



جامعة تشرين
كلية الزراعة
قسم الاقتصاد الزراعي

الكفاءة التسويقية للزراعة المحمية الخيار والفليفلة

م. اسماعيل عمران
أ.د. علي خدام

• إعداد:
• إشراف:

المقدمة:

مارس الإنسان التسويق منذ أقدم العصور، إذ ظهرت التجارة مع نهاية الاقتصاد العائلي، وظهور فائض الإنتاج، ثم قيام الأفراد بمقايضة الفائض الذي يتكوّن لديهم بما يحتاجونه من السلع الأخرى التي لا يستطيعون إشباعها بإنتاجهم الخاص، لكن الناس لم يبدووا دراسة التسويق بوصفه علماً له أسسه وطرائقه الخاصة وأساليبه العلمية إلا مؤخراً. فالتسويق إذاً فن قديم، ولكنه علم حديث بعد أن انتبه الناس إلى ضرورة تنظيم العمل التجاري، وتنظيم العلاقة بين الناس في تسويق منتجاتهم المادية. (منديل، ٢٠٠٢).

المقدمة:

يُعدُّ الخيار من محاصيل الخضار المُحبَّبة لدى الكثيرين، وهو من الخضار الغنيَّة نسبياً في النياسين، ويُعدُّ كذلك مُتوسِّطاً في مُحتواه من الحديد، وهو من أهم محاصيل السَّلطة، فاتح للشهية، مُرطب صيفاً تحتوي ثماره في مرحلة النضج الاستهلاكي على كمية من المواد الجافة تتراوح ما بين ٤-٦%، يدخل في تركيبها المواد الكربوهيدراتية والبروتينات والألياف والدهون، إضافة إلى الأملاح المعدنية وأهمُّها أملاح البوتاسيوم وهي ثمار فقيرة بمحتواها من الفيتامينات حيث تحتوي على كميات قليلة من فيتامين C ولكاروتين، وفيتامين B1، B5، B9، وتمتاز باحتوائها على كميات من الأنزيمات تساعد على هضم المواد الدهنية والبروتينية وتمثيلها، وتمتاز كذلك بأملحها المعدنية قلوية التأثير التي تساعد على تعديل حموضة السائل الدموي من جهة، وعلى إذابة الحصى في الكلية و زيادة إدرار البول من جهة أخرى. (المجلة الزراعية، ٢٠١٠).

المقدمة:

يتميّز محصول الفليفلة بأنّه من محاصيل الخضار التسويقيّة والتصديرية المهمة، وبارتفاع قيمته الغذائيّة نظراً لاحتوائه على فيتامين C الذي يحتاجه الجسم خاصّة في موسم الشتاء لمقاومة أمراض البرد والأنفلونزا، ويُستخرج من الأصناف الحارّة مادة الكبساثين التي تُستخدم على هيئة لصاقة لمعالجة آلام العظام الناتجة من الرُوماتيزم. ويُستخرج كذلك من الفليفلة مادة الفلورين التي تحمي الأسنان من التسوّس، وتدخل الفليفلة بنوعها في صناعة المخلّلات والصلصة وتُستخدم كبودرة بدلاً من الشطة كفاتح للشهية خاصّة في المناطق الحارّة والاستوائيّة. (المجلة العلميّة، ٢٠٠٤).

مِنطقة الدراسة

أُجري البحث في السَّاحل السُّوري.

أهداف البحث

دراسة التكاليف الإنتاجية للمحاصيل المدروسة.

دراسة الهامش والكفاءة التسويقية للمحاصيل المدروسة.

أسلوب جمع البيانات:

- تمّ جمع البيانات من المُنتجين والتُّجار للاستفادة منها في التحليل واستخراج النتائج والاقتراحات، وذلك عن طريق استمارة استبيان صُممت لهذه الغاية

دراسة التكاليف الإنتاجية

جدول (١) . التكاليف الإنتاجية لمحصول الخيار في السّاحل السّوري

التكاليف الاستثمارية (A)

التكلفة السنوية (ل.س)	العمر الاقتصادي (سنة)	التكلفة الإجمالية (ل.س)	البيان
٢٠٠٠	٣٠	٦٠٠٠٠	الهيكل المعدني
١٠٨٠٠	٢	٢١٦٠٠	الغطاء البلاستيكي
١٨٧٥	٥	٩٣٧٥	الشريط المعدني
١٥٠٠	١	١٥٠٠	وسائل تدفئة
٣٠٠٠	٥	١٥٠٠٠	شبكة الري
٢٥٠٠	-----	٢٥٠٠	أجرة الأرض
١٠٠٠	١٠	١٠٠٠٠	المرش
١٦٠	٥	٨٠٠	المجارف
١١٤٢	-----	-----	متفرقات (٥)%
٢٣٩٧٧	-----	-----	مجموع (A)

دراسة التكاليف الإنتاجية

جدول (١) . التكاليف الإنتاجية لمحصول الخيار في السّاحل السوري

المُستلزمات السّلعية (B)

٦٢٥٠	-----	-----	البذور
٧٠٠	-----	-----	تورب
٣٥٠	-----	-----	صواني فلين
٥٥٠٠	-----	-----	سماد عضوي
٤٤٣٠	-----	-----	سماد معدني
٥٠٠	-----	-----	أسلاك تربيط
٦٠٠	-----	-----	شبكة ناعم
٩٠٠٠	-----	-----	مواد مكافحة
١١٦٥٥	-----	-----	غُبوات
٧٥٠	-----	-----	فواتير ماء وكهرباء
٣٩٧٣٥	-----	-----	مجموع (B)

دراسة التكاليف الإنتاجية

جدول (١) . التكاليف الإنتاجية لمحصول الخيار في السّاحل السوري

المستلزمات الخدمية (C)

٣٣٣٠	-----	-----	النقل
٤٥٠	-----	-----	الفلاحة
٢٠٠٠	-----	-----	التعقيم
٢٣٦٢٥	-----	-----	أجور عمّال
٢٩٤٠٥	-----	-----	مجموع (C)

دراسة التكاليف الإنتاجية

جدول (٢) . التكاليف الإنتاجية لمحصول الفليفلة في السّاحل السّوري

التكاليف الاستثمارية (A)			
البيان	التكلفة الإجمالية (ل.س)	العمر الاقتصادي (سنة)	التكلفة السنوية (ل.س)
الهيكل المعدني	٦٠٠٠٠	٣٠	٢٠٠٠
الغطاء البلاستيكي	٢١٦٠٠	٢	١٠٨٠٠
الشريط المعدني	٩٣٧٥	٥	١٨٧٥
وسائل تدفئة	١٥٠٠	١	١٥٠٠
شبكة الري	١٥٠٠٠	٥	٣٠٠٠
أجرة الأرض	٢٥٠٠	-----	٢٥٠٠
المرش	١٠٠٠٠	١٠	١٠٠٠
المجارف	٨٠٠	٥	١٦٠
مُتفرقات (٥)%	-----	-----	١١٤٢
مجموع (A)	-----	-----	٢٣٩٧٧

دراسة التكاليف الإنتاجية

جدول (٢) . التكاليف الإنتاجية لمحصول الفليفلة في الساحل السوري

المُستلزمات السَّليَّة (B)			
٥٠٠٠	-----	-----	البذور
٧٠٠	-----	-----	تورب
٣٥٠	-----	-----	صواني فلين
٥٥٠٠	-----	-----	سماد عضوي
٥٠٠٠	-----	-----	سماد معدني
-----	-----	-----	أسلاك تربيط
٦٠٠	-----	-----	شبكة ناعم
٢٥٠٠	-----	-----	مواد مكافحة
١٧٥٠٠	-----	-----	عبوات
750	-----	-----	فواتير ماء وكهرباء
37900	-----	-----	مجموع (B)

دراسة التكاليف الإنتاجية

جدول (٢) . التكاليف الإنتاجية لمحصول الفليفلة في الساحل السوري

المستلزمات الخدمية (C)		
٥٠٠٠	-----	النقل
٤٥٠	-----	الفلاحة
2000	-----	التعقيم
١٨٤٦٤	-----	أجور عمال
25914	-----	مجموع (C)

حساب بعض المؤشرات الاقتصادية:

الهامش التسويقي: هو الفرق في سعر السلعة بين مرحلتين متتاليتين من مراحل انتقالها من المنتج إلى المُستهلك خلال المسلك التسويقي.
الهامش التسويقي = سعر البيع للمُستهلك - سعر الشراء من تاجر الجملة.

الهامش التسويقي لمحصول الخيار = ٤٥ - ٤٠ = ٥ ل.س.

الهامش التسويقي لمحصول الفليفلة = ٥٢ - ٤٦ = ٦ ل.س.

حساب بعض المؤشرات الاقتصادية:

قياس الكفاءة (القدرة) التسويقيّة الزراعيّة.

$$\text{الكفاءة التسويقيّة} = 100 - \{ \text{التكاليف التسويقيّة} \div \text{التكاليف الكليّة} \} \\ \text{(الإنتاجيّة والتسويقيّة)} \times 100$$

$$\text{الكفاءة التسويقيّة لمحصول الخيار} = 100 - \{ 3.8 \div (3.8 + 20) \} \times 100$$

$$= 84.03\%$$

$$\text{الكفاءة التسويقيّة لمحصول الفليفلة} = 100 - \{ 5.07 \div (5.07 + 26.96) \} \times 100$$

$$= 84.17\%$$

الاستنتاجات

١. بلغ إجمالي تكاليف إنتاج الخيار المحميّ في السّاحل السّوري (١٠٠١٠١) ل.س/البيت البلاستيكي)، وبلغت تكلفة إنتاج الكيلو غرام الواحد (٢٠ ل.س/ الكغ)، أمّا بالنسبة إلى مُعامل الربّعيّة بالعلاقة مع التكاليف الإنتاجيّة، ورأس المال المُستثمر فقد بلغ نحو (١٠٨.٤١ %)، و(٥٢.٢٣ %) على التوالي، وبلغ مُعامل الربحيّة بالعلاقة مع التكاليف الإنتاجيّة، ورأس المال المُستثمر (٨٤.٨١ %)، و(٤٠.٨٦ %) على التوالي، وفترة استرداد رأس المال نحو (٢.٤٤ سنة).

٢. بلغ إجمالي تكاليف إنتاج الفليفلة المحميّة في السّاحل السّوري (٩٤٣٧٥) ل.س/البيت البلاستيكي)، وبلغت تكلفة إنتاج الكيلو غرام الواحد (٢٦.٩٦ ل.س/ الكغ)، أمّا بالنسبة إلى مُعامل الربّعيّة بالعلاقة مع التكاليف الإنتاجيّة، ورأس المال المُستثمر فقد بلغ نحو (٧٥.٣٢ %)، و(٣٥.١٧ %) على التوالي، وبلغ مُعامل الربحيّة بالعلاقة مع التكاليف الإنتاجيّة، ورأس المال المُستثمر (٥٥.٧٦ %)، و(٢٦.٠٣ %) على التوالي، وفترة استرداد رأس المال نحو (٣.٨ سنة).

الاستنتاجات

٣. أظهرت النتائج أنّ الكفاءة التّسويقيّة للمنتج بلغت نحو (٨٤.٠٣ ، ٨٤.١٧) % على التوالي بالنسبة إلى محصولي الخيار والفليفلّة.

٤. ارتفاع تكلفة إنتاج الكيلو غرام لكل المحاصيل المدروسة (٢٠ ، ٢٦.٩٦ ل.س) والخيار والفليفلّة على التّوالي.

٥. بلغ الهامش التّسويقي لتاجر الجُملة (٣ ، ٤) ل.س، لكلّ من الخيار، والفليفلّة على الترتيب.

التوصيات.

تشجيع إقامة جمعيات تعاونية لمُنتجي الزراعات المحميّة ومُسوّقيها، بُغية تزويد المُنتجين بالمعلومات الإنتاجية، والتسويقية اللازمة، وتدريبهم على أداء الخدمات الزراعية بالشكل الأمثل، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الكفاءة التسويقية للمُنتجين، وزيادة قدرتهم على المُفاوضة والحصول على السّعر المُناسب، وتقليل دور الوسيط والسماسة.

شكراً لإصفاؤكم