، ويقالُ هذا التباين في عملية التسويق على مستوى المحافظات من محافظةٍ لأخرى.

كما اظهرت التحليلات الإحصائية المكانية أن نقطة الظاهرة المركزية تمثل مصنع وردة المشرق والذي يقع في الصناعية الجديدة في مقر إمارة منطقة الرياض وهو يشغل الموقع الأكثر مركزية بين مواقع مصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية ، كما أن نقطة الموقع الجغرافي المتوسط تقع أيضاً في مقر إمارة منطقة الرياض، مما اظهر أهمية مقر إمارة الرياض في استقطاب

مصانع الألبان ومنتجاتها مقارنة بالمحافظات الأخرى، وعزت ذلك إلى الحجم السكاني الكبير المرتبطة بالتسويق والاستهلاك من منتجات تلك المصانع في المحافظة، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك تقارب نقطتي الموقع (المتوسط) و (الظاهرة المركزية) حيث تقع جميعها في مقر إمارة الرياض مما يدل على أن توزيع المصانع كان توزيعاً مثلياً في منطقة الدراسة حيث تقع غالبيتها في مناطق صناعية محددة.

كما بلغت قيمة المسافة المعيارية ٢,٥٦٣ كم وهي تمثل نصف قطر المسافة المعيارية، وتضم ٢٤ مصنفاً للألبان ومنتجاتها وتشكل حوالي ٨٣% من إجمالي مصانع منطقة الرياض الإدارية مما دل على ارتفاع نسبة التوزيع للمصانع حول المركز الجغرافي. وكان اتجاه التوزيع نحو (الجنوب الشرقي - الشمال الغربي) وهو امتداد يتوافق مع الامتداد العام لمصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الدراسة. نمط توزيع المصانع الألبان ومنتجاتها في منطقة الرياض الإدارية هو النمط (المتجمع) حيث نقل فيه قيمة صله الجوار عن واحد صحيح فقد بلغت قيمته (٠,٤٨) وعزت الدراسة ذلك إلى التقيد في برامج التخطيط والتي تستهدف وجود مناطق صناعية تضم تلك المصانع وغيرها تحت نطاق مكاني واحد، أخيراً توصي الدراسة بضرورة الاستثمار في المحافظات الأخرى في منطقة الدراسة والتي تمتلك المقومات الطبيعية والبشرية؛ بهدف تنمية صناعة الألبان ومنتجاتها كمنتج الأيس كريم.

المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

١. أبو راضي، فتحي (٢٠١٥م)، مقمة الأساليب الكمية في الجغرافيا، مجلة كلية الآداب، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص ١٧.
٢. احمد، عثمان (٢٠٠٤م) إنتاج وتسويق الالبان في ولاية الخرطوم دراسة حالة منتجي الالبان التقليديين في محافظة شرق النيل، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم.
٣. التركي، ندى بنت منصور (٢٠١٥)، دراسة صناعة الألبان وأثرها في تغيير أنماط الاستهلاك الغذائي في المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة حلوان، كلية الآداب، العدد ٣٨: ص ١٠٣٣-١٠٨٠.
٤. التميمي، وفاء صبحي والخالق، سامر وليد (٢٠١١). أثر تطوير المنتجات في درجة ولاء المستهلك: دراسة ميدانية عن مستهلكي الألبان في أمانة عمان الكبرى، مجلة العلوم الإدارية، المجلد ٣٨، العدد ١: ص ١٠٩.
٥. الجندي، محمد، وعباس، محمد، (٢٠١٢). تقييم أداء وكفاءة منشآت صناعة الألبان ومنتجاتها باستخدام أسلوب مغلف، مجلة الاقتصادية الزراعية والعلوم الاجتماعية، العدد ١١: ص ١٦٠٧-١٦٣١.
٦. الحازمي سماح فهد، (٢٠١٣م)، التوزيع الجغرافي للمساجد بمدينة مكة المكرمة دراسة في جغرافية الخدمات، جامعة ام القرى، كلية العلوم الاجتماعية، ص ٤٠.
٧. الدبس، ممدوح (٢٠١٤م) مفهوم الموقع الجغرافي، أهميته في تحديد بنية الإقليم الاقتصادية إقليم الساحل السوري نموذجا، مجلة جامعة دمشق، ص ٢٣.
٨. الكعبي وآخرون (٢٠١٧م)، التوزيع الجغرافي لصناعة في مدينة كربلاء، مجلة الباحث، العدد الثالث والعشرون، ص ٢٦.
٩. المركز الوطني للمعلومات الصناعية والتعدينية، ٢٠٢٤م.
١٠. الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠٢٢م.
١١. الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠٢٤م.

١٢. داوود، جمعة (٢٠١٢م)، أسس التحليل المكاني في إطار نظم المعلومات الجغرافية، النسخة الأولى، ص ٤١.

١٣. سلامة، السيد، حنا مريم (٢٠٢٣)، دراسة اقتصادية لإنتاج وتصنيع الألبان في مصر ٢٠٢٣، مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي تحت رعاية جامعة الإسكندرية، مجلة دولية ربع سنوية للعلوم والبيئة والزراعة، تصدرها جمعية أ.د. عبد المنعم بليح لبحوث الأراضي والمياه، المجلد ٤٤، العدد ٣١: ص ٦٦٥-٦٨٣.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية

1. Douphrate, D.I. ; G. ; Hagevoort, G.R. ; Nonnenmann, M.W. ; Kolstrup, C.L. ; Reynolds, J.S. and Jakob, M. (2013). The dairy industry: a brief description of production practices, trends and farm characteristics around the world, Mark Kinsel journal of agromedicine 18 (3):187-197.
2. Ferenhof, H.A.; Bonamigo, A.; Da Cunha, A.; Tezza, R. and Forcellini, F.A. (2019). The relationship between the main barriers to dairy production in Santa Catarina, British Food Journal, 121 (2): 304-319.
3. Michael Bourlakisa, M.; Maglaras, G.; Gallear, D. and Fotopoulos, C. (2014). Examining sustainability performance in the supply chain :The case of the Greek dairy sector Greek dairy sector, Inndustrial Marketing Management, 43 (1): 56-66.
4. Okano, M.T.; Vendrametto, O. and Sobral dos Santos, O. (2014), How to improve dairy production in Brazil through indicators for the economic development of milk chain, Modern Economy 5 (06): 663-669.

Spatial Variation in the Distribution of Main Dairy Products in the Governorates of the Riyadh Administrative

Abstract:

The study addressed the spatial variation in the distribution of the main dairy products and their marketing areas in the governorates of the Riyadh administrative region and used the descriptive analytical approach and the inductive approach, in addition to adopting a methodology based on the questionnaire method to collect data, which included the study community consisting of (25) factories. The study also revealed that both: the headquarters of the Emirate of Riyadh and Al-Kharj Governorate represent more than three-quarters of the production factories at the regional level, with a percentage estimated at about 83%. The study attributed this to the availability of the appropriate agricultural environment and water in Al-Kharj Governorate, and the purchasing and market power associated with the population density in the Emirate of Riyadh, while determining the general direction of dairy factories and their products showed that they extend from (southeast - northwest), and that the pattern of neighborhood connection is the (clustered) pattern, as its value reached (0.48). The spatial distribution also showed that there is a variation in the production of the main products; The results of the study also revealed a variation in the marketing of the main products internally; The marketing percentage of the main products reached 100% in the governorates of the headquarters of the Emirate of Riyadh, Al-Kharj, Al-Muzahmiyya and Al-Zulfi, while the marketing percentage in Al-Ghat Governorate did not exceed 23%. The study recommended the necessity of investing in the remaining uninvested governorates that possess the natural and human resources to establish factories; with the aim of developing the dairy industry and its products.

Keywords: Spatial variation, dairy production, governorates of Riyadh region, regions, dairy. Marketing