الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة دمشق
كلية الهندسة الزراعية
قسم الاقتصاد الزراعي

دراسة اقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار وأثرها في تحسين المستوى المعيشي للسكان الريفيين في محافظة ريف دمشق (ناحية سرغايا مثالاً)

دراسة أعدت لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد الزراعي

إعـــداد
م. تمام خالد الحلبوني

إشـــراف

المشرف المشارك
الدكتور شباب ناصر
أستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي

المشرف
الدكتورة عفراء سلوم
أستاذ مساعد في قسم الاقتصاد الزراعي

دمشق 2022

الملخص

هدف البحث إلى إجراءدراسة اقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار وأثرها في تحسين المستوى المعيشي للسكان الريفيين في محافظة ريف دمشق بناحية سرغايا. وتم التوصل إلى تحقيقه من تقدير التكاليف التصنيعية الإجمالية والعوائد الاقتصادية المحققة لمتوسط الموسم الزراعي 2021/2020، بالإضافة إلى تحديد التكاليف والهوامش والكفاءة التسويقية للمنتجات المدروسة، وحصر المشكلات الرئيسة المتعلقة بتصنيعها. أُعتمد أسلوب الحصر الشامل واستهدف جميع المُصنعين الذين يقومون بتصنيع منتجات الخضار حيث بلغ عددهم نحو 85 مزارعاً، كما بلغ عدد تجار مُنتجات الخضار والفاكهة المُصنعة نحو 22 تاجراً يتعاملون بعمليات شراء وبيع المنتجات التصنيعية في ناحية سرغايا والقرى التابعة. أعتمد البحث على التحليل الكمي والتحليل الاقتصادي بالاستناد إلى المؤشرات الاقتصادية المتعلقة بالتكاليف التصنيعية وحساب العائد الاقتصادي والقيمة المضافة وصافي القيمة المضافة المحققة من تصنيع السلع في عينة الدراسة. بينت نتائج التحليل بأن المُنتجات المُصنَعة كافة، حققت عائد اقتصادي مجزي للمُصنعَين، وقيمة مُضافة جيدة، كما حققت جدوى اقتصادية حقيقية على صعيد المؤشرات الاقتصادية المدروسة، والتي تمثلت في القيمة الايجابية لمؤشر صافي الدخل، والقيمة الايجابية لمؤشر الهامش الإجمالي ومؤشر نسبة الإيرادات إلى التكاليف. وبينت النتائج أيضاً بأن مشكلة تحكم التجار بالأسعار شغل المرتبة الأولى من بينِ المعوقات التي واجهت المبحوثين في عمليات التصنيع، وشغل توفير المعدات اللازمة للتصنيع المرتبة الأولى من بينِ مقترحات التطوير حسب رأي المبحوثين. وجاءت قيمة الكفاءة التسويقية (1) مرتفعة للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة كافة، وأوصى البحث جملة من التوصيات منها تشجيع المُصنعَين على تسويق مُنتجاتهم التي يُصنعونها بدلاً من اعتمادهم على الوسطاء والتجار، وإنشاء هيئة تسويقية خاصة بتسويق المُنتجات المُصنَعة بهدف الإشراف والمراقبة على عمليات بيعها منعًا للاحتكار وتوفير المعدات اللازمة للتصنيع، والعمل على تخفيض أسعار المواد الأولية وتوافرها بالأوقات المناسبة، وتوفير معدات تصنيعية حديثة ومتطورة، بغية تحسين مستوى الأداء التسويقي، بالإضافة إلى تخفيض التكاليف التصنيعية والتسويقية.

الكلمات المفتاحية: تصنيع، مُنتجات، تكاليف، تسويق، قيمة مُضافة، سرغايا.

فهرس المحتويات

المحتويات	الصّفحة
الملخص	I
فهرس المحتويات	II
قائمة الجداول	III
قائمة الأشكال	IV
المقدمة	1
1. مشكلة البحث	2
2. أهمية البحث	2
3. أهداف البحث	3
4. فرضيات البحث	3
الفصل الأول: الاستعراض المرجعي والإطار النظري للبحث	4
1-1. الدراسة المرجعية	4
1-2. الإطار النظري للبحث	12
الفصل الثاني: مواد البحث، وطرائقه	24
2-1. منطقة البحث	24
2-2. مجتمع وعينة البحث	24
2-3. البيانات ومصدرها	25
2-4. الأسلوب البحثي	25
الفصل الثالث: النتائج والمناقشة	33
3-1 الصفات الشخصية والخصائص والاجتماعية والاقتصادية للمبحوثين	33
3-2. التكاليف التصنيعية والعائد والقيمة المضافة للمُنتجات المُصنَعة	50
3-3 دراسة أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية في الدخل المُحقق للمبحوثين	59
3-4 الصفات والخصائص الاجتماعية والاقتصادية للتجار	62
الاستنتاجات	76
التّوصيات	78
المراجع العربية والأجنبية	79
المُلحق1	84
المُلحق2	93
الملخّص باللغة الإنكليزيّة	98

قائمةُ الجداول

الرّقم	العنوان	الصّفحة
1	تطور إنتاج التفاح في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020	14
2	تطور إنتاج المشمش في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020	16
3	تطور إنتاج البندورة في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020	18
4	تطور إنتاج الخيار في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020	20
5	توزع المبحوثين تبعاً للمستوى التعليمي في عينة الدراسة	35
6	التركيب العمري لأفراد أسر المبحوثين في عينة الدراسة	36
7	المستوى التعليمي لأفراد أسر المبحوثين في عينة الدراسة	37
8	توزع ربات الأسر تبعاً للأعمال التي تقوم بها في عينة الدراسة	37
9	المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة في عينة الدراسة لعام 2021	39
10	المساحة المزروعة بالخضار في عينة الدراسة لعام 2021	39
11	كمية إنتاج الأشجار المثمرة والخضار في عينة الدراسة لعام 2021	40
12	توزع إنتاج الأشجار المثمرة والخضار حسب الاستخدام في عينة الدراسة لعام 2021	40
13	توزع ربات الأسر تبعاً للأعمال التي تقوم بها في عينة الدراسة	42
14	توزع الأُسر تبعاً لاستهلاك المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة	43
15	توزع المبحوثين تبعاً لتسويق المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة	43
16	أولوية وترتيب الأسباب حسبَ وجهةِ نظرِ المبحوثين في منطقةِ الدراسة	44
17	درجاتُ كاريت المحسوبة لكل مشكلة تبعاً للرتب المختارة من قبلِ المبحوثين في عينةِ الدّراسة	45
18	ترتيب أسباب عدم اعتبار بيع المُنتجات المُصنَعة كمصدر رئيس للدخل في عينة الدراسة لعام 2021	45
19	أولوية وترتيب معوقات التصنيع حسبَ وجهةِ نظرِ المبحوثين في منطقةِ الدراسة	46
20	درجاتُ كاريت المحسوبة للمعوقات تبعاً للرتب المختارة من قبلِ المبحوثين في عينةِ الدّراسة	46
21	ترتيب معوقات التصنيع في عينة الدراسة لعام 2021	47
22	أولوية وترتيب مقترحات تطوير التصنيع حسبَ وجهةِ نظرِ المبحوثين في منطقةِ الدراسة	47
23	درجاتُ كاريت المحسوبة للمقترحات تبعاً للرتب المختارة من قبلِ المبحوثين في عينةِ الدّراسة	48
24	ترتيب مقترحات تطوير التصنيع في عينة الدراسة لعام 2021	48
25	توزع المبحوثين تبعاً لمصادر تمويل عمليات التصنيع في عينة الدراسة	49
26	توزع المبحوثين تبعاً للأثر الاقتصادي لعمليات تصنيع المُنتجات في عينة الدراسة	49
27	توزع المبحوثين تبعاً لاستخدام الدخل الناتج عن عمليات تصنيع المُنتجات في عينة الدراسة	50
28	توزع المبحوثين تبعاً للمشاركة في الدورات التدريبية في عينة الدراسة	50
29	متوسط قيمة المعدات والأدوات المُستخدمة في التصنيع في عينة الدراسة والعمر الاقتصادي	51
30	متوسط التكاليف التصنيعية والإيرادات والربح الصافي والقيمة المضافة لمربى التفاح والمشمش في عينة الدراسة	52
31	متوسط التكاليف التصنيعية والإيرادات والربح الصافي والقيمة المضافة لمخلل الخيار ومعجون البندورة في عينة الدراسة	54
32	متوسط التكاليف التصنيعية والإيرادات والربح الصافي والقيمة المضافة لخل التفاح في عينة الدراسة	56

33	نتائج بعض المؤشرات المالية للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021	57
34	نتائج التحليل الاحصائي للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021	59
35	معاملات الارتباط البسيط للدخل المُحقق للمبحوثين والمتغيرات المستقلة المدروسة في عينة الدراسة	61
36	ملخص نموذج معادلة الانحدار المتعدد	62
37	نتائج نموذج الانحدار المتعدد للعوامل المؤثّرة في الدخل المُحقق للمبحوثين (المعلمات)	62
38	نتائج نموذج الانحدار للعوامل المؤثّرة في الدخل المُحقق للمبحوثين (Step-Wise)	63
39	توزع التجار تبعاً للمستوى التعليمي في عينة الدراسة	65
40	توزع التجار تبعاً لمكان إقامتهم في عينة الدراسة	66
41	توزع التجار تبعاً لمكان إقامتهم في عينة الدراسة	67
42	الكمية الكلية من المُنتجات المُصنَعة التي تم شراؤها من قبل التجار في عينة الدراسة لعام 2021	67
43	متوسط سعر شراء الكيلوغرام الواحد من المُنتجات المُصنَعة من قبل التجار في عينة الدراسة لعام	68
44	توزع التجار تبعاً لمكان تصريف المُنتجات في عينة الدراسة لعام 2021	69
45	توزع التجار تبعاً لآلية تحديد سعر مبيع المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021	69
46	أولوية وترتيب مشكلات تجارة المُنتجات حسبَ وجهةِ نظرِ التجار في منطقةِ الدراسة	70
47	درجاتُ كاريت المحسوبة للمشكلات تبعاً للرتب المختارة من قبلِ التجار في عينةِ الدّراسة لعام 2021	71
48	ترتيب مشكلات تجارة المُنتجات في عينة الدراسة لعام 2021	71
49	أولوية وترتيب مقترحات حل مشكلات تجارة المُنتجات حسبَ وجهةِ نظرِ التجار في منطقةِ الدراسة	72
50	درجاتُ كاريت المحسوبة للمقترحات تبعاً للرتب المختارة من قبلِ التجار في عينةِ الدّراسة لعام 2021	73
51	ترتيب مقترحات حل مشكلات تجارة المُنتجات في عينة الدراسة لعام 2021	73
52	بنود تكاليف تسويق المُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة لعام 2021	74
53	الهامش التسويق المطلق وصافي الهامش للمُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة لعام 2021	76
54	الكفاءة التّسويقيّة للمُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة لعام 2021	78

قائمةُ الأشكال

الرّقم	العنوان	الصّفحة
1	الرقم القياسي لإنتاج التفاح في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010–2020	15
2	الرقم القياسي لإنتاج المشمش في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010–2020	17
3	الرقم القياسي لإنتاج البندورة في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010–2020	19
4	الرقم القياسي لإنتاج الخيار في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010–2020	21
5	خريطة لناحية سرغايا ضمن خريطة محافظة ريف دمشق (منطقة البحث)	26
6	توزع المبحوثين تبعاً لفئات العمر في عينة الدراسة	34
7	توزع المبحوثين تبعاً لحجم الأسرة في عينة الدراسة	36
8	توزع الحيازة الزراعية من الأرض تبعاً لحجمها	38
9	توزع إنتاج الأشجار المثمرة والخضار حسب الاستخدام في عينة الدراسة لعام 2021	41
10	مساحة الحديقة المنزلية في عينة الدراسة لعام 2021	41
11	توزع المبحوثين تبعاً لنوع بناء مكان التصنيع في عينة الدراسة لعام 2021	42
12	توزع المبحوثين تبعاً لملكية مكان التصنيع في عينة الدراسة لعام 2021	43
13	القيمة المُضافة وصافي القيمة المُضافة لمربى التفاح ومربى المشمش في عينة الدراسة لعام 2021	53
14	القيمة المُضافة وصافي القيمة المُضافة لمخلل الخيار ومعجون البندورة في عينة الدراسة لعام 2021	55
15	الهامش الإجمالي وصافي الدخل للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021	58
16	نسبة الإيرادات للتكاليف ونسبة التشغيل للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021	59
17	توزع التجار تبعاً لفئات العمر في عينة الدراسة	64
18	توزع التجار تبعاً لخبرتهم في مجال تسويق المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة	65
19	توزع التجار تبعاً لتاريخ العمل في تسويق المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة	66
20	توزع التجار تبعاً لتخزين المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021	70
21	إجمالي التكاليف التسويقية للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021	76
22	صافي الهامش التسويقي للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021	77

المقدمة:

تأتي أهمية البحث توفير مصادر دخل أضافية للأسر الريفية وتأمين فرص العمل لجيل الشباب, وإشراك النساء في عمليات التصنيع, وتوفير قيمة مضافة للمنتجات الزراعية. هذا بالتزامن مع الأهمية المتزايدة للتصنيع الغذائي و دوره بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية والتأثير المباشر وغير المباشر في تحقيق الأمن الغذائي ودعم اقتصاديات الريف.

تُشكل الصناعات الغذائية المرتبطة بمنتجات الخضار والفاكهة قطاعاً كبيراً وواسعاً ومتنوعاً في العالم, فهي تشمل مجالات متنوعة كصناعات الكونسروة والعصائر والمشروبات الغازية والمربيات والمرملاد والمخللات والخضار والفاكهة المجففة ومنتجات الزيتون المختلفة والشيبس والمقلات ورب البندورة وغيرها, وتتميز كل صناعة بخصوصية مميزة لها من حيث التقانة المستخدمة في التصنيع وخطوات التصنيع ونوعية المنتج النهائي (الشرقاوي, 2020).

تكتسب الصناعات الغذائية أهميتها الإستراتجية والاقتصادية من خلال زيادة المنفعة المتحققة من السلع الزراعية وذلك عن طريق القيمة المضافة للمنتجات الزراعية, وتسهم في استقرار الأسعار والحد من التقلبات السعرية التي يتعرض لها المزارع, بالإضافة إلى امتصاص الفائض عن حاجة الاستهلاك الطازج وتحويله إلى منتجات قابلة للتخزين ومتوفرة على مدار العام, كما أنها تساعد أيضاً على امتصاص أعداد كبيرة من الأيدي العاملة والحد من البطالة (أحمد, 2015).

حيث أكدت الدراسات السابقة التي تم استعراضها في الفصل الأول من الرسالة أهمية التصنيع الغذائي في المناطق الريفية عامّة مع ملاحظة التباين العائد لخصوصية المناطق الريفية المختلفة خاصة سواء من حيث الإنتاج الزراعي أو الموقع الجغرافي. بالإضافة إلى أن القليل من الدراسات تناولت التكاليف والعوائد الاقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار. مما دفع البحث إلى تقدير هذه التكاليف, فضلاً عن التعرف على مدى توفر مستلزمات التصنيع والمشكلات التصنيعية التي تواجه المصنعين في منطقة الدراسة (سرغايا) بمحافظة ريف دمشق. حيث بين الاستقصاء الأولي لمنطقة الدراسة على توافر المنتجات المصنعة كالمربيات والمخللات ومعجون البندورة وخل التفاح الذي تقوم بتصنيعها الأُسر الريفية في منازلهم في ناحية سرغايا وقراها, في تأمين حاجة الاستهلاك المنزلي, أو بيع هذه المنتجات للتجار, أو بيعها في الأسواق القريبة من القرية, ومن ثم تأمين مصدر دخل إضافي لهذه الأُسر.

هدف البحث بالعموم إلى إجراء دراسة اقتصادية لتصنيع المربيات ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح، وإمكانيتها في تحسين الواقع المعيشي للسكان الريفيين في سرغايا، حيث جرى التوصل إلى تحقيقه من خلال المواد والطرائق البحثية التي استُعرضت في الفصل الثاني, وهي دراسة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمنتجي السلع المُصنَعة في منطقة الدراسة،

وتقدير التكاليف التصنيعية الإجمالية والعوائد الاقتصادية المحققة لمتوسط الموسم الزراعي 2021/2020، بالإضافة إلى تحديد المسالك والتكاليف والهوامش والكفاءة التسويقية للمنتجات المدروسة، وحصر المشكلات الرئيسة المتعلقة بتصنيعها، حيث اعتمد البحث على التحليل الكمي والتحليل الاقتصادي بالاستناد إلى المؤشرات الاقتصادية المتعلقة بالتكاليف التصنيعية وحساب العائد الاقتصادي والقيمة المضافة وصافي القيمة المضافة المحققة من تصنيع السلع في عينة الدراسة.

وبينت النتائج التي استُعرضت في الفصل الثالث أن المنتجات المصنعة حققت جدوى اقتصادية حقيقية وزاد صافي الدخل والهامش الإجمالي ونسبة الإيرادات إلى التكاليف, وجاءت قيمة الكفاءة التسويقية مرتفعة للمنتجات المصنعة في عينة الدراسة كافة. وشغلت مشكلة تحكم التجار بالأسعار المرتبة الأولى من بين المعوقات التي واجهت المبحوثين في عمليات التصنيع.

1. مشكلة البحث:

تكمن المشكلة البحثية في نقص الدراسات التي تتناول التكاليف والعوائد الاقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار في محافظة ريف دمشق، كونها من الأنشطة الاقتصادية المهمة في هذه المنطقة، وهنا لا بد من الإجابة على التساؤلات التالية: هل تكاليف تصنيع مُنتجات الفاكهة والخضار مرتفعة في الظروف الراهنة؟ هل يُحقق تصنيع منتجات الفاكهة والخضار العائد الاقتصادي المناسب للمزارع؟ ما هي إمكانية تأمين مستلزمات الإنتاج لهذه الصناعة وبتكلفة مناسبة للمزارع؟ ما هي معوقات تصنيع المُنتجات الزراعية؟ما هي أهم مقترحات تطوير تصنيع المُنتجات الزراعية، استناداً إلى ذلك فإن تنفيذ البحث سوف يؤدي إلى الإجابة على التساؤلات السابقة.

2. أهمية البحث:

لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار أثرٌ كبير في تنمية الاقتصاد السوري، كونها تستوعب الفائض من المحاصيل الزراعية، لا سيما عندما تكون المواسم جيدة والمحاصيل وفيرة، وبهذه الطريقة تُسهل عملية تخزين المحاصيل سريعة التلف من وقت توافرها إلى حين تسويقها في فصل الشتاء، ولوحظ خلال السنوات العشر الماضية رغبة المزارعين في تصنيع منتجات الفاكهة والخضار نظراً للمؤشرات التي تدل على تحقيق قيمة مُضافة مقبولة، ولا سيما المربيات والعصائر نظرا للإقبال الكبير على انتشارهما على مستوى البلاد، ولذا لا بد من تنفيذ دراسة اقتصادية لهذه الصناعة، وهي تؤدي بذلك خدمة أساسية بتمويل البلاد بالمواد الغذائية المُصنَعة في غير مواسم إنتاج الفاكهة والخضار، ولا سيما عند عدم توافرها طازجةً، وهي تساعد المزارع في تصريف إنتاجه المتزايد وتشجعه على الاستمرار في الإنتاج، وإن عدم تصنيع المُنتجات الزراعية في مواسمها يجعل القسم الأكبر منها عرضة للتلف بسبب عدم وجود أسواق لها،

وتكمن أهمية البحث في تحقيق الأمن الغذائي في البلاد، وتوفير فرص عمل جديدة ليد عاملة محلية متخصصة وغير متخصصة، ووجود طلب محلي مرتفع على المنتجات التصنيعية، وتأمين الاحتياج الاقتصادي في هذه المرحلة، حيث تُعد عملية تصنيع المُنتجات النباتية من المشاريع ذات الأولوية في هذه المرحلة في سورية.

3. أهداف البحث:

هدف البحث إلى تنفيذ دراسة اقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار، وإمكانيتها في تحسين الواقع المعيشي للسكان الريفيين في ناحية سرغايا، وتوصّل البحث إلى تنفيذ الهدف الرئيس من خلال الأهداف الفرعية الآتية:

1-دراسة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمُنتجي السلع المُصنَعة من الفواكه والخضار في ناحية سرغايا.

2-تقدير التكاليف التصنيعية الإجمالية والعوائد الاقتصادية المحققة، والقيمة المُضافة للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لمتوسط الموسم الزراعي 2021/2020.

3-دراسة أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية في الدخل المُحقق للمبحوثين الناجم عن تصنيع المُنتجات في عينة الدراسة.

4- تقدير التكاليف والهوامش والكفاءة التسويقية للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لمتوسط الموسم الزراعي 2021/2020.

5-حصر المعوقات الرئيسة المتعلقة بتصنيع المُنتجات، ومقترحات تطويرها على حسب وجهة نظر المبحوثين، والصعوبات التسويقية على حسب وجهة نظر التجار الذين يقومون بتسويقها.

4. فرضيات البحث:

-الفرضية الأولى:

لا تُحقق المُنتجات المُصنَعة العائد الاقتصادي المُجزي للسكان الريفيين.

الفرضية الثانية:

لا تُحقق المُنتجات المُصنَعة قيمة مُضافة في منطقة الدراسة.

الفرضية الثالثة:

لا يُحقق تسويق المُنتجات المُصنعة هامشاً تسويقياً مجزياً للتجار في منطقة الدراسة.

الفصل الأول
الاستعراض المرجعي والإطار النظري للبحث

تمهيد:

تناول هذا الفصل ملخصًا موجزًا لمفهوم التصنيع الغذائي وأهميته وتسويق مُنتجاته وأهم الدراسات السابقة التي تناولت موضوعات التصنيع الغذائي في بعض دول العالم والوطن العربي، لاستعراض أهم نتائجها وتوصياتها وبما تحتويه من مؤشرات وطرائق معالجة وأدوات تحليل للمُنتجات المُصنعة، بحيث يمكن الاستفادة منها ومقارنتها مع نتائج هذا البحث، وتناول تطور إنتاج السلع المدروسة كالتفاح والمشمش والخيار والبندورة في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الدراسة خلال الفترة 2010–2020.

1–1. الدراسة المرجعية:

1-1-1 مفهوم التصنيع الغذائي:

شهد قطاع الصناعات الغذائية في الوطن العربي مع بداية هذا القرن تطوراً ملحوظاً وذلك من التوسع الأفقي والشاقولي اللذين حدثا في هذا القطاع؛ إذ يؤدي القطاع الخاص دوراً رائداً في هذا النمو والتطور. حيث يحتاج هذا النمو المطرد في الصناعات الغذائية المختلفة إلى تقنيين وفنيين ومهندسين متخصصين في إدارة الصناعات المختلفة المتنوعة وتشغيلها وتطويرها، حيث تشكل الصناعات الغذائية المرتبطة بمُنتجات الخضار فهي تشمل مجالات متنوعة كصناعة الكونسروة والعصائر والمشروبات والمربيات والمخللات والخضار والفاكهة المجففة ومنتجات الزيتون المختلفة(الوزير، 2017).

بيّن (الشرقاوي، 2020) مفهوم التصنيع الغذائي بأنه مجموعة من الأعمال المتنوعة والهادفة لتزويد الناس في العالم بحاجاتهم من التغذية، ويمكن أيضاً تعريف العلم المتعلق بالتصنيع الغذائي بأنه مجموعة من النظريات والتطبيقات العملية المتعلقة بمراحل تصنيع الغذاء كافة من إنتاج وتخزين وتسويق وتوزيع ولحين الوصول إلى مرحلة التوصيل للمستهلك،ويمكن القول بأن التصنيع الغذائي يحوّل الفواكه والخضروات والمنتجات الحيوانية لأشكال أخرى غير شكلها وطريقة استهلاكها المعتادة، وتُعد عمليات التصنيع الغذائي وتداولها بطريقة سليمة أمراً بالغ الأهمية لتوفير الغذاء الصحي، ولذلك فهي تعد من أكبر الصناعات وأسرعها نمواً واتساعاً، وهذا النمو يتناسب طردياً مع الزيادة المتسارعة للسكان حول العالم، واختلاف متطلبات المستهلكين ورغباتهم واختلاف احتياجاتهم للمنتجات الصناعية.

إنّ علم التصنيع الغذائي هو علم متطور يومياً، والهدف من تطويره هو إيجاد الأنواع الأفضل والأكثر مناسبة من الغذاء الصحي والملائم لسكان العالم وتلبية رغباتهم من الأغذية والمنتجات التي تتناسب مع تلك الرغبات، كالعصائر والحلويات اللازمة للحفلات والمناسبات وكذلك التسالي كالبسكويت والشيبس والمكسرات التي يحبها الأطفال، ولكن لا بد من ضمان سلامة تلك الأغذية والمنتجات وجودتهم؛ وذلك لضمان أمن الناس وصحتهم وسلامتهم جميعاً (الشرقاوي، 2020).

2-1-1. أهمية التصنيع الغذائي:

تنبع أهمية التصنيع الغذائي من تحويل الأغذية سريعة التلف إلى مواد أطول عمراً وثباتاً بطرق مختلفة للحفظ كالتعليب والتجميد والتجفيف وغيرها ولفترات زمنية طويلة ومختلفة قد تكون لأيام أو أسابيع وبعضها الآخر لعدة شهور أو سنوات، وممّا يؤدي لتوفير الأغذية المختلفة طوال تلك الفترات.ويساعد التصنيع الغذائي على الحفاظ على توازن الميزان التجاري للسلع الغذائية، وذلك بالحيلولة دون هبوط أسعار تلك السلع في مواسمها الإنتاجية الغزيرة والذي بدوره قد ينعكس سلبياً على الإقدام على إنتاجها، بل يترك الأمر متاحاً دائماً لإمكانية بيع الفائض من السلع إلى المصانع والمعامل بأسعار مناسبة وتشجيعية جيدة (العكيدي، 2011).

إن احتمالية وجود التصنيع الزراعي والغذائي بوصفه محركاً للنمو معرفة جيداً، وقد دعا ذلك للاهتمام بحقيقة أن حصة التصنيع الزراعي والغذائي في الناتج القومي الإجمالي تميل للنمو عندما تنتقل الدول من مستويات أقل إلى مستويات أعلى من الدخل، من خلال روابطها الأمامية والخلفية، لذا فإن الاستثمارات في هذه القطاعات تنتج تأثيرات جوهرية متعددة، تولد الطلب على المنتجات الزراعية والمدخلات والخدمات المرتبطة بها، وتخلق فرص العمل داخل المزرعة وخارجها، وتعزز الدخول وتسهم في إضافة القيمة ،وإن موارد القطاع العام يمكن أن تزداد من خلال تطوير التصنيع الغذائي والزراعي، عن طريق الوصول للأسواق والمساعدات المالية والفنية يمكن تيسيرها لصغار المزارعين، وتعزيز شمولهم بسلاسل قيمة أحدث وأكثر كفاءة من غيرها ،بالإضافة لتقديم الدعم من الحكومات للأسر الريفية التي تقوم بالصناعات الغذائية التقليدية من خلال تخفيض خسائر ما بعد الحصاد التي تبين التقديرات أنها قد تصل إلى 30% في الحبوب، و 50% في الجذور والدرنات، وحتى 70% في الفواكه والخضار (البنك الدولي، 2008).

أكد تقرير مفوضية الأمم المتحدة لإفريقيا (2009) حول مبادرة تنمية التصنيع الزراعي والغذائي الإفريقيي، أن الزراعة يجب أن تكون القطاع الرئيسي لتحفيز النمو الاقتصادي، وأن تذهب الاستثمارات إلى تحسين إنتاجية المزرعة لتغطي أيضا تنمية التصنيع الغذائي والزراعي، بالإضافة إلى ذلك، يجب العمل على تبني المبادرة بالالتزام السياسي الحالي بدور التصنيع الزراعي والغذائي بوصفه محركاً اقتصادياً للحد من الفقر في إفريقيا.

يُعد التصنيع الزراعي واحداً من بين المداخل الرئيسية لتحسين أحوال فقراء الريف، حيث يتمكن المنتج الصغير من الحصول على قيمة مضافة من إنتاجه الزراعي إذا ما شارك في عملية أو أكثر من عمليات التصنيع الزراعي، حيث إن إقامة مشروعات صغيرة ومتناهية الصغر في مجالات التصنيع الزراعي سيؤدي إلى تنويع مصادر دخله وضمان الحصول على دخل مستدام من ناحية أخرى، وإن الإحصائيات تشير إلى أن الفاقد الزراعي يشكل نسبة (10-15%) من الدخل الزراعي المصري وهذا يمثل تحدياً رئيسياً يتطلب العمل في اتجاهات متعددة منها القيام بالتصنيع الزراعي والعمليات التسويقية، لذا تقوم الدولة بتوفير خدمات الإقراض متناهي الصغر لفقراء الريف، كما تقوم بتقديم الخدمات غير المالية, فضلاً عن مساعدة المنتج الصغير في تسويق إنتاجه من خلال أسواق ومعارض التنمية المحلية (ريحان، 2009).

تشغل الصناعات الغذائية التقليدية أهمية خاصة، حيث تعد قطاعاً مهماً في اقتصاديات معظم دول العالم، فهي توفر فرص عمل لشريحة واسعة من السكان، وكذلك تحقق معدلات نمو مستمرة في جل الدول، وتعد مكملة لدور قطاع الإنتاج الزراعي بما تقدم من خدمات ترتكز أساساً على تحويل المنتجات الزراعية إلى سلع متنوعة تلبي حاجات المستهلك، ومن ثم فهي ترتبط بالأمن الغذائي الذي يتعدى مفهومه العلاقة البسيطة بين كميات الإنتاج الزراعي وأعداد المستهلكين الذين هم بحاجة إليه، ليشمل قدرة المجتمعات على توفير السلع الغذائية لجميع أفرادها على مدار السنة. وإن استخدام الأساليب التقليدية في مجال الصناعات الغذائية الريفية ينتج عنه كثيرٌ من العيوب والمشكلات وهي:

1-استخدام أدوات ومعدات بسيطة وبدائية غير متطورة.

2-أغلب العاملين غير مؤهلين فنياً أو علمياً بل يعتمدون على الخبرة.

3-يجري التصنيع في أماكن غير مجهزة لصناعة المنتجات الحساسة كالألبان، من حيث شروط النظافة والشؤون الصحية.

4-الحصول على منتجات ذات إمكانيات حفظ منخفضة مما يعرضها لظهور كثيرٍ من العيوب أثناء عملية التداول ما يقلل من فترة صلاحيتها.

5-زيادة نسبة الفقد في المنتجات اللبنية خاصة, حيث تصل إلى 10% من كمية الدهن الكلية عند استعمال الأواني العميقة.

6-انخفاض القدرة التنافسية للمنتجات الناتجة عن هذه الأساليب نظراً لانخفاض الجودة وعدم اتباع أساليب التعبئة والتغليف (أمين، 2013).

في الآونة الأخيرة وخاصة في ظل أزمة الغذاء العالمية وانتشار الفقر، اتجهت معظم البرامج التنموية والإرشادية في البلدان النامية إلى الصناعات الريفية ومنها الصناعات الغذائية التقليدية لكونها تشكل النواة لكثيرٍ من المشاريع الصغيرة التي يمكن أن تقوم بها الأسرة الريفية

باستخدام الموارد المتاحة لها للحصول على منتجات ذات قيمة اقتصادية يمكن أن تحقق دخلاً إضافياً للأسرة وتساعدها على التخلص من الفقر والنهوض بواقع الأسرة الريفية الاقتصادي والاجتماعي (جريعة، 2016).

تؤثر الصناعات الغذائية بمختلف أنواعها وأشكالها تأثيراً كبيراً ومباشراً في زيادة الصناعات المساندة الأُخرى وتشجيعها كصناعة علب التعبئة وصناعة المواد الحافظة أي الكيميائية والملصقات والأغطية بمختلف أنواعها .يساعد التصنيع الغذائي المحلي للدولة على الاستغناء عن استيراد المواد المصنعة غذائياً والاكتفاء الذاتي به، بالإضافة لفتح باب التصدير في حال وجود الفائض من تلك المواد المصنعة، وتسهم الصناعة الغذائية في تصنيع مواد غذائية بمقاييس ومواصفات معينة ذات تراكيب خاصة لا تؤثر على المضي صحياً فحسب بل تساعدهم على تسريع عملية شفائهم أيضاً، بالإضافة إلى تصنيع الأغذية الغنية بالمواد المفيدة للأطفال والتي تتناسب مع أعمارهم واحتياجاتهم للعناصر الغذائية اللازمة لصحتهم ونموهم .

إن التوسع بعمليات التصنيع الغذائي يوفر الأغذية الكافية لهم بما يتواكب مع ازدياد سكان العالم، وتوفير المصادر الغذائية المختلفة والمبتكرة وغير المألوفة لهم فيما سبق .تحديث عمليات التصنيع الغذائي للتناسب مع تطور العصر الحديث ومواكبته وكل ما هو جديد في عالم تكنولوجيا التغذية، كتصنيع الأسماك وتعليبها على أسطح السفن وتصديرها دون الرجوع للمصانع مرة أُخرى وذلك يؤدي إلى زيادة كلفة الإنتاج، ويساعد التصنيع الغذائي على إعادة تصنيع المنتجات الزراعية الفائضة عن الحاجة وتحويلها بعد ذلك إلى منتجات ذات قيمة اقتصادية عالية جداً، كإنتاج الحلوى من التمور وإنتاج الزيوت من البذور الزيتية وأُخرى من الصناعات .

يقوم التصنيع الزراعي بدور محوري وأساسي في عملية التصنيع والإنتاج الزراعي والغذائي للعالم عن طريق تحقيق أقصى استفادة ممكنة من ذلك الإنتاج. للتصنيع الزراعي أهمية كبيرة في الأمن الغذائي حيث إنه يعمل على ما يلي:

1- تصنيع الأغذية والمواد الغذائية وحفظها التي تزيد عن حاجة الاستهلاك الطازج في موسم الإنتاج الزراعي لاستعمالها في أوقات ندرة وجودها وهي في حالة طازجة، وبهذا يمكن المحافظة على مستوى الأسعار للخدمات الزراعية وتحويلها إلى منتجات لها قيمة اقتصادية.

2- يقوم التصنيع الزراعي بتحويل الخامات الزراعية التي لا يمكن استهلاكها على حالتها إلى منتجات مختلفة لها قيمتها الغذائية مثل العصير،أو استخلاص الزيوت من البذور الزيتية وكذلك طحن الحبوب وصناعة الخبز.

3- يمكن من خلال التصنيع الزراعي تحويل مخلفات المصانع الغذائية من خلال بعض عمليات التصنيع الغذائي إلى منتجات اقتصادية، كصناعة العلائق السمكية من مخلفات حفظ الأسماك.

4- يؤدي التصنيع الزراعي إلى رفع قيمة الخامات الزراعية، كصناعة النشا والغلوكوز من الذرة،أو صناعة الكحول، وكذلك صناعة البكتين من قشور الموالح والبصل وغيرها.

5- تدعيم اقتصاديات الريف، حيث تستوعب المصانع الغذائية محاصيل زراعية مختلفة قيمتها أكثر ارتفاعًا من المحاصيل التقليدية العادية، وكذلك فإن وجود المصانع الغذائية في المناطق المختلفة يؤدي إلى رفع مستوى الدخل القومي، والعمل على إيجاد فرصة عمل مستديمة للشباب.

6- للأغذية المحفوظة أهمية اقتصادية كبيرة في إمداد الجيوش، وخصوصاً وقت الحرب بأغذية محفوظة خفيفة يسهل حملها والتنقل بها، حيث يستعمل أيضًا في الرحلات، وهناك بعض الإناث تستعمل تلك الأنواع من الصناعات الغذائية في إعداد الغذاء.

3-1-1. دور المشروعات في التصنيع الغذائي:

بدأت الحكومة في سورية بوضع مجموعة من التشريعات لتشجيع الاستثمار في القطاع الخاص في مجموعة من المجالات بما فيها الإنتاج الزراعي والصناعات المتعلقة به، ومن أهم هذه التشريعات التي صدرت بهذا الخصوص قانون الاستثمار رقم (10) لعام (1991) حيث رُخِّصَ أكثر من (1600) مشروع استثماري بموجب هذا القانون من بينها (300) مشروع في مجال الأعمال الزراعية والقسم الأكبر منها في مجال تصنيع المنتجات الزراعية. حيث تمتلك الدولة شركات لتصنيع المنتجات الغذائية وتسويقها التي تقوم بالتنسيق فيما بينها، وهي تنتج مختلف أنواع المنتجات مثل الدقيق ومنتجات الحليب والفواكه المحفوظة والخبز والسكر والبسكويت وكثيراً من المواد الأخرى (منظمة الأغذية والزراعة، 2001).

تقوم مشروعات الصناعات الغذائية الريفية في الجزائر على استخدام الكميات القليلة الموجودة محلياً من المواد الأولية، حيث تخدم الأسواق المحلية فضلاً عن استخدامها لليد العاملة المحلية، وهذا كله يسهم في التنمية الاقتصادية للدولة والمجتمع، وتؤدي هذه الصناعات دوراً فعالاً في تعبئة المدخرات العائلية لأن ضعف كلفة الاستثمار في هذا المجال يسمح لها بتعبئة موارد مالية عائلية يمكن حقنها في جهاز الإنتاج لهذه المشروعات، وبذلك تؤدي إلى زيادة معدل الاستثمار في المجتمع ومنه زيادة الإنتاجين(دمدوم، 2000).

وجد كنجو(2007) في دراسة أجراها على عينة من المشروعات الصغيرة في مدينة حلب في الجمهورية العربية السورية وجد أن هذه المشروعات تعاني كثيرٍ من المشكلات من بينها نقص التمويل, وضعف الخبرة والإدارة, إضافة إلى عدم الاعتماد على مصادر التمويل الرسمية,

وضرورة إيجاد صيغ تمويلية مصرفية جديدة للتعامل مع المشروعات الصغيرة على أسس غير تقليدية.

4-1-1. دور التصنيع في الأمن الغذائي:

يعني مفهوم الأمن الغذائي بحسب تعريف منظمة الأغذية والزراعة الدولية (الفاو): "توفير الغذاء لجميع أفراد المجتمع بالكمية والنوعية اللازمتين للوفاء باحتياجاتهم بصورة مستمرة من أجل حياة صحية ونشطة"، ويُعد الأمن الغذائي من أهم التحديات الرئيسية التي تواجه الوطن العربي، فعلى الرغم من توفر الموارد الطبيعية من الأرض والمياه والموارد البشرية، فإن الزراعة العربية لم تحقق الزيادة المستهدفة في الإنتاج لمقابلة الطلب على الأغذية واتسعت الفجوة الغذائية وأصبحت الدول العربية تستورد حوالي نصف احتياجاتها من السلع الغذائية الرئيسية، وذلك على الرغم من وجود 45% من العرب يقطنون في الأرياف، ونحو31% من قوى العمل العربية تعمل في الزراعة، ويتميز الوطن العربي بوجود مساحات واسعة من الأراضي الزراعية (ناصر، سلوم، 2020).

تُعد زيادة إنتاج المحاصيل الزراعية لتلبية احتياجات الاستهلاك المحلي من السلع الغذائية إحدى المقومات الرئيسية للأمن الغذائي، ولا شك في أن النهوض في التصنيع الزراعي له أثر مضاعف في كثير من القطاعات الأخرى، حيث يسهم في الارتقاء في الزراعة ورفع القيمة المضافة من المحاصيل الزراعية وتقليل الفاقد منها كما يؤدي إلى الحفاظ على صحة المواطن وسلامته من خلال توفير منتجات غذائية آمنة وصحية، بالإضافة إلى حماية البيئة وإعادة تدوير المخلفات الزراعية، فضلاً عن أن التصنيع الزراعي بطبيعته صناعة كثيفة العمالة تسهم في خلق التخصص الإنتاجي وزيادة الصادرات. إن الإمكانات الكامنة لقطاع التصنيع الزراعي هائلة، حيث إن ما يستخدم من المحاصيل الزراعية في الصناعة نسبة محدودة لا تزيد على 2-3% بما يكشف الفرص المتاحة للتوسع في هذه الصناعات(ناصر، سلوم، 2020).

بين (قريشي, 2007) دور الصناعات الغذائية بدولة الإمارات العربية المتحدة في تحقيق الأمن الغذائي من خلال إلقاء المزيد من الضوء على واقع الصناعة والوقوف على المعوقات والصعوبات التي تواجهها وقد وصلت الدراسة إلى أهمية تشجيع فرص الاستثمار واستخدام التكنولوجيا في العمل وإنشاء مركز وطني للإنتاجية بهدف تحسين الإنتاجية والاهتمام بالجانب التسويقي.

كما بين (محسن،2000) مدى أهمية عملية التصنيع الغذائي ودورها بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية ومدى مساهمتها في تحقيق الأمن الغذائي. وأوضح الباحث في دراسته حول الصناعات الغذائية في ظل المنافسة أن للصناعات الغذائية السورية أهمية خاصة وخطورة خاصة في كونها متعلقة بصحة البشر وحياتهم من جهة ومن جهة ثانية كونها تتعامل مع مادة

حية لها فترة صلاحية قصيرة نسبياً لاستعمالها للبشر وطرق خاصة لعمليات التعقيم والتعليب والحفظ. وقد أشار الباحث إلى أن السؤال المطروح الآن ما هو المطلوب في مجال الصناعات الغذائية في ظل السوق المفتوحة (التجارة الحرة) في سورية.

1-1-5. دور المرأة في التصنيع الغذائي:

شكلت النساء في بلدان العالم الثالث نسبة عالية من بائعي المواد الغذائية، حيث كانت نسبتهن في كل من نيجيريا وتايلاند والفيليبين 94% و 80% و63% على التوالي، كما بين أن معظم النساء في جميع أنحاء العالم يقمن بالأعمال المنزلية بالإضافة إلى عملهن في المجالات الإنتاجية، أي إن معظم النساء يقمن بعمل مزدوج، إلا أن دور المرأة في المنزل حتى الآن يعد من الواجبات الطبيعية للمرأة وهو غير مرئي وغير معترف به على الرغم من أن مساهمة المرأة في المجتمع من خلال هذا الدور تعد هائلة (2003، Prakash).

أشار مكتب العمل الدولي (2005) إلى أن الزراعة هي أهم قطاع للعمالة النسائية في كثير من البلدان ولا سيما في أفريقيا وآسيا، وتفيد التقديرات أن النساء الريفيات ينتجن أكثر من نصف الأغذية المزروعة على الصعيد العالمي، ويخزن ما يقارب 80% من المواد الغذائية، فيما ينتجن ويجهزن 60% من الإنتاج الغذائي في جنوب آسيا وجنوب شرق آسيا

تقوم الأسرة الريفية المصرية بكثير من الصناعات الغذائية كصناعة الاجبان والزبدة والقشطة المنتجة من المشتقات الحيوانية، وتقوم بالكثير من الصناعات الغذائية ذات المنشأ النباتي مثل تجفيف بعض الخضراوات والفاكهة وطحن الحبوب وعمل العجين لصنع الخبز، بالإضافة إلى أنها تقوم ببعض الصناعات التي تقوم على الزراعة مثل عمل الحصير والسجاد من صوف الأغنام, وأوضحت أيضا أنها تشارك في بعض الصناعات الغذائية مثل تجهيز الخرشوف وتجميده، وكذلك كان الحال في التمور وتعبئة الخضار والفواكه وتجفيف النباتات الطبية والعطرية(منصور، 2005).

في بحث قام به (2010، Anthopoulou & koutsou) في ريف اليونان حول دوافع إقبال المستهلكين على شراء الأغذية التقليدية المصنعة محلياً، وجد الباحثان أن هنالك ثقة واهتماماً كبيراً لدى غالبية المستهلكين بالأغذية التي يصنِّعها النساء الريفيات، وذلك بسبب أن الغذاء يصنع باستخدام مكونات نقية، حتى وإن لم يحمل الغذاء شهادة تثبت ذلك أو علامة تجارية تضفي الطابع المؤسساتي على المنتج، ووجدا أن الصورة المسبقة في ذهن المستهلكين عن الصناعات التقليدية هي أن هذا المنتج هو من صنع ربة منزل أي إنه خالٍ من الغش ومنتج طبيعياً بعيداً عن استخدام المواد الكيميائية التي تستخدم عادة في المواد الغذائية المصنعة.

1-1- 6. تسويق المُنتجات المُصنَعة:

بين (Gaedeke, Tootelian, 2003) بأن الغرض الرئيس من العملية الإنتاجية والتصنيعية هو إيصال ما جرى إنتاجه وتصنيعه من السلع إلى مجموعة المستهلكين أو الصناعيين بغية الاستفادة منها سواء كانت المادة المنتجة خاماً أم سيجرى تصنيعها قبل الاستهلاك، وأشار (السبع نجار، وناصر، 2007) بأن السلع الزراعية والمنتجات التصنيعية تخضع خلال العملية التسويقية لكثير من الخدمات الضرورية بهدف تصريفها وإيصالها إلى المرحلة الأخيرة من العملية التسويقية، أي الأسواق المحلية أو الخارجية.

عَرف **(اسماعيل، القنبيط، 1995)** قناة التسويق بأنها مجموعة المنشآت التي تتعاون في إنتاج وتوزيع واستهلاك سلعة أو خدمة معينة يقدمها منتج محدد، وأشار (Bennett,1988) بأن النظام التسويقي يقوم بمجموعة كبيرة من الوظائف والخدمات لقيامه بمجموعة من المهام الأخرى ليس إيصال المنتج إلى مواقع تصريفه فقط، وإنما السعي نحو وضع السلع المنتجة في أحسن أشكالها لترضي أذواق شرائح مختلفة من المستهلكين تتناسب وحجم دخولهم وأنماط معيشتهم،وتمثل التكاليف التسويقية من الناحية الاقتصادية الفرق بين السعر الذي يبيعه المنتج والسعر الذي يدفعه المستهلك، وتشمل هذه التكاليف أجور تحميل وتنزيل السلع وتكاليف النقل والتخزين والتعبئة وغيرها من التكاليف التي يتحملها المنتجين أو الوسطاء، وأهم التكاليف التسويقية هي:

- **تكاليف التعبئة:** أشار(Shepherd,2006) بأن العديد من المُنتجات المُصنَعة تعبأ في عبوات زجاجية أو بلاستيكية خلال عملية تسويقها، مع الإشارة إلى أن عملية التعبئة تساعد في سهولة تسويق السلعة وبيعها وحمايتها من الأضرار الخارجية، ويُقدَّر ما يترتب على الكيلوغرام الواحد من السلعة من قيمة العبوات من خلال قسمة قيمة العبوة على سعتها، بالإضافة لتكاليف أجور التعبئة ونقل العبوات الفارغة.
- **تكاليف النقل:** عرفَ (Khols,Uhl,1990) بأنها مجموعة التكاليف التي يتحملها التاجر، أو المزارع الذي يقوم بتسويق منتجاته إلى الأسواق.
- **تكاليف التخزين:**أشار(Kaynak,1986) بأن عملية تخزين المُنتجات المُصنعة تعد إحدى أهم الوظائف الرئيسة للتسويق الزراعي نظراً لأهميتها في تأمين الغذاء للسكان في أوقات خارج مواسم إنتاجها.
- **تكاليف أخرى:** تتضمن عمولات الأسواق ورسومها وغيرها من التكاليف التي تختلف باختلاف المُنتجات المسوقة.

- **الهوامش التسويقية:** عَرف (السبع نجار، ناصر، 2007) بأن الهامش التسويقي هو الفرق بين سعر البيع (سعر المزرعة) وسعر الشراء (السعر الذي يدفعه المستهلك)، أما صافي الهامش التسويقي فيمثل الفرق بين الهامش التسويقي وقيمة تكاليف التسويق، ويجب أن يغطي الهامش التسويقي التكاليف المطلوبة كافة لتحويل السلعة من حالة إلى حالة أخرى ويوفر عائد معقول للوسطاء في العملية التسويقية. وهناك عدة هوامش تسويقية يمكن تلخيصها بالآتي:

– الهامش المطلق:

= سعر البيع– سعر الشراء

–**الكفاءة التسويقية:** وضحَ (Smith,1981) بأنها العلاقة بين المدخلات والمخرجات في إطار ممارسة النشاط التسويقي وتتمثل المدخلات التسويقية بالموارد الاقتصادية (عمل– رأس مال– إدارة)، أما المخرجات فتكون مرتبطة بإشباع قدرٍ كبيرٍ من الرغبات الخاصة بالمستهلكين.

وتحدث (الشيباني، 2004) عن تحليل اتجاهات مصانع الأغذية في الأردن نحو تبني نظم إدارة الجودة، التعرف على نظم إدارة وضمان الجودة المطبقة في المصانع الغذائية وقياس وتحليل اتجاهات الإدارة نحوها وعلاقتها مع خصائصها وبلغ حجم عينة الدراسة 80 مصنعاً، ووضَح انخفاضا لاتجاه العام للمصانع الغذائية نحو تبني نظم إدارة الجودة وضمان الجودة، واقْترح بعض التوصيات كتكثيف التدريب في المجالات والأساليب الإحصائية لقياس الجودة وضبطها في العمليات الإدارية والإنتاجية لرفع سوية الصناعات الغذائية، وخلق بيئة تنافسية بين المصانع الغذائية لتشجيع وتطبيقها نظم الجودة في الصناعات الغذائية.

1-2. الإطار النظري للبحث:

تجعل طبيعة المناخ السوري الفاكهة إنتاجا رئيساً في البلاد والتاريخ يثبت أن كثيراً من الفاكهة التي انتشرت في العالم كان مصدرها سورية فأجود أنواع المشمش في دمشق وإن التسمية الأجنبية للخوخ damson فجاءت من دمشق وأمثال ذلك كثيرة. وإن أنواع الفاكهة المنتجة حالياً في سورية تماثل في جودتها أجود أنواع الفاكهة في العالم من حيث المظهر والطعم، وبدأت فكرة صناعة المعلبات (الكونسروة) من سنة 1925 حين أُنشِئ أول مصنع للمعلبات في غوطة دمشق فكانت النواة لبعث الوعي في الصناعات الزراعية وما زالت هذه الصناعات تقدم معروضاتها في معرض الصناعات السورية منذ سنة 1928 ومنذ ذلك التاريخ وصناعة المعلبات أو المحفوظات تتقدم عاماً بعد عام (شعراوي، 1962).

اتجهت معظم البرامج التنموية والإرشادية في البلدان النامية في ظل أزمة الغذاء العالمية وانتشار الفقر، إلى الصناعات الريفية ومنها الصناعات الغذائية التقليدية لكونها تشكل النواة لكثيرٍ من المشاريع الصغيرة التي يمكن أن تقوم بها الأسرة الريفية باستخدام الموارد المتاحة لها

للحصول على منتجات ذات قيمة اقتصادية يمكن أن تحقق دخلاً إضافياً للأسرة وتساعدها على التخلص من الفقر والنهوض بواقع الأسرة الريفية الاقتصادي والاجتماعي.

1-2-1. واقع إنتاج السلع المدروسة في عينة الدراسة:

تشتهر منطقة الدراسة بزراعة أشجار الفاكهة بسبب البيئة المناخية والظروف الجوية المناسبة لزراعتها، ومن أهم الأشجار المزروعة فيها التفاح والمشمش، حيث يعتمد السكان في المنطقة زراعة الأشجار المثمرة وبعض الخضار والمحاصيل المختلفة من أجل الحصول على دخل ومصدر رزق، ويقوم بعضهم بتصنيع المربيات وخل التفاح ومعجون البندورة والمخللات من أجل البيع،وهنا لابد من التركيز على تحديد حجم الإنتاج المحقق خلال الفترة(**2010-2020**)، للسلع في عينة الدراسة، بغية التوصل إلى تحديد حجم المُنتجات المُصنعَة منها وتقدير تكاليفها والقيمة المضافة نتيجة التصنيع.

- إنتاج التفاح:

للمحاصيل البستانية دور مُهم في الزراعات السورية، ولا سيما التفاح والحمضيات والزيتون وتعد زراعة التفاح من أقدم أنواع الزراعات التي عرفها الإنسان في حقل أشجار الفاكهة، ويعدّ التفاح بأصنافه المختلفة متصدّراً السوق العالميّة، من أهم وأكثر ثمار الفاكهة شعبيّة وانتشاراً، ويساعده على ذلك مذاقه الرائع وفوائده الغذائية العالية وإمكانيّة تخزين الثمار لمدة طويلة بالمقارنة مع غيره من ثمار الفاكهة، وقد بلغت المساحات المزروعة بالتفاح في العالم لعام **2019** حوالي **47171.3** ألف هكتار، وبإنتاج إجمالي بلغ نحو **87236.2** ألف طن، والصين تتصدر دول العالم في إنتاج التفاح، حيث تنتج نحو **42425.4** ألف طن، ثم تأتي الولايات المتحدة في المرتبة الثانية حيث يصل إنتاجها للعام المذكور نحو **4997.6** ألف طن، يليها تركيا التي بلغ إنتاجها نحو **3618.7** ألف طن(FAO, 2019). ويبين الجدول رقم (1) تطور إنتاج التفاح في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020.

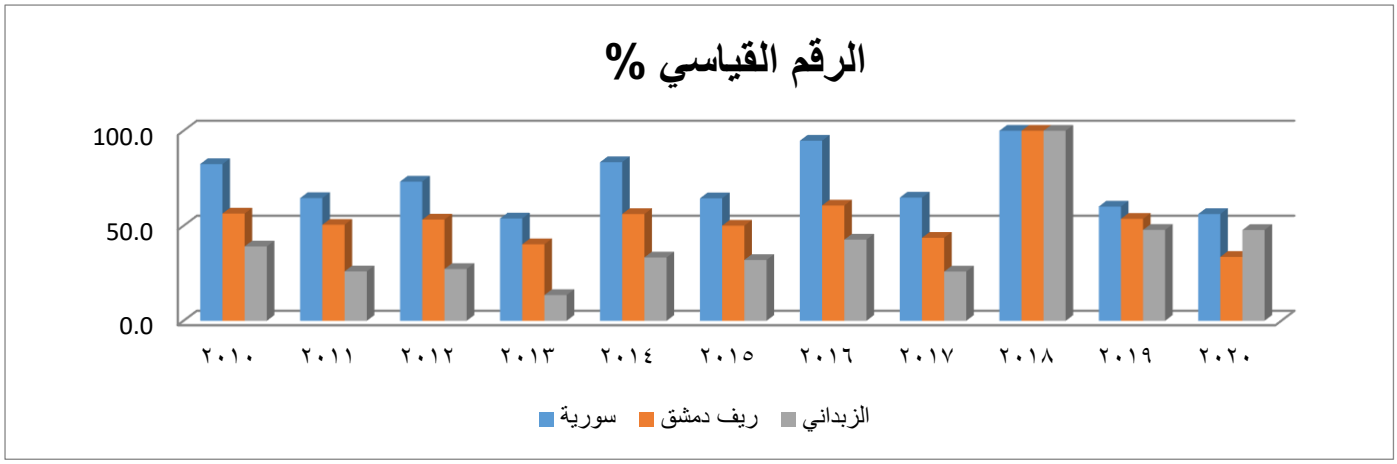
الجدول (1): تطور إنتاج التفاح في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020.

الإنتاج: طن، (سنة الأساس: 2018)

البيان	سورية	ريف دمشق	الزبداني	الرقم القياسي		
				سورية	ريف دمشق	الزبداني
2010	393146	75503	41778	82.5	56.4	39.2
2011	307760	67630	27746	64.6	50.5	26.0
2012	349166	71274	29106	73.3	53.3	27.3
2013	256614	53859	14483	53.8	40.2	13.6
2014	397858	75190	35579	83.5	56.2	33.3
2015	307199	66987	34151	64.5	50.1	32.0
2016	451730	81232	45567	94.8	60.7	42.7
2017	308985	58475	27655	64.8	43.7	25.9
2018	476635	133825	106685	100.0	100.0	100.0
2019	286564	71805	51022	60.1	53.7	47.8
2020	**267823**	**45027**	**51000**	**56.2**	**33.6**	**47.8**
المتوسط	**345770.9**	**72800.6**	**42252.0**	**72.5**	**54.4**	**39.6**
الانحراف المعياري	**74254.9**	**22819.5**	**24070.4**	**15.6**	**17.1**	**22.6**
الحد الأدنى	**256614.0**	**45027.0**	**14483.0**	**53.8**	**33.6**	**13.6**
الحد الأعلى	**476635**	**133825**	**106685**	**100**	**100**	**100**
معدل النمو السنوي	**-3.43**	**-4.59**	**1.83**	**-3.43**	**-4.59**	**1.83**

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، نشرة الأشجار المثمرة للأعوام(2010-2019).

يُستنتج من الجدول رقم (1) بأن إنتاج التفاح لمتوسط الفترة (2010-2020) بلغ نحو 345770.9 و 72800.6 و 42252 طن لكل من سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني على التوالي، وكانت في حدها الأعلى في عام 2018 وبلغ 476635 و133825 و106685 طن لكل من سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني على التوالي (وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، 2020). وتبين أيضاً بأن معدل النمو السنوي للإنتاج كان سلبياً في سورية ومحافظة ريف دمشق وبلغ نحو -3.43%، و-4.59%، في حين كان إنتاج منطقة الزبداني إيجابياً وبلغ نحو 1.83%، أما الرقم القياسي للإنتاج فقد انخفض في السنوات الدراسية كافة مقارنةً بسنة الأساس 2018، والشكل رقم (1) يبين الرقم القياسي لإنتاج التفاح في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020.



الشكل(1): الرقم القياسي لإنتاج التفاح في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020.

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، نشرة الأشجار المثمرة للأعوام(2010-2020).

مع الإشارة إلى أن المساحة المزروعة في محافظة ريف دمشق شكلت ما نسبته 24.6% من إجمالي مساحة التفاح في سورية، حيث بلغت نحو 12733 هكتاراً، أما الإنتاج المحقق في سورية فقد بلغ 267823 طن شكل منها الإنتاج في محافظة ريف دمشق ما نسبته 16.8%، في حين بلغت الغلة نحو 5182.8 و3536.2 كغ/ هكتار لكل سورية ومحافظة ريف دمشق على التوالي (انظر الجدول رقم (1) في الملحق رقم1).

-إنتاج المشمش:

يُقال بأن الموطن الأصلي للمشمش هو الصين، ويُقال بأنه: أرمينيا، وحالياً تنتشر زراعة المشمش في كثير من أرجاء العالم،وقد بلغت المساحات المزروعة بالمشمش في العالم لعام **2019** حوالي **561.7** ألف هكتار، وبإنتاج إجمالي بلغ نحو**4083.8** ألف طن، وتتصدر تركيا دول العالم في إنتاج المشمش، حيث تنتج نحو **846.6** ألف طن، ثم تأتي أوزبكستان في المرتبة الثانية حيث يصل إنتاجها للعام المذكور نحو **536.5** ألف طن، يليها إيران التي بلغ نحو **279.6** ألف طن(FAO, 2019)، والمشمش من فواكه المناطق المعتدلة مناخياً، حيث تتركز زراعته بشكل كبير في منطقة حوض البحر المتوسط، فأشجار المشمش تحتاج إلى مناخ معتدل، بحيث يكون بارداً في الشتاء، ودافئاً في الصيف، حيث إن موعد قطف الثمار من على الأشجار يكون دائماً في فصل الصيف ويمكن أكل ثمار المشمش وهي طازجة، ويمكن أكلها

مجففة، ويمكن أن تؤكل على شكل شرائح مجففة تسمى بـ (قمر الدين)، ويمكن أن يصنع منها مربى المشمش، كما يمكن أن تعصر، وأن يشرب عصيرها (الغماز والمطر، 2006).

كما تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (2) إلى تطور إنتاج المشمش في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني للفترة 2010–2020، ويُلاحظ بأن إنتاج المشمش لمتوسط الفترة (2010–2020) بلغ نحو 50667.9 و26613,5 و839.7 طن لكل من سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني على التوالي، وكان في حده الأعلى في عام 2011، وبلغ 75919 طن لإجمالي سورية، وفي حده الأعلى في عام 2016 وبلغ نحو 36806 و2558 طن لكل من محافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني على التوالي (وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، 2020).

الجدول (2):تطور إنتاج المشمش في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010–2020.

الإنتاج: طن

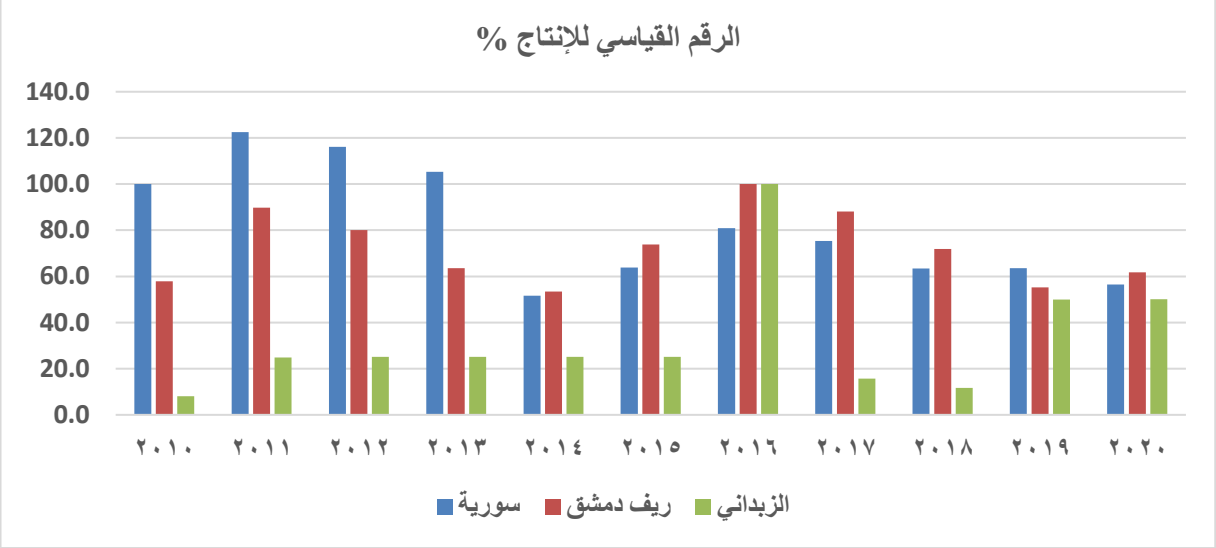
(سنة الأساس: 2010 لإنتاج سورية، وسنة الأساس: 2016 لإنتاج محافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني)

البيان	سورية	ريف دمشق	الزبداني	الرقم القياسي		
				سورية	ريف دمشق	الزبداني
2010	61981	21287	208	100.0	57.8	8.1
2011	75919	33030	636	122.5	89.7	24.9
2012	72000	29475	643	116.2	80.1	25.1
2013	65271	23386	643	105.3	63.5	25.1
2014	32008	19673	643	51.6	53.5	25.1
2015	39561	27177	643	63.8	73.8	25.1
2016	50176	36806	2558	81.0	100.0	100.0
2017	46680	32433	402	75.3	88.1	15.7
2018	39318	26466	300	63.4	71.9	11.7
2019	39419	20303	1279	63.6	55.2	50.0
2020	35014	22712	1282	56.5	61.7	50.1
المتوسط	**50667.9**	**26613.5**	**839.7**	**81.7**	**72.3**	**32.8**
الانحراف المعياري	**15562.8**	**5739.8**	**664.8**	**25.1**	**15.6**	**26.0**
الحد الأدنى	**32008.0**	**19673.0**	**208.0**	**51.6**	**53.5**	**8.1**
الحد الأعلى	**75919**	**36806**	**2558**	**122**	**100**	**100**
معدل النمو السنوي	**-5.06**	**0.59**	**17.98**	**-5.06**	**0.59**	**17.98**

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، نشرة الأشجار المثمرة للأعوام(2010–2020).

ويُستنتج من الجدول رقم (2) أيضاً بأن معدل النمو السنوي للإنتاج كان سلبياً في سورية وبلغ نحو –5.06%، في حين كان معدل النمو السنوي لإنتاج المشمش في محافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني إيجابياً وبلغ نحو0.59%، و17.98%، أما الرقم القياسي للإنتاج في

سورية، فانخفض في السنوات الدراسية كافة مقارنةً بسنة الأساس 2010، باستثناء الأعوام 2011–2013، في حين انخفض الرقم القياسي للإنتاج في كل من محافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني في السنوات الدراسية كافة مقارنةً بسنة الأساس 2016، والشكل رقم (2) يوضح الرقم القياسي لإنتاج المشمش في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010–2020.



الشكل(2): الرقم القياسي لإنتاج المشمش في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010–2020.

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، نشرة الأشجار المثمرة للأعوام(2010–2020).

مع الإشارة إلى أن محافظة ريف دمشق شغلت المرتبة الأولى بمساحة شجرة المشمش ومن ثم محافظات حمص وإدلب وحلب وبلغت لعام 2020 حوالي 7926 و4789 و580 و203 هكتار على التوالي، وبالنسبة للإنتاج أيضاً بلغ إجمالي سورية حوالي 35014 طن، شغلت محافظة ريف دمشق المرتبة الأولى ومن ثم محافظات حمص وإدلب وحلب وبلغ 22712 و5809 و2316 و531 طن على التوالي(المجموعة الزراعية الإحصائية، 2020).

(انظر الجدول رقم (2) في الملحق رقم1).

- إنتاج البندورة:

تُزرع البندورة في عدد من دول العالم كالصين وأميركا وتركيا والهند ومصر وإيران وإسبانيا وبمختلف القارات العالمية، ويتبين من قاعدة الإحصاءات العالمية بأن إجمالي إنتاج البندورة في العالم بلغ حوالي 180766.3 ألف طن، وكانت الصين أول دولة من حيث كمية الإنتاج وبلغ إنتاجها حوالي 62764.6 ألف طن، ومن ثم جاء ترتيب الهند بالكمية وبلغ 19007 ألف طن، وجاءت تركيا بالمرتبة الثالثة وكان إنتاجها حوالي 12841.9 ألف طن (FAO، 2019)، وتُعد جمهورية العراق أول دولة دخلت نبتة البندورة أراضيها وزرعتها بعد الاحتلال البريطاني للعراق

عام 1917. وتشير البيانات الإحصائية لعام 2020 في سورية بأن إجمالي المساحة المزروعة بالبندورة بلغت حوالي 14458 هكتار وبإجمالي إنتاج بلغ نحو 780617 طن، وتنتشر زراعتها في جميع محافظات سورية ومن أهمها من حيث حجم المساحة المزروعة محافظات درعا ودير الزور وإدلب والحسكة، وشغلت محافظة درعا المرتبة الأولى من حيث المساحة وبلغت نحو3900 هكتاراً ثم محافظة دير الزور، وبلغت 2000 هكتاراً ثم محافظة حلب وبلغت نحو 1787 هكتاراً (المجموعة الإحصائية الزراعية، 2020). (انظر الجدول رقم (3) في الملحق رقم1).

كما تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (3) إلى تطور إنتاج البندورة في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني للفترة 2010–2020، ويُلاحظ بأن إنتاج البندورة لمتوسط الفترة (2010–2020) بلغ نحو 498151.7 و 24126.8 و172.3 طن لكل من سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني على التوالي، وكان في حده الأعلى في عام 2020، وبلغ 780617 طن لإجمالي سورية، كما كان في حده الأعلى في عام 2011 وبلغ نحو 49466 طن في محافظة ريف دمشق، وفي حده الأعلى في عامي 2019 و2020 وبلغ نحو 570 طن في منطقة الزبداني (وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، 2020).

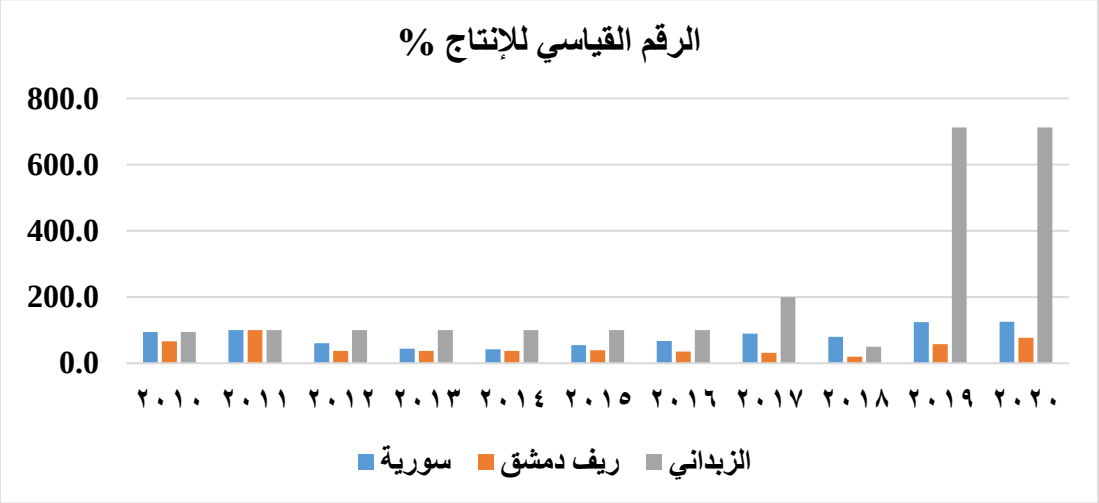
الجدول (3):تطور إنتاج البندورة في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010–2020.

الإنتاج: طن، (سنة الأساس: 2011)

البيان	سورية	ريف دمشق	الزبداني	الرقم القياسي		
				سورية	ريف دمشق	الزبداني
2010	585549	32490	75	94.1	65.7	93.8
2011	622263	49466	80	100.0	100.0	100.0
2012	376012	18601	80	60.4	37.6	100.0
2013	273009	18153	80	43.9	36.7	100.0
2014	260699	18387	80	41.9	37.2	100.0
2015	339231	19280	80	54.5	39.0	100.0
2016	415393	17211	80	66.8	34.8	100.0
2017	557766	15291	160	89.6	30.9	200.0
2018	497481	9962	40	79.9	20.1	50.0
2019	771649	28646	570	124.0	57.9	712.5
2020	**780617**	**37908**	**570**	**125.4**	**76.6**	**712.5**
المتوسط	**498151.7**	**24126.8**	**172.3**	**80.1**	**48.8**	**215.3**
الانحراف المعياري	**183106.4**	**11711.4**	**198.6**	**29.4**	**23.7**	**248.3**
الحد الأدنى	**260699.0**	**9962.0**	**40.0**	**41.9**	**20.1**	**50.0**
الحد الأعلى	**780617**	**49466**	**570**	**125**	**100**	**713**
معدل النمو السنوي	**2.65**	**1.41**	**20.25**	**2.65**	**1.41**	**20.25**

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، نشرة للمحاصيل والخضار الصيفية للأعوام(2010–2020).

يُستنتج من الجدول رقم (3) أيضاً بأن معدل النمو السنوي للإنتاج كان إيجابياً في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني، وبلغ نحو 2.65%، و1.41% و20.25%، أما الرقم القياسي للإنتاج في سورية، فانخفض في السنوات الدراسية كافة مقارنةً بسنة الأساس 2011، باستثناء عامي 2019 و2020 وبلغ نحو 124% و125% على التوالي، في حين انخفض الرقم القياسي للإنتاج في محافظة ريف دمشق في السنوات الدراسية كافة مقارنةً بسنة الأساس 2011، وانخفض الرقم القياسي للإنتاج في منطقة الزبداني في عامي 2010 و2018 مقارنةً بسنة الأساس 2011، وارتفع خلال الأعوام الأخرى مقارنةً بسنة الأساس 2011، والشكل رقم (3) يوضح الرقم القياسي لإنتاج البندورة في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020.



الشكل(3): الرقم القياسي لإنتاج البندورة في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020.

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، نشرة للمحاصيل والخضار الصيفية للأعوام(2010-2020).

-إنتاج الخيار:

يُزرع محصول الخيار في عدد من دول العالم كالصين وتركيا وروسيا وأوكرانيا وبمختلف القارات العالمية، وتبين من قاعدة الإحصاءات العالمية لعام 2019 بأن إجمالي إنتاج الخيار في العالم بلغ حوالي 87805 ألف طن، وكانت الصين أول دولة من حيث كمية الإنتاج وبلغ إنتاجها نحو 70288 ألف طن، وشغلت تركيا المرتبة الثانية، وبلغ إنتاجها نحو 1916.6 ألف طن، وشغلت روسيا المرتبة الثالثة وبلغ إنتاجها نحو1626.3 ألف طن(FAO, 2019)،وتشير البيانات الإحصائية لعام 2020 في سورية إلى أن إجمالي المساحة المزروعة بالخيار بلغت حوالي10888 هكتار،وبإجمالي إنتاج بلغ نحو 182415 طن، وتنتشر زراعته في مختلف المحافظات وأهمها من حيث حجم المساحة المزروعة محافظات حلب وإدلب ومنطقة الغاب

ودرعا، وشغلت محافظة حلب المرتبة الأولى من حيث المساحة، وبلغت 2216 هكتاراً ثم محافظة إدلب، وبلغت 1488هكتاراً ثم منطقة الغاب، وبلغت 1311 هكتاراً(المجموعة الإحصائية الزراعية، 2020). (انظر الجدول رقم (4) في الملحق رقم1).

كما تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (4) إلى تطور إنتاج الخيار في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني للفترة 2010–2020، ويُلاحظ بأن إنتاج الخيار لمتوسط الفترة (2010–2020) بلغ نحو 131229.2 و6578.8 و193.5 طن لكل من سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني على التوالي، وكان في حده الأعلى في عام 2010، وبلغ 182415 طن لإجمالي سورية، وكان في حده الأعلى في عام 2020 وبلغ نحو 16616 في محافظة ريف دمشق، في حين كان في حده الأعلى للأعوام 2011–2016 وبلغ نحو 255 طن في منطقة الزبداني (وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، 2020).

الجدول (4):تطور إنتاج الخيار في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010–2020.

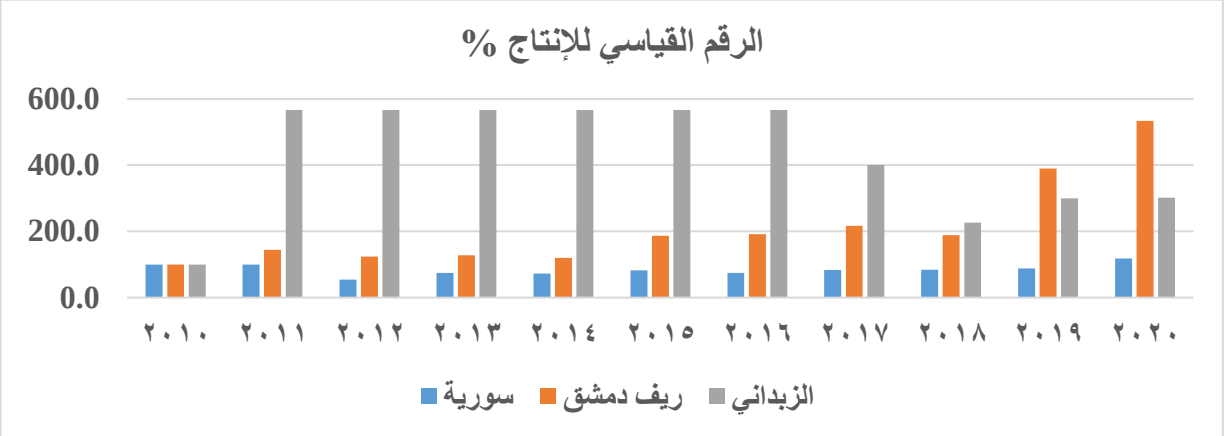
الإنتاج: طن، (سنة الأساس: 2011)

البيان	سورية	ريف دمشق	الزبداني	الرقم القياسي		
				سورية	ريف دمشق	الزبداني
2010	154994	3115	45.0	100.0	100.0	100.0
2011	154368	4503	255.0	99.6	144.6	566.7
2012	84583	3857	255.0	54.6	123.8	566.7
2013	115072	3967	255.0	74.2	127.4	566.7
2014	112419	3737	255.0	72.5	120.0	566.7
2015	127637	5816	255.0	82.3	186.7	566.7
2016	115841	5965	255.0	74.7	191.5	566.7
2017	129696	6761	180.0	83.7	217.0	400.0
2018	129929	5875	102.0	83.8	188.6	226.7
2019	136567	12155	135.0	88.1	390.2	300.0
2020	182415	16616	136.0	117.7	533.4	302.2
المتوسط	**131229.2**	**6578.8**	**193.5**	**84.7**	**211.2**	**429.9**
الانحراف المعياري	**26063.6**	**4146.6**	**77.5**	**16.8**	**133.1**	**172.2**
الحد الأدنى	**84583.0**	**3115.0**	**45.0**	**54.6**	**100.0**	**100.0**
الحد الأعلى	**182415**	**16616**	**255**	**118**	**533**	**567**
معدل النمو السنوي	**1.49**	**16.44**	**10.58**	**1.49**	**16.44**	**10.58**

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، نشرة المحاصيل والخضار الصيفية للأعوام(2010–2020).

يُستنتج من الجدول رقم (4) أيضاً بأن معدل النمو السنوي لإنتاج الخيار كان إيجابياً في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني وبلغ نحو 1.49%، و16.44% و10.58% على التوالي، أما الرقم القياسي للإنتاج في سورية، فانخفض في السنوات الدراسية كافة مقارنةً

بسنة الأساس 2010، باستثناء عام 2020، حيث بلغ 117.7%، في حين ارتفع الرقم القياسي للإنتاج في محافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني في السنوات الدراسية كافة مقارنةً بسنة الأساس 2010، والشكل رقم (4) يوضح الرقم القياسي لإنتاج الخيار في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020.



الشكل(4): الرقم القياسي لإنتاج الخيار في سورية ومحافظة ريف دمشق ومنطقة الزبداني خلال الفترة 2010-2020.

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، نشرة المحاصيل والخضار الصيفية للأعوام(2010-2020).

1-2-2.المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة:

تتنوع المنتجات التصنيعية لتشمل أغلب السلع الزراعية النباتية منها والحيوانية، وفي سورية ومنذ القدم تقوم الأسر بتصنيع هذه المنتجات لتأمين استهلاكها منها في أوقات مختلفة من السنة، فضلاً عن قيام الكثير من الأسر ببيع الفائض منها لتأمين مصدر رزق إضافي، وذلك باستخدام الطرق البدائية في عمليات التصنيع، ويمكن تصنيف المُنتجات المُصنَعة وفقًا للآتي:

-المُنتجات الحيوانية كالألبان والأجبان والسمنة والقريشة...

-المُنتجات النباتية المُصنعَة من الحبوب كالمعكرونة والخبز والكشكة والفريكة....

-المُنتجات النباتية المُصنعَة من الخضار كالمخللات ومعجون البندورة والخضار المجففة ....

-المُنتجات النباتية المُصنعَة من الفاكهة كالمربيات بمختلف أنواعها، ومنتجات الزيتون المختلفة وخل التفاح والدبس والفاكهة المجففة كالتين والزبيب والقمر الدين....

-العصائر المختلفة كعصير التفاح والليمون والرمان والتوت الشامي والبرتقال.....

وفي هذا البحث جرى اختيار عدد من السلع التي يتم تصنيعها في منطقة الدراسة،وفيما يلي طرائق التصنيع لهذه المُنتجات:

1-مربى التفاح: يُصنَّع مربى التفاح وفقاً للخطوات الآتية:

- تقشير التفاح، وتفريغه من البذور، ثم تقطيعه إلى مكعّبات متوسطة الحجم، ووضعه في الماء مع قليلٍ من عصير الليمون لمنع تغيُّر لونه.

– غسل الثمار ووضعها في وعاء يحتوي على ماءٍ كافٍ لتغطيته وتركه ليغلي، ثم وضع التفاح فيه حتى ينضج نصف نضج.

–تصفية التفاح مع الاحتفاظ بكوب من السائل، ووضعه في قدر آخر.

–تجري إذابة السكر في ماء سلق التفاح، ثم إضافة التفاح، والاستمرار في الطهي حتى يقترب من النضج، مع إزالة الرغوة عن السطح من حين إلى آخر.

–إضافة عصير الليمون، والاستمرار في الطهي حتى ينضج التفّاح تماماً، ثم حفظ المُربّى وهو ساخن في عبوات معقّمة.

–**المقادير**:بينت أجوبة المبحوثين أنهم لتصنيع 80 كيلوغرام من مربى التفاح يستهلكون المقادير الآتية: 100 كيلوغرام من التفاح، 40 كيلوغرام من السكر، 70 غرام من بنزوات الصوديوم، 200 غرام من ملح الليمون، 200 لتر من الماء، إضافة بعض المواد الطبيعية وقليلٍ من الكلس.

2–مربى المشمش: يتم تصنيع مربى المشمش وفقاً للخطوات الآتية:

–غسل ثمار المشمش جيدًا، وتنشيفها ونزع نواتها، ووضعها في الماء مع ملح الليمون في وعاء كبير، وتركها لمدة خمس ساعات على نار هادئة ليغلي المزيج مع تحريكه باستمرار ليخرج الماء من المشمش.

–إضافة السكر بعد غليان المربى، وتركه على النار مدة خمسٍ وأربعين دقيقة مع الاستمرار في التحريك.

–رفع الوعاء عن النار وتركه حتى يبرد تماماً، ثم سكب المربى في عبوات زجاجية وإحكام إغلاق الغطاء جيداً.

–حفظ المربى في درجة حرارة الغرفة.

–**المقادير**:بينت أجوبة المبحوثين أنهم لتصنيع 140 كيلوغرام من مربى المشمش يستهلكون المقادير الآتية:100 كيلوغرام من المشمش، 100كيلوغرام من السكر، 70 غرام من بنزوات الصوديوم، 200 غرام من ملح الليمون، 200 لتر من الماء، إضافة مواد طبيعية.

3–مخلل الخيار:بينت أجوبة المُصنعين بأنه يجري تصنيع مخلل الخيار وفقاً للآتي:

–غسل الخيار، ثمّ يتم تجفيفه وصنع بعض الشقوق الصغيرة باستخدام السكّين، ثمّ وضعه في برميل متوسّط الحجم.

–إضافة الماء وملح الطعام والخلّ في وعاء ثمّ يُحرَّكون جيداً.

–سكب مزيج الماء فوق الخيار مباشرةً، ثمّ إغلاق البرميل جيّداً، مع إمكانيّة وضع لاصق حول الغطاء؛ لمنع دخول الهواء إلى البرميل.

–ترك البرميل مغلقاً مدّة لا تقلّ عن أسبوع.

-**المقادير**:بينت أجوبة المبحوثين أنهم لتصنيع 180 كيلوغرام من مخلل الخيار يستهلكون المقادير الآتية:160كيلوغرام من الخيار، 5كيلوغرامات من ملح الطعام، 3 ليترات من خل الطعام، 200 غرام من ملح الليمون، 250 لتر من الماء.

4-معجون البندورة: يصنع معجون البندورة وفقاً للآتي:

-غسل حبات البندورة، وتقطيع كلّ حبة إلى أربعة أقسام،ثمّ وضعها في الخلاط الكهربائي.

-إضافة الملح ثمّ إعادة خلط البندورة، وتصفية الخليط بمصفاة ناعمة للتخلص من البذور البيضاء الصغيرة لثمار البندورة.

-رفع خليط البندورة على النار، وغليه لمدةٍ لا تقل عن نصف ساعة دقائق.

-سكب الخليط في صينية واسعة، أو أي وعاء مُناسب، ووضعه تحت أشعة الشمس لمدة ثلاثة أيام، مع تحريك الخليط مرة واحدة يومياً.

-وضع معجون البندورة في عبوات زجاجية أو بلاستيكية أو معدنية.

حيث بينت أجوبة المبحوثين أنهم لتصنيع 83 كيلوغرام من معجون البندورة يستهلكون نحو 500 كيلوغرام من البندورة، و2.5 كيلوغرام من ملح الطعام.

5-خل التفاح: يصنع خل التفاح وفقاً للآتي:

- توضع ثمار التفاح في مكان نظيف وتفرز لاستبعاد الأجزاء التالفة منها والمصابة بالحشرات، لأن ذلك يؤثر على المواصفات التصنيعية للمنتج.
- تغسل الثمار جيدًا بالماء لتزال بقايا الأتربة والأوساخ إن وجدت، ثم تترك الثمار لتجف جيدا من الماء لأن وجود بقايا المياه فيها يؤثر في مواصفات الطعم والرائحة الناتجة.
- توضع الثمار الجافة في آلة التقطيع التي تعمل على فرم التفاح إلى أجزاء صغيرة.
- تنقل الثمار المقطعة إلى حوض كبير لتجميعها، ويغطى الحوض بقطعة من القماش لمنع سقوط الغبار والأوساخ فيه.
- يترك التفاح المهروس في الحوض لمدة تتراوح بين 40- 50 يوماً حتى يتفاعل على النحو المطلوب.
- يصفى الناتج عن طريق الصنبور أسفل الحوض ويبقى بالداخل بقايا التفاح الصلبة والقشور التي لم تتفاعل، والتي يمكن أن تؤخذ وتستعمل سماداً عضوياً للأشجار.
- ينقل الناتج المصفى من الحوض إلى أحواض جديدة مختلفة يحفظ فيها الخل إلى حين التعبئة.
- يعبأ الخل الناتج في عبوات زجاجية مخصصة سعة نصف لتر، على أن تُستخدم فلاتر يمر بها الخل لتصفيته جيدا قبل تعبئته. ووضع الزجاجات المعبأة في صناديق كرتونية

بسعة 12 زجاجة وتصبح جاهزة للبيع، حيث بينت أجوبة المبحوثين أنهم لتصنيع 400 عبوة من خل التفاح (سعة 2 ليتر) يستهلكون نحو500 كيلوغرام من التفاح.

واستناداً لما سبق يمكن القول بأنه أُخذت فكرة مُلخصة عن مفهوم التصنيع الغذائي وأهميته ودور المرأة الريفية في المساهمة في عمليات التصنيع، وآلية تسويق المُنتجات التصنيعية، فضلاً عن تطور إنتاج السلع المدروسة في منطقة الدراسة وسورية وعلى مستوى محافظة ريف دمشق بغية التوصل إلى مدى إمكانية زيادة المُنتجات المُصنعة نتيجة لتوافر الإنتاج الممكن تصنيعه، كما جرى التعرف على طرائق تحضير المُنتجات المُراد تصنيعها والمقادير والكميات المطلوبة من مستلزمات تصنيعها، وبالاستناد إلى أساليب التحليل الإحصائي ومؤشرات التحليل الاقتصادي التي تم استخدمت في تنفيذ البحث توصل البحث إلى تحقيق أهدافه من خلال النتائج الواردة في الفصل الرابع.

الفصل الثاني

مواد البحث، وطرائقه

تمهيد:

يتناول هذا الفصل مواد البحث، وطرائقه من حيث الحدود المكانية والزمانية لتنفيذ البحث، ومجتمع الدراسة وآلية أخذ العينة، والبيانات الأولية والثانوية ومصدرها، والأسلوب البحثي المتمثل بالنماذج الإحصائية والاقتصادية المُعتمدة في تحقيق أهداف البحث ومراحل تنفيذه.

2-1.منطقة البحث:

نُفذ البحث في ناحية سرغايا التابعة إلى منطقة الزبداني في محافظة ريف دمشق، وهي عبارة عن بلدة ومصيف سوري تقع شمال مدينة دمشق، وسط منطقة جبلية بالقرب من عدد من المصايف السورية المعروفة مثل الزبداني وبلودان، وهي تابعة إدارياً لمنطقة الزبداني ضمن محافظة ريف دمشق، وهي مركز ناحية، وتقع على ارتفاع 1450م من مستوى سطح البحر ويُقدر عدد سكانها حوالي 25000 نسمة على حسب التقديرات الإحصائية التي أُجريت خلال عام 2016، ونظراً لأهمية إنتاج التفاح والمشمش وبعض الخضار في محافظة ريف دمشق وانتشار معظم زراعتها في ناحية سرغايا والقرى التابعة لها، اختارها البحث، لإمكانية إنتاج السلع المُصنعة ضمن الظروف والإمكانيات المتوفرة فيها كإنتاج مربى التفاح وخله ومربى المشمش ومعجون البندورة ومخلل الخيار.

2-2. مجتمع البحث وعينته:

نظراً لمحدودية عدد المُصنعين في سرغايا والقرى التابعة لها، فقد اعتمد أسلوب الحصر الشامل واستهدف جميع المُصنعين المنتشرين في منطقة الدراسة، حيث جرى اختيار المزارعين كافة الذين يقومون بتصنيع منتجات الخضار والفاكهة في ناحية سرغايا والقرى التابعة لها، حيث بلغ عددهم نحو 85 مزارعاً، كما بلغ عدد تجار مُنتجات الخضار والفاكهة المُصنعة نحو 22 تاجراً يتعاملون بعمليات شراء المنتجات التصنيعية وبيعها في ناحية سرغايا والقرى التابعة. والشكل التوضيحي رقم (5) يوضح خريطة لناحية سرغايا والقرى التابعة لها.

شكل (5): خريطة لناحية سرغايا ضمن خريطة محافظة ريف دمشق (منطقة البحث).

المصدر :(موقع الانترنت ،2004)

2-3. البيانات ومصدرها:

نُفذ البحث استناداً إلى نوعين من البيانات:

- البيانات الأولية:

شملت دراسة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمُنتجي الفاكهة والخضار المُصنَعة الذين جرى اختيارهم بطريقة المسح الشامل في منطقة الدراسة، بحيث مثلت الواقع العملي لمُنتجي الفاكهة والخضار المُصنَعة، وجُمعت البيانات بالاستناد إلى استمارة الاستبيان التي أُعدت لهذا الغرض، وذلك من خلال المقابلات الشخصية للمبحوثين في منطقة الدراسة.

-البيانات الثانوية:

جُمعت البيانات من المنشورات الرسمية الصادرة عن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي والجهات الأخرى، بالإضافة إلى البيانات الخاصة بأسعار المواد المصنعة لمُنتجات الفاكهة والخضار من النشرات الرسمية لأسعارها المنشورة بواسطة المكتب المركزي للإحصاء والمتاحة في الأسواق.

2-4. الأسلوب البحثي:

أولاً- استمارة البحث وإجراءاتها:

اعتمد البحث في تحقيق أهدافه على استمارتي استبيان:

-الأولى: المُنتجين الذين يقومون بتصنيع مُنتجات الفاكهة والخضار في منطقة الدراسة.

-الثانية: جميع تجار الجملة الذين يتعاملون بعمليات شراء وبيع المنتجات التصنيعية في منطقة الدراسة.

قبل جمع بيانات البحث أُعدت الاستمارتان، ونُفذ الاختبار المبدئي لهما وذلك كما يلي:

أ-مرحلة إعداد استمارة الاستبيان:

بعد تحديد أهداف البحث وصياغة فروضه أُعدت الاستمارتان لجمع بيانات البحث، حيث روعي في أسئلتها وعباراتها أن تكون واضحة ومعبرة تعبيراً دقيقاً عن أهداف البحث.وشملت استمارتا الاستبيان الأسئلة الآتية:

1-استمارة المُنتجين المُصنِعين: تضمنت الآتي:

- **بعض الصفات الشخصية والخصائص الاجتماعية:**

عمر المُنتِج- خبرة المُنتِج- حجم الأسرة- التركيب العمري والجنسي للمُنتِجين- المستوى التعليمي لأفراد أسر المُنتِجين- الأعمال التي تقوم بها ربة المنزل- مصادر العمل (العمل داخل وخارج المزرعة).....الخ.

- **الخصائص الاقتصادية:**

حجم الحيازة الزراعية من الأرض- نوع ملكية الحيازة الزراعية (ملكية خاصة، مستأجرة، مزارعة, أخرى)- مصادر دخل الأسرة-القروض-المُعدات التصنيعية- بنود التكاليف التصنيعية- توافر مُستلزمات التصنيع- متوسط كمية الإنتاج المُصنَع-سعر البيع لكل منَتج.

-حصر معوقات التصنيع ومقترحات تطويرها على حسب وجهة نظر المبحوثين.

2-استمارة التجار: تضمنت الآتي:

عمر التاجر-الخبرة في مجال تسويق المُنتجات المُصنَعة -المستوى التعليمي للتاجر-مكان إقامة التاجر- تاريخ قيامه بتجارة المُنتجات المُصنَعة في المنطقة- نوع المُنتجات المُصنَعة التي يقوم بشرائها -الكمية التي يقوم بشرائها من المُنتجات المُصنَعة وأسعارها وفترة شرائها-المشكلات والصعوبات التسويقية بحسب وجهة نظر التجار-التكاليف التي يدفعها التجار لقاء شراء المُنتجات المُصنَعة في المنطقة ...

ب-مرحلة اختبار استمارة الاستبيان:

بعد صياغة أسئلة الاستمارتين، أُجريَ اختبار مبدئي per-test للاستمارتين على عينة قوامها (85) مُنتجاً للمواد المُصنَعة و22 تاجراً، وتبين من نتيجة هذا الاختبار أن جميع العبارات كانت واضحة وسهلة الفهم للمُصنعين والتجار في عينة البحث، وبذلك أصبحت الاستمارتان في صورة صالحة لجمع البيانات الميدانية، حيث جُمعت البيانات ميدانياً عن طريق المقابلة الشخصية معهم خلال الفترة الممتدة من 3/1/ 2021 ولغاية 2021/7/1، ثم فُرِّغت البيانات بعد إعطاء المتغيرات قيماً رقمية تتناسب مع المستهدف منها، وتحليلها وفقاً للإطار التحليلي الذي أعد لهذا الغرض.

ج- أساليب التحويل الرقمي لإجابة أسئلة الاستمارتين:

بعد إتمام جمع البيانات جرى تفريغها في صورة جداول حصر عددي ونسب مئوية وجرت معالجة بعضها بإعطاء درجات قيمية تبعاً للقياس المستخدم وذلك كما يلي:

- **البيانات المتعلقة بالخصائص الشخصية للمُصنعين والتجار:**

-**العمر:** جرى قياسه بعدد السنوات الخام للمُصنِع والتاجرمقربة لأقرب سنة ميلادية.

-**الخبرة:** جرى قياسها بعدد السنوات الخام للمُصنِع والتاجر مقربة لأقرب سنة ميلادية

-**المستوى التعليمي:** جرى قياسه بعدد سنوات التعليم الخام للمُصنِع والتاجر.

-**عدد أفراد الأسرة:** جرى قياسه بعدد أفراد الأسرة الخام للمُصنِع.

-**الأعمال التي تقوم بها ربة المنزل:** جرى قياسها بقيمة رقمية (1، 2، 3، 4) على حسب نوع العمل لربة المنزل.

-**مصادر العمل:** جرى قياسه بعدد الأفراد الذين يعملون داخل الحقول والمزارع وخارجها.

-**البيانات الخاصة بالخصائص الاقتصادية:**

-**حجم الحيازة الزراعية من الأرض:** جرى قياسها بعدد الدونمات من الأرض.

-**نوع ملكية الحيازة الزراعية من الأرض:** جرى قياسها بقيمة رقمية(1، 2، 3، 4) على حسب شكل التملك (ملكية خاصة،مستأجرة، مزارعة, أخرى).

- **مصادر دخل الأسرة:** جرى قياسه بقيمة الدخل السنوي (ليرة سورية).

-**مصادر التمويل:** حُدِّدت عدة مصادر متمثلة بالخيارات التالية: قرض زراعي- تمويل ذاتي- أقارب وأصدقاء- تحويلات خارجية- قرض(قطاع خاص-منظمات).

-**المعدات التصنيعية:** جرى قياسها بقيمة رقمية(1، 2، 3، 4) على حسب نوع المعدات المستخدمة في عملية التصنيع.

- **التكاليف التصنيعية:** جرى قياسها بقيمة التكلفة لكل بند من البنود.

-**درجة توافر مستلزمات الإنتاج:** جرى سؤال المبحوث عن مدى توافر مستلزمات التصنيع لديه.

-**متوسط كمية الإنتاج المُصنَع ومتوسط التكاليف التصنيعية:**عُرِفَ متوسط كمية الإنتاج المُصنَع، ومتوسط التكاليف التصنيعية، من خلال السؤال مباشرة عن الأرقام الخام لهذه المؤشرات.

-**مكان إقامة التاجر:** جرى قياسها بقيمة رقمية (1، 2، 3، 4) على حسب مكان الإقامة.

- **تاريخ قيامه بتجارة المُنتجات المُصنَعة في المنطقة:** جرى قياسها بذكر السنة الميلادية.

- **نوع المُنتجات المُصنَعة المُشتراة:** جرى قياسها بقيمة رقمية (1، 2، 3، 4) على حسب نوع المُنتجات المُصنَعة التي يقوم بشرائها التاجر.

-**الكمية المشتراة من المُنتجات المُصنَعة:** جرى قياسها بقيمة كمية على حسب نوع المُنتجات المُصنَعة التي يقوم بشرائها التاجر.

-**أسعار شراء المُنتجات المُصنَعة:** جرى قياسها بذكر ثمن الشراء على حسب نوع المُنتجات المُصنَعة التي يقوم بشرائها التاجر.

-**التكاليف التي يدفعها التاجر لقاء شرائها:** جرى قياسها بقيمة التكلفة لكل بند من البنود.

- **أهم الصعوبات والمشاكل التي تواجه المُنتجين المُصنَعين والتجار:** سُئِلوا عن أهم المعوقات والصعوبات التي تواجههم خلال عملية التصنيع والتسويق ومقترحات حلها وتطويرها.

ثانياً-أساليب التحليل الإحصائي والاقتصادي:

نُفذ البحث استناداً إلى الآتي:

-**التحليل الإحصائي:**

تطلبت عملية بناء المقاييس والمؤشرات التي اعُتمدت لتعُّرف حقيقة المتغيرات موضوع البحث بالرجوع إلى العديد من الدراسات السابقة التي أتيح الاطلاع عليها لتعرف طرق وأساليب القياس التي أنتجتها لقياس متغيراتها، وذلك للسير على نهجها أو تعديل بعضها بما يتلاءم وطبيعة هذا البحث، وبناء عليه اعتُمد أسلوب المعالجة الكمية، وقد أُجريَ التحليل الوصفي للمتغيرات النوعية والمتغيرات الكمية، وذلك من خلال برنامج SBSS عن طريق استخدام طرق بسيطة كالمتوسطات الحسابية، والنسب المئوية والانحراف المعياري، والجداول والأشكال البيانية.

-نموذج الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression):

أُستخدم نموذج الانحدار المتعدد (Multiple Regression Model) لقياس العلاقة الاقتصادية بين الدخل المُحقق للمبحوثين الناجم عن عملية التصنيع بوصفه متغيراً تابعاً (Dependent Variable) والمتغيرات المستقلة (Independent Variables) من خلال تطبيق الدالة الخطية (Linear Function) (**حسين** مجيد، 1998) الآتية:

$$y = b0+b1x1+ b2x2+ b3x3+ b4x4 +b5x5 +b6x6+az+ai$$

حيث إن:

-y : الدخل (ل.س).

-x1: عمر المبحوث(سنة).

-x2: الحالة الاجتماعية للمبحوث.

-x3: المستوى التعليمي للمبحوث.

-x4: عدد أفراد الأُسرة (فرد).

-x5: خبرة المبحوث (سنة).

-x6: حيازة المبحوث من الأرض(دونم).

-x7: مساحة الحديقة المنزلية(م2).

-x8: توافر معدات التصنيع الحديثة.

-x9: توافر مستلزمات التصنيع.

-b0،b1،b2،b3،b4،b5، b6،b7،b9،b8 : معالم العوامل المستقلة.

-التحليل الاقتصادي:

أُجريَ في هذا الجزء التحليل الاقتصادي للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة بالاستناد إلى المؤشرات التالية:

-**التكاليف التصنيعية:** وهي الاهتلاكات السنوية وجميع عناصر التكاليف المصروفة على إنتاج السلع المُصنَعة (تكاليف التصنيع+تكلفة المواد الأولية) حيث حُسبت تكلفة المواد الأولية على حسب سعر السوق في فترة الدراسة.

-**صافي الربح:** وهو الفرق بين التكاليف التصنيعية الكلية والإيرادات (الإيرادات-تكاليف التصنيعية).

-**القيمة المضافة:** تشير إلى القيمة الإضافية للمُنتَج خلال مرحلة معينة من مراحل الإنتاج، وفي الاقتصاد الكلاسيكي الجديد (neoclassical economics) الذي يعرف أتباعه (الكلاسيكيين المحدثين) أمثال ميلتون فريدمان وخصوصاً على مستوى الاقتصاد الكلي، تعود معنى القيمة المضافة على مساهمة عناصر الإنتاج (العمالة، الأرض، ورأس المال) وفي زيادة قيمة منتج معين، والقيمة المضافة هي الفرق بين قيمة المدخلات والمخرجات عند القيام بعملية التحويل (من مواد أولية إلى مواد منتجة) (الطوخي، آخرون، 2015). وقد تم حسابها من خلال المعادلة الآتية:

القيمة المضافة= قيمة الإيرادات (ل.س/ كامل الإنتاج)- قيمة المستلزمات.

صافي القيمة المًضافة= القيمة المضافة- قيمة الاهتلاك الرأسمالي السنوي

وتعبر القيمة المضافة في هذا البحث عن الدخل الذي يجري الحصول عليه نتيجةً لتصنيع كيلوغرام واحد من المادة الخام الذي أضافته عملية التصنيع إلى هذه المادة، فعندما نذكر مثلاً أن القيمة المضافة لتصنيع منتج ما هي (x) ليرة سوري/كغ، فهذا يعني أن تحويل 1كغ من المادة الخام إلى المنتج النهائي ينتج عنه قيمة تساوي (x) ليرة سورية (أي إن الفرق بين قيمة 1كغ من هذه المادة في حالتها الخام وبين قيمتها في حالتها المصنعة تساوي X) والفرق بين القيمة المضافة والربح، أن الربح هو الناتج عن تصنيع 1كغ من المنتج، ويحسب من طرح التكلفة الكلية لإنتاج 1كغ منه من الإيراد (سعر المبيع), و يمكن حسابه

من ناتج ضرب القيمة المضافة بالعدد الذي يعبر عن كمية المادة الخام المستخدمة لإنتاج 1كغ من المنتج.

-**الكفاءة الاقتصادية:** ويعبر عن الربح العائد من الاستثمار في الصناعات الغذائية، ويحسب من القانون التالي:الكفاءة الاقتصادية = الإيرادات ÷ التكاليف التصنيعية الكلية

وحُسِبَ لكل منتج مُصنَع في عينة الدراسة، ويعبر عن الربح العائد من استثمار كل (100ل.س) في القيام بصناعة غذائية ما (العطوان والحمصي، 2010).

-**التحليل المالي:** باستخدام بعض مؤشرات التقييم، التي تمثلت بما يلي (عطية، 2008)، (الثنيان وسلطان، 1993):

- صافي الدخل- نسبة التشغيل- العائد على الاستثمار- الهامش الإجمالي- حساب نسبة الإيرادات إلى التكاليف- تقدير نقطة التعادل- معدل دوران الأصول المتغيرة- زمن دوران الأصول المتغيرة- نسبة العائد على المبيعات.

-الأسلوبُ البحثيُّ الخاصُّ بالمشكلاتِ والصّعوبات:

- **تقنيّةُ ترتيبُ كاريت** (Garrett's Ranking Technique) (, Dash,2020 Sahoo):

طُبِقَت تقنية كاريت للتوصل إلى ترتيب أسباب عدم اعتبار بيع المُنتجات المُصنَعة مصدراً رئيسياً للدخل في منطقةِ الدّراسةِ، والمعوقات التي تواجه عملية التصنيع، ومقترحات حلها على حسب الأولوية وحسب رأي المبحوثين، بالإضافة إلى ترتيب مشكلات التسويق ومقترحات حلها على حسب الأولوية وعلى حسب رأي التجار بالاستناد إلى المعادلة الآتية:

$$PercentPosition = \frac{100 * \left(R_{ij} - 0.5\right)}{N_j}$$

حيث إن:

Rij = المرتّبةُ المحددةُ للمشكّلةِ i من قبلِ المبحوث (مزارع، أو تاجر)j.

Nj = عددُ المشكلاتِ المرتّبةِ من قبلِ المبحوث (مزارع، أو تاجر) j.

- الهامش التسويقي وصافي الهامش التسويقي:

تعرف الهوامش التسويقية بأنها الفرق ما بين قيم كمية متساوية من سلعة معينة عند مستويات مختلفة من النظام التسويقي (السبع نجار، ناصر،2007)، وبمعنى آخر فإنه يتمثل في الفرق بين السعر الذي يدفعه التاجر في عملية تسويق المُنتجات المُصنَعة لقاء حصوله على السلعة، والسعر الذي يحصل عليه لقاء بيعه لهذه السلعة، ويتضمن الهامش التسويقي

التكاليف وربح التاجر، وبذلك يمكن التوصل إلى تحديد الهوامش التسويقية وفق المعادلتين الآتيين (سلام، وآخرون، 2004):

1- MPM = Ps – Pb

2- NMP = MPM - Co

حيث إن:

MPM هامش الربح التسويقي= Ps سعر البيع – Pb سعر الشراء

NMP صافي هامش الربح = MPM هامش الربح التسويقي– Co التكاليف التسويقية.

-الكفاءة التّسويقيّة: تقسم الكفاءة التسويقية إلى الكفاءة التكنولوجية التي تنحصر في تقليل التكاليف عند أداء العملية التسويقية مع الحفاظ على مستوى الخدمات التسويقية أو زيادتها، والكفاءة السعرية التي تعبر عن كل ما يتعلق بتحسين أداء العمليات الخاصة بالبيع والشراء لمختلف السلع (Kriesberg ,2005). وتُقدر الكفاءة التّسويقيّة رياضيّاً، استناداً إلى إجمالي التّكاليف التصنيعية، والتّكاليف التّسويقيّة لكلّ مُنتَج من المُنتجات المدروسة، عن طريق تطبيق المعادلتين الآتيتين (عبد القهار والراوي، 2011):

1- ME=100-[MC/(MC+PC)]*100

حيث إن:

ME: الكفاءة التّسويقيّة

PC: التّكاليف الإنتاجيّة (ل.س/كغ)

MC: التّكاليف التّسويقيّة (ل.س/كغ).

2- $ME=100-[(MC+PC)/p_p]*100$

حيث إن:

ME: الكفاءة التّسويقيّة

MC: التّكاليف التّسويقيّة (ل.س/كغ)

PC: التّكاليف الإنتاجيّة (ل.س/كغ)

P_p: سعر بيع الكيلو غرام الواحد(ل.س/كغ).

2-5التعاريف الإجرائية للبحث:

1-الصناعات التقليدية: كل نشاط إنتاج، أو إبداع، أو تحويل، أو ترميم فني، أو صيانة، أو تصليح، أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي، وتؤدَّى بصفة رئيسية ودائمة، وعلى مستقر، أو متنقل، أو معرضي، وبكيفية فردية، أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف، أو مقاولة للصناعات التقليدية والحرف، وهي نتاج حضاري لآلاف السنين من

التفاعل الحي بين المجتمعات المحلية بما تحمله من رؤى وقيم حضارية وبين بيئتها الطبيعية وبينها وبين المجتمعات الأخرى(العمودي، 2013).

2-**الصناعات الغذائية التقليدية:** صناعة حيوية تحول المواد الغذائية السريعة التلف إلى مواد أكثر ثباتاً فيمكن حفظ بعضها أياماً عدة أو أسابيع وبعضها الآخر لبضعة شهور أو لسنوات على حسب طريقة الحفظ المتبعة، ويمكن بهذه الطريقة جعل الغذاء متوفراً طول العام والاستفادة من المحفوظ منه بالتعليب أو التجميد أو التجفيف في مواسم رداءة الإنتاج بسبب الجفاف أو غير ذلك (البرنوطي، 2005).

3-**القيمة المضافة:** هي كل ما يُضاف من قيم لدى كل مرحلة من مراحل الإنتاج والتداول السلعي؛ أو عند تأدية الخدمات، وتشير إلى زيادة القيمة الاقتصادية للسلعة من خلال عمليات إنتاج خاصة، ويعني مصطلح القيمة المضافة بالنسبة إلى المزارع الحصول على حصة أكبر من المال من مستهلك المواد الغذائية الناتجة عن عمليات تصنيع المنتجات الغذائية المختلفة (أحمد، 2012).

4-**الأسرة الريفية:** وهي الأسرة التي تعيش في الريف والتي تضم جميع الأفراد الذين يقطنون منزلاً واحداً ويتقاسمون الدخل والمأكل وظروف العيش معاً (الخولي، 1984).

الفصل الثالث

النتائج والمناقشة

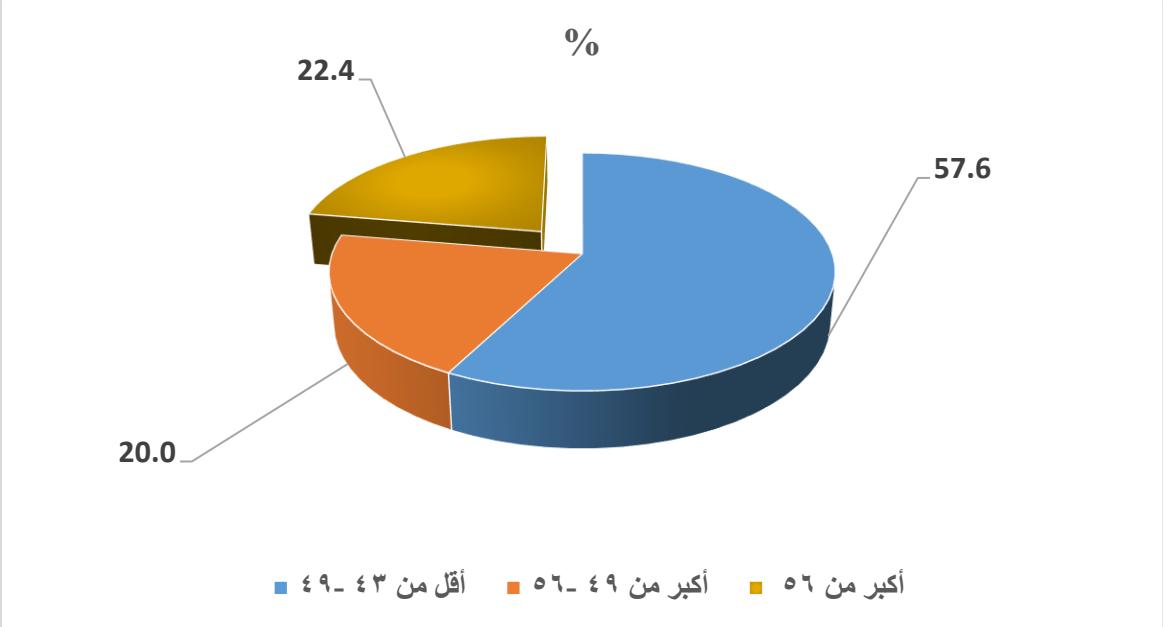
تمهيد:

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج البحث الخاصة بتوزع المُصنعين والتجار طبقاً لمتغيراتهم الشخصية والاجتماعية والاقتصادية المدروسة، حيث بلغ إجمالي عينة الدراسة نحو 85 مُنتجاً، وبلغ عدد تجار منتجات الخضار والفاكهة المُصنعَة نحو 22 تاجراً يتعاملون بعمليات شراء المنتجات التصنيعية وبيعها في ناحية سرغايا والقرى التابعة لها.

3-1 الصفات الشخصية والخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمبحوثين:

3-1-1 الصفات الشخصية والخصائص والاجتماعية:

-**العمر:** يُعد العمر أحد العوامل الشخصية المهمة التي تؤثر في مدى قدرة المُنتجين على إنتاج المواد المُصنعَة بأعلى كفاءة وأقل تكلفة، حيث تراوحت أعمار المبحوثين بين41-63 عاماً، وقُسِموا إلى ثلاث فئات وهي: أقل من 43-49 سنة، وأكبر من 49-56 سنة، وأكبر من 50 سنة، وبلغ متوسط العمر نحو 48.5 سنة، وبانحراف معياري قدره 9.69، والشكل رقم (6) يوضح توزع المبحوثين تبعاً لفئات العمر.



الشكل (6): توزع المبحوثين تبعاً لفئات العمر في عينة الدراسة.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الشكل رقم (6) أن أعلى نسبة مئوية للمبحوثين تقع في الفئة العمرية أقل من 43-49 سنة، حيث بلغت نسبتها 57.6%، يليها المبحوثون في الفئة أكبر من 49-56 سنة وبلغت نسبتها 22.4%، وأخيراً الفئة العمرية أكبر من 56 سنة، حيث بلغت نسبتها 20%.ويتضح من

هذا التوزع أن معظم المبحوثين أعمارهم تنتمي للفئة العمرية التي تتراوح بين 43–49 سنة، وفي هذه المرحلة من العمر يكون المزارع في كامل نشاطه وحيويته وقوته الجسمية والعقلية، طموحاً ومندفعاً للحياة والعمل، وقادر على العطاء والعمل والإنتاج.

- **الحالة الاجتماعية للمبحوث:**بينت نتائج التحليل أن نحو 100% من المبحوثين متزوجون، وهذا يدل على استقرار المبحوثين ويمكنهم الاستفادة من عمل أفراد أسرهم في الأنشطة الزراعية.
- **المستوى التعليمي للمبحوثين:**تبلغ عدد سنوات التعليم حتى انتهاء المرحلة الثانوية نحو12 عاماً، وهناك 4–5 سنوات للمرحلة الجامعية، أو سنتان للمعاهد، ويبين الجدول رقم (5) توزع المبحوثين تبعاً للمستوى التعليمي.

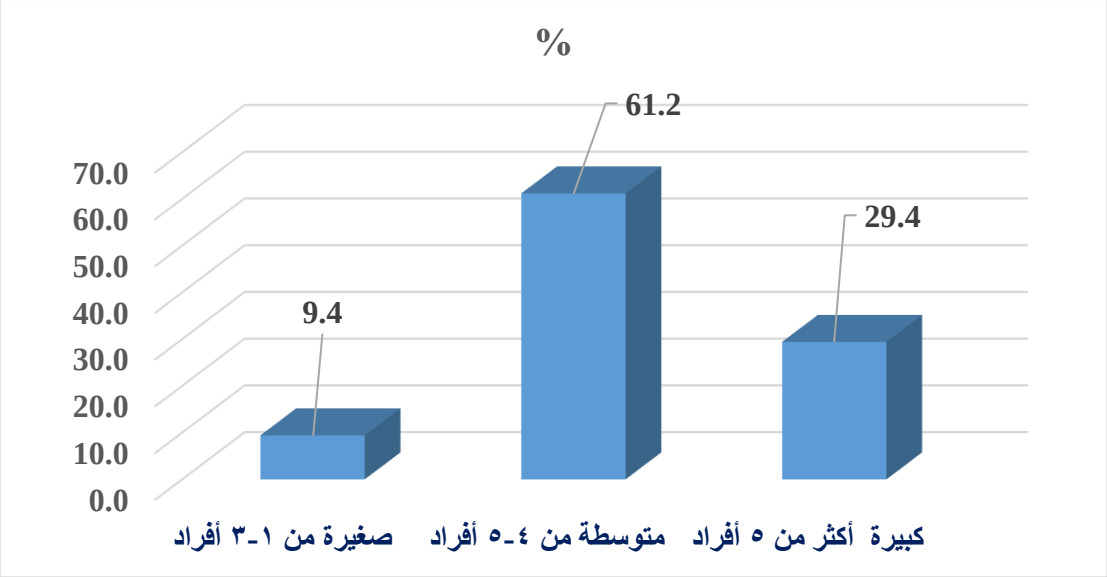
الجدول (5): توزع المبحوثين تبعاً للمستوى التعليمي في عينة الدراسة.

البيان	التكرار	%
أمية	2	2.35
تقرأ وتكتب	9	10.59
أساسي	17	20.00
ثانوية	35	41.18
تعليم متوسط (معهد)	9	10.59
تعليم جامعي	8	9.41
دراسات عليا	5	5.88
المجموع	**85**	**100.0**

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الجدول رقم (5) أن أعلى نسبة مئوية للمبحوثين ممن حصل على الشهادة الثانوية، حيث بلغت نسبتهم41.18%، يليها ممن أنهى مرحلة التعليم الأساسي، وبلغت نسبتهم20%، وأخيراً ممن هم أميون حيث بلغت نسبتهم2.35%. وهناك نسبة 10.6% ممن أنهوا دراساتهم الجامعية، وهذا مؤشر بأن غالبية المبحوثين قد أنهوا مرحلة التعليم الثانوي والجامعي.

-**حجم الأسرة:** تراوح عدد أفراد الأسرة المعيشية بين 1–6 أفراد وقُسِمت إلى ثلاث فئات وهي: صغيرة ومتوسطة وكبيرة العدد، وأن أعلى نسبة مئوية للمبحوثين تقع في الفئة الثانية ذات أفراد الأسرة متوسطة العدد، وبلغت نسبتها نحو 61.2%، يليها الفئة الثالثة ذات أفراد الأسرة كبيرة العدد، وبلغت نسبتها 29.4%، وأخيراً الفئة ذات أفراد الأسرة صغيرة العدد، وبلغت نسبتها 9.4%، وهذا مؤشر يدل على أن غالبية الأسر تتألف من أكثر من 4 أشخاص، وهذه النتيجة تقود إلى إمكانية قيام بعض أفراد الأسرة بمساعدة رب الأسرة بمختلف الأعمال الزراعية، والشكل رقم (7) يوضح توزع المبحوثين تبعاً لحجم الأسرة.



الشكل (7): توزع المبحوثين تبعاً لحجم الأسرة في عينة الدراسة.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

- **التركيب العمري والجنسي لأفراد أسر المبحوثين:** يبين الجدول رقم (6) أن عدد الأفراد الذكور بلغ نحو 249 فرداً، والإناث 261 أنثى، وشكلت ما نسبته 48.8% و51.2% من إجمالي عدد الأفراد في أسر المبحوثين للذكور والإناث على التوالي.

الجدول (6): التركيب العمري لأفراد أسر المبحوثين في عينة الدراسة.

النسبة: %

البيان	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
أقل من 15 سنة	48	19.3	51	19.5	99	19.4
من 15-65 سنة	169	67.9	175	67.0	344	67.5
أكبر من 65 سنة	32	12.9	35	13.4	67	13.1
المجموع	**249**	**100**	**261**	**100**	**510**	**100**

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الجدول رقم(6) أن الفئة(15–65) شغلت المرتبة الأولى من حيث التركيب العمري لأفراد الأسر، حيث بلغت 67.9% و67% لكل من الذكور والإناث على التوالي، وتشير هذه النتيجة إلى أن الأفراد في عينة الدراسة يندرجون ضمن العمر الاقتصادي، ومن ثم يمكن الاستفادة منهم للقيام بالأعمال والأنشطة الاقتصادية المزرعية في منطقة الدراسة.

- **المستوى التعليمي لأفراد أسر المبحوثين:** يبين الجدول رقم(7) أن نسبة الأميين لدى أفراد أسر المبحوثين بلغت 0.4% و1.1% للذكور والإناث على التوالي، أي إن نسبةً الأُمية بين أفراد أسر المبحوثين منخفضة، ويمكن محو الأمية في هذه المنطقة نهائياً من خلال القيام بدورات محو الأمية للأفراد الأميين.

الجدول (7): المستوى التعليمي لأفراد أسر المبحوثين في عينة الدراسة.

النسبة: %

البيان	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
أمي	1	0.4	3	1.1	4	0.8
يقرأ ويكتب	2	0.8	4	1.5	6	1.2
تعليم أساسي	166	66.7	198	75.9	364	71.4
ثانوية	33	13.3	18	6.9	51	10.0
تعليم متوسط (معهد)	35	14.1	29	11.1	64	12.5
تعليم جامعي وما فوق	12	4.8	9	3.4	21	4.1
المجموع	**249**	**100**	**261**	**100**	**510**	**100**

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ويتضح من الجدول رقم (7) أن نسبة الحاصلين على شهادات جامعية لدى أفراد أسر المبحوثين بلغت 14.1% و11.1% للذكور والإناث على التوالي، وتقود هذه النتيجة إلى إمكانية الاعتماد على هذه الفئة من الأفراد للاستفادة من نتائج البحوث والخبرات الزراعية وتطبيقها في مزارعهم.

- **الأعمال التي تقوم بها ربة الأسرة:**يبين الجدول رقم (8) بأن نسبة زوجات المبحوثين اللواتي تعملن في مزارعهم بلغت 25.88% ونحو 48.24% منهن يهتمون بالأعمال المنزلية، ونحو 12.94% منهن يقومون بأعمال التصنيع الغذائي بالدرجة الأولى.

الجدول (8): توزع ربات الأسر تبعاً للأعمال التي تقوم بها في عينة الدراسة.

البيان	التكرار	%
الإعمال المنزلية	41	48.24
الزراعة	22	25.88
تربية ورعاية الحيوانات	3	3.53
موظفة	8	9.41
تصنيع غذائي	11	12.94
المجموع	**85**	**100.0**

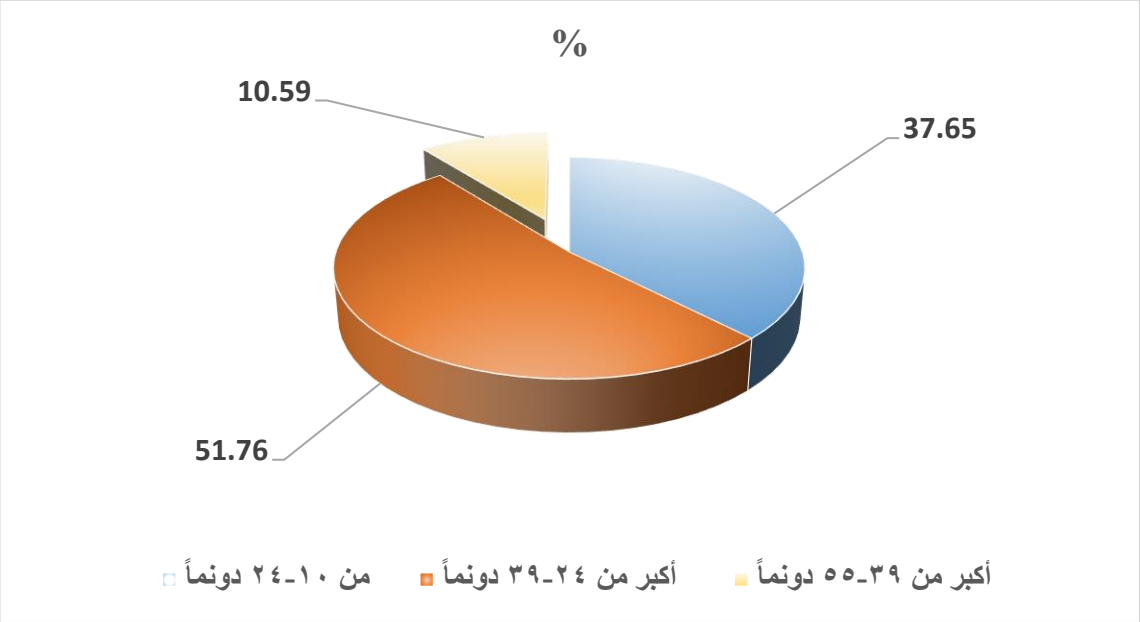
المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

كما يتضح من الجدول رقم(8) بأن نحو19.2%، منهن يعملن بالوظائف الحكومية، ويُستنتج أنه يمكن الاستفادة من ربات الأسر في عمليات التصنيع المنزلي بنسب أكبر بعد قيام الوحدات الإرشادية بالقيام بدورات تدريبية في هذا المجال.

3-1-2 الخصائص الاقتصادية:

-الحيازة من الأرض: بينت نتائج التحليل بأن نحو 90.59% من المبحوثين حيازتهم من الأرض هي ملكٌ لهم، و3.53% منهم حيازتهم هي عبارة عن الأراضي الموزعة عليهم بموجب

قوانين الإصلاح الزراعي، في حين أن نحو 4.71% منهم يستثمرون الأرض بالمشاركة مع الآخرين،ونحو 1.18% منهم يستأجرون الأرض من الغير، ودلت النتائج على أن متوسط الحيازة في عينة الدراسة بلغت نحو 25.65 دونماً، وبانحراف معياري قدره 16، وبلغ الحد الأدنى والأعلى للحيازة نحو 10 و55 دونماً على التوالي والشكل(8) يوضح ذلك.



الشكل (8): توزع الحيازة الزراعية من الأرض تبعاً لحجمها.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ويتضح من الشكل رقم(8) بأن نحو 51.76% من المبحوثين تندرج حيازتهم من الأرض ضمن الفئة الحيازية أكبر من 24–39 دونماً، ونحو 37.655% منهم تندرج حيازتهم من الأرض ضمن الفئة الحيازية من 10–24 دونماً، ونحو 10.59% منهم تندرج حيازتهم من الأرض ضمن الفئة الحيازية أكبر من 39–55 دونماً، ويُستنتج من النتائج أعلاه وجود سيادة الملكية الخاصة للأرض في منطقة الدراسة، وبذلك يجري استثمار الأرض جيداً والاهتمام بتحسين خواص التربة، وإن وسطي حجم الحيازة مقبول لكافة المبحوثين في عينة الدراسة، وعند استثمارها على النحو السليم سوف تحقق لهم أفضل عائد اقتصادي.

-**المساحة المزروعة**:دلت نتائج التحليل بأن إجمالي المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة والخضار في عينة الدراسة بلغت نحو 2020 دونماً منها:1314 دونماً مزروعة بالأشجار المثمرة، وشكلت ما نسبته 65% من إجمالي الأراضي المستثمرة والمزروعة في عينة الدراسة، ونحو 706 دونمات مزروعة بالخضار المختلفة وشكلت ما نسبته 35% من إجمالي الأراضي المستثمرة والمزروعة في عينة الدراسة، والجدولان رقم (9 و10) يوضحان ذلك.

الجدول (9):المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة في عينة الدراسة لعام 2021.

المساحة: دونم

البيان	تفاح	مشمش	أخرى	المجموع
المساحة	919.8	197.10	197.1	1314.0
المتوسط	10.82	2.32	2.26	15.5
الانحراف المعياري	4.91	1.05	1.01	7.0
الحد الأدنى	3.5	0.75	0.75	5.0
الحد الأعلى	24.5	5.25	4.5	35.0

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الجدول رقم (9) بأن المساحة المزروعة بشجرة التفاح كانت الأعلى مقارنةً بالأشجار الأخرى، حيث بلغت نحو 919.8 دونماً وبلغ الحد الأدنى للمساحة المزروعة بهذه الشجرة نحو 3.5 دونماً، والحد الأعلى نحو 24.5 دونماً، تلتها مساحة شجرة المشمش، حيث بلغت نحو 197.1 دونماً وبلغ الحد الأدنى للمساحة المزروعة بشجرة المشمش نحو 0.75 دونماً، والحد الأعلى نحو 5.25 دونماً. ويتضح من الجدول رقم (10) أن المساحة المزروعة بمحصول البندورة كانت الأعلى مقارنةً بالمحاصيل الأخرى، حيث بلغت نحو 353 دونماً وبلغ الحد الأدنى للمساحة المزروعة بهذا المحصول نحو 0.5 دونماً، والحد الأعلى نحو 10 دونمات، تلاها محصول الخيار حيث بلغت المساحة المزروعة نحو 105.9 دونماً وبلغ الحد الأدنى للمساحة نحو 0.15 دونماً، والحد الأعلى نحو 3 دونمات.

الجدول (10): المساحة المزروعة بالخضار في عينة الدراسة لعام 2021.

المساحة: دونم

البيان	البندورة	الخيار	الخضار الأخرى	المجموع
المساحة	353	105.9	247.1	706.0
المتوسط	4.15	1.25	2.91	8.31
الانحراف المعياري	2.40	0.72	1.68	4.81
الحد الأدنى	0.5	0.15	0.35	1
الحد الأعلى	10	3.0	7.0	20

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

- **كمية الإنتاج:** بينت نتائج التحليل بأن إجمالي الإنتاج المحقق بلغ نحو 698128.2 و103477.5 و679525 و149848.5 كغ لكل من التفاح والمشمش والبندورة والخيار على التوالي، والجدول رقم (11) يوضح ذلك.

الجدول (11): كمية إنتاج الأشجار المثمرة والخضار في عينة الدراسة لعام 2021.

الكمية: كغ

البيان	التفاح	المشمش	البندورة	الخيار
الكمية	698128.2	103477.5	679525	149848.5
المتوسط	8213.3	1217.4	7994.41	1762.92
الانحراف المعياري	3726.8	552.4	4625.59	1020.03
الحد الأدنى	2656.5	393.8	962.5	212.25
الحد الأعلى	18595.5	2756.3	19250	4245.0

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الجدول رقم (11) بأن إنتاج التفاح أيضاً كان الأعلى مقارنةً بالأشجار الأخرى، وفيما يخص توزع الإنتاج على حسب الاستخدام، فيبين الجدول رقم (12) ذلك.

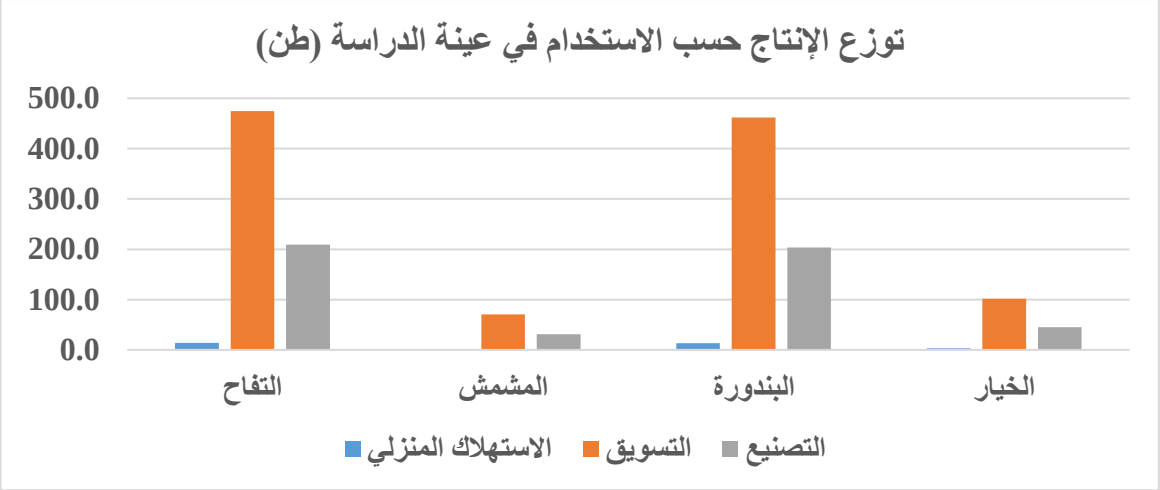
الجدول (12): توزع إنتاج الأشجار المثمرة والخضار حسب الاستخدام **في عينة الدراسة لعام 2021.**

الكمية: كغ

	التفاح	المشمش	البندورة	الخيار
الاستهلاك المنزلي	**13962.6**	**2069.6**	**13590.5**	**2997.0**
المتوسط	164.3	24.3	159.9	35.3
الانحراف المعياري	74.5	11.0	92.5	20.4
الحد الأدنى	53.1	7.9	19.3	4.2
الحد الأعلى	371.9	55.1	385.0	84.9
التسويق	**474727.2**	**70364.7**	**462077.0**	**101897.0**
المتوسط	5585.0	827.8	5436.2	1198.8
الانحراف المعياري	2534.2	375.6	3145.4	693.6
الحد الأدنى	1806.4	267.8	654.5	144.3
الحد الأعلى	12644.9	1874.3	13090.0	2886.6
التصنيع	**209438.5**	**31043.3**	**203857.5**	**44954.6**
المتوسط	2464.0	365.2	2398.3	528.9
الانحراف المعياري	1118.0	165.7	1387.7	306.0
الحد الأدنى	797.0	118.1	288.8	63.7
الحد الأعلى	5578.7	826.9	5775.0	1273.5
المجموع	**698128.2**	**103477.5**	**679525.0**	**149848.5**
المتوسط	8213.3	1217.4	7994.4	1762.9
الانحراف المعياري	3726.8	552.4	4625.6	1020.0
الحد الأدنى	2656.5	393.8	962.5	212.3
الحد الأعلى	18595.5	2756.3	19250.0	4245.0

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

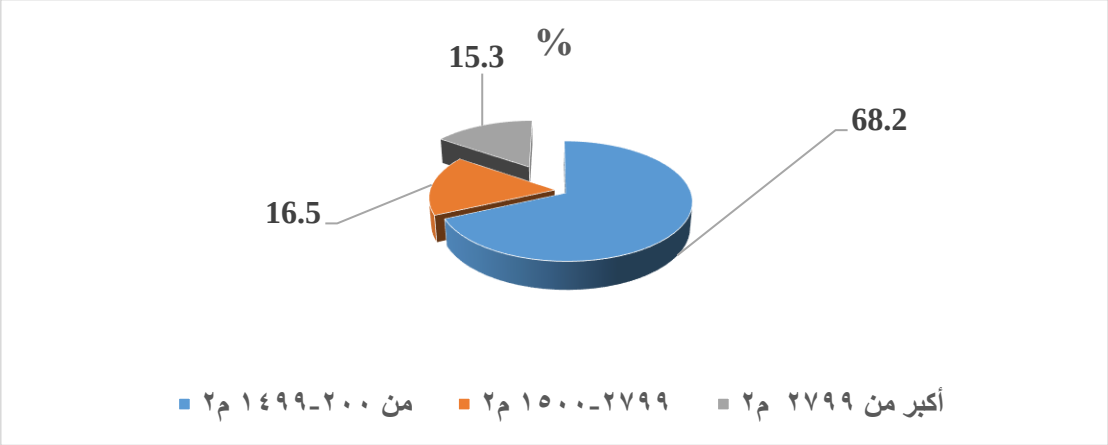
يتضح من الجدول رقم (12) بأن الكمية التي تُسوق من الإنتاج لمختلف ثمار الفاكهة والخضار تشكل نسبته نحو 68% من إجمالي الإنتاج، والكميات المخصصة للتصنيع نحو 30% من التفاح من إجمالي الإنتاج، وما تبقى من الإنتاج يخصص للاستهلاك. والشكل رقم (9) يوضح توزع إنتاج الأشجار المثمرة والخضار على حسب الاستخدام في عينة الدراسة لعام 2021.



الشكل (9): توزع إنتاج الأشجار المثمرة والخضار حسب الاستخدام في عينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

- **مساحة الحديقة المنزلية:** دلت نتائج التحليل على أن متوسط مساحة الحديقة المنزلية في عينة الدراسة بلغت نحو 1396.47 م2 وبانحراف معياري قدره 1232.15، وأمكن تقسيمها إلى ثلاث فئات متساوية الطول، كما هو واضح في الشكل رقم (10).



الشكل (10): مساحة الحديقة المنزلية في عينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ويتضح من الشكل رقم (10) بأن فئة المساحة التي تتراوح ما بين 200-1499 م2 شكلت نسبة 68.2% في حين شكلت فئة المساحة أكبر من 1500-2799 م2 نسبة 16.5% وهذا، وفيما يخص استثمار هذه المساحات بالزراعات، أفاد نحو 63.5% من المبحوثين بأنهم يستثمرونها وهذه نتيجة تقود إلى أن المبحوثين يمكنهم زيادة إنتاج الخضار بالزراعات المنزلية وبالتالي زيادة تصنيع المنتجات.

-**المساهمة بالتصنيع:** بينت نتائج التحليل بأن نحو 69.4% من زوجات المبحوثين يسهمن بعمليات التصنيع دائماً، و28.2% يسهمن أحياناً ونسبة قليلة لا تسهمن بعمليات التصنيع، والجدول رقم (13) يوضح ذلك.

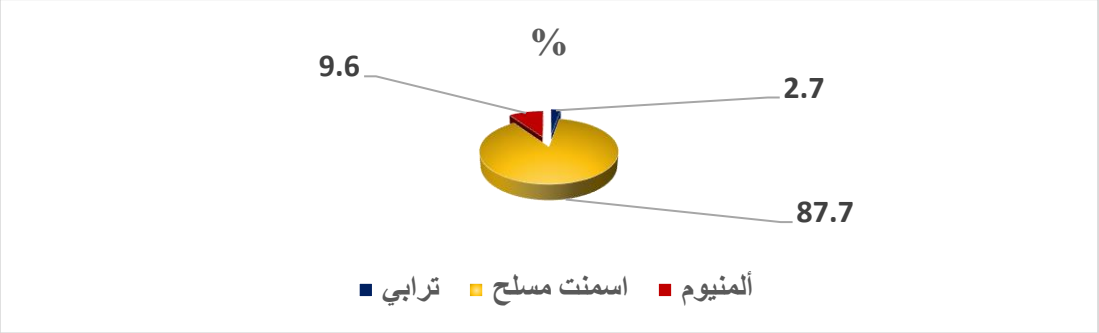
الجدول (13): توزع ربات الأسر تبعاً للأعمال التي تقوم بها في عينة الدراسة.

البيان	رب الأسرة		ربة الأسرة		الأفراد	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
لا	55	64.7	2	2.4	53	62.4
أحياناً	23	27.1	24	28.2	31	36.5
دائماً	7	8.2	59	69.4	1	1.2
المجموع	**85**	**100**	**85**	**100**	**85**	**100**
المتوسط	1.52		2.79		1.39	
الانحراف المعياري	0.65		0.47		0.51	
الحد الأدنى	1		1		1	
الحد الأعلى	3		3		3	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ويتضح من الجدول رقم (13) أن نسبة مساهمة أرباب الأسر وأفراد أسرهم قليلة مقارنةً بربات الأسر، وهذه نتيجة تقود إلى إمكانية زيادة عدد النساء اللواتي يسهمن في عمليات التصنيع من خلال إخضاعهم لدورات تدريبية تبين لهم دور التصنيع في زيادة دخل الأسرة، علماً بأن معظم عمليات التصنيع تجري في المنازل.

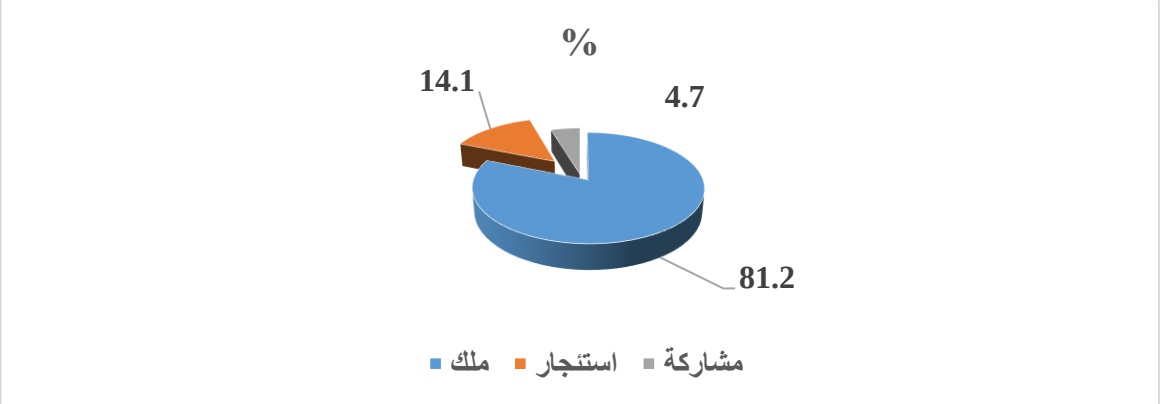
-**مكان التصنيع ونوعه وملكيته:** أفاد نحو 85.9% من المبحوثين بتوافر مكان للتصنيع في المنزل، في حين أفاد نحو 14.1% بأن المكان غير متوفر، حيث يجري التصنيع في أي مكان في المنزل، وفيما يخص نوع المكان، فقد بينت النتائج أن نحو 87.7% من المبحوثين أفادوا بأن مكان التصنيع مصنوع من الإسمنت المسلح و9.6% منهم أفادوا بأنه مصنوع من الألمنيوم، و2.7% منهم أفادوا بأنه بناء قديم ترابي، والشكل رقم (11) يوضح ذلك.



الشكل (11): توزع المبحوثين تبعاً لنوع بناء مكان التصنيع في عينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ويُستنتج من الشكل رقم (11) أن غالبية أماكن التصنيع تحقق شروط السلامة الصحية، ولذلك لا بد من أن يكون المكان نظيفاً.وبالنسبة إلى ملكية مكان التصنيع، فقد أفاد نحو 81.2% من المبحوثين بأن مكان التصنيع هو ملكية خاصة، و14.1% بأن مكان التصنيع مستأجر من الآخرين، ونحو 4.7% من المبحوثين أفادوا بأن مكان التصنيع هو بالمشاركة، والشكل رقم (12) يوضح ذلك.



الشكل (12): توزع المبحوثين تبعاً لملكية مكان التصنيع في عينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ويُستنتج من الشكل رقم (12) بأن غالبية المبحوثين يملكون أماكن تصنيع منتجاتهم، مما يؤدي إلى تخفيض تكاليف الإنتاج نتيجةً لعدم دفع أجور لقاء استئجار المكان.

-**استهلاك المنتَجات المُصنعة:** بينت نتائج التحليل بأن نحو 96.5% من الأُسر تستهلك مُنتجاتها التي يُصنعونها، ونحو 2.4% يستهلكونها أحيانًا، ونحو 1.2% لا يستهلكونها، والجدول رقم (14) يوضح ذلك.

الجدول (14): توزع الأُسر تبعاً لاستهلاك المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة.

البيان	التكرار	%
أستهلك	82	96.5
أحياناً	2	2.4
لا أستهلك	1	1.2
المجموع	**85**	**100**
المتوسط	1.05	
الانحراف المعياري	0.26	
الحد الأدنى	1	
الحد الأعلى	3	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

-**تسويق المنتجات المُصنعة:** بينت نتائج التحليل بأن نحو 76.5% من المبحوثين لا يسوقون مُنتجاتهم التي يُصنعونها بأنفسهم، ونحو 16.5% منهم أفادوا بأنهم يسوقونها أحيانًا، ونحو 7.1% منهم أفادوا بأنهم يسوقون مُنتجاتهم التي يُصنعونها بأنفسهم، والجدول رقم (15) يوضح ذلك.

الجدول (15): توزع المبحوثين تبعاً لتسويق المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة.

البيان	التكرار	%
نعم	6	7.1
أحياناً	14	16.5
لا	65	76.5
المجموع	**85**	**100**
المتوسط	2.68	
الانحراف المعياري	0.62	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الجدول رقم (15) أن نسبة مساهمة أرباب الأسر بعمليات تسويق مُنتجاتهم التي يُصنعونها قليلة، وهذه نتيجة تقود إلى اعتمادهم على الوسطاء والتجار في عملية التسويق وبالتالي يخسرون جزء من أرباحهم لصالح التجار، فضلًا عن تعرضهم للاحتكار والتحكم بأسعار البيع.

-**أسباب عدم عدِّ بيع المُنتجات المُصنَعة مصدراً رئيساً للدخل:** حُصِرت أسباب عدم عدِّ بيع المُنتجات المُصنَعة مصدراً رئيساً للدخل في منطقة الدراسة، ذاتِ الطابع المشتركِ بينَ المبحوثين، وترتيبها عشوائيّاً، حيث بينت نتائج التّحليلِ معاناةَ المبحوثين في منطقةِ الدراسة بمجموعة من أسباب عدم عد بيع المُنتجات المُصنَعة مصدراً رئيساً للدخل وهي: التصنيع للاستهلاك المنزلي فقط، مصدر الدخل من بيع ثمار الفاكهة، مصدر الدخل من بيع محاصيل وخضار، توفر مصادر دخل أخرى، ارتفاع أسعار مواد التصنيع، أسعار بيع منخفضة، تحكم الوسطاء والتجار، ويبين الجدول رقم (16) أولوية الأسباب وترتيبها حسبَ وجهةِ نظرِ المبحوثين في منطقةِ الدراسة (عدد المستجيبين للعامل المحدد).

الجدول (16). أولوية وترتيب الأسباب حسبَ وجهةِ نظرِ المبحوثين في منطقةِ الدراسة (عدد المستجيبيّن للعامل المحدد).

البيان	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السّادس	السّابع	المجموع
التصنيع للاستهلاك المنزلي فقط	0	2	6	8	18	23	28	85
مصدر الدخل من بيع ثمار الفاكهة	4	6	7	6	15	22	25	85
مصدر الدخل من بيع محاصيل الخضار	8	9	8	7	11	20	22	85
توفر مصادر دخل أخرى	10	9	8	8	13	16	21	85
ارتفاع أسعار مواد التصنيع	18	17	15	13	10	7	5	85
أسعار بيع منخفضة	30	18	15	10	7	3	2	85
تحكم الوسطاء والتجار	38	22	13	8	3	1	0	85

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يبين الجدول رقم (17) مجموع درجات كاريت التي حُسبت عن طريق ضرب الدرجة المقابلة للموضعِ النّسبيّ المئوي في عدد المبحوثين المختارينَ للرتبِ لكلّ سبب (**تحويلاتُ الموضعِ النّسبيّ المئويّلرتبِ كاريت** الواردة في الجدول رقم (5) من الملحق1)، حيث حُسب الموضع النسبي المئوي لكل سبب من الأسباب المذكورة أعلاه من خلال تطبيق المعادلة الآتية:

$$PercentPosition = \frac{100 * \left(R_{ij} - 0.5\right)}{N_j}$$

الجدول (17). درجاتُ كاريت المحسوبة لكل مشكلة تبعاً للرتب المختارة من قبلِ المبحوثين في عينةِ الدّراسة.

السبب	درجات كاريت المحسوبة								المجموع	المتوسط
1	0	186.38	456.72	400	429.84	156.63	27.16		1656.73	19.49
2	396.12	559.14	532.84	300	358.2	149.82	24.25		2320.37	27.30
3	792.24	838.71	608.96	350	262.68	136.2	21.34		3010.13	35.41
4	990.3	838.71	608.96	400	310.44	108.96	20.37		3277.74	38.56
5	1782.54	1584.23	1141.8	650	238.8	47.67	4.85		5449.89	17.41
6	2970.9	1677.42	1141.8	500	167.16	20.43	1.94		6479.65	76.23
7	3763.14	2050.18	989.56	400	71.64	6.81	0		7281.33	85.66

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

وبالاستناد إلى الجدول رقم (17) جرى حساب متوسط درجات كاريت لجميع الأسباب، ثم ترتيبها ترتيباً تنازلياً وفقاً لمتوسط درجةِ كاريت، كما يوضحها الجدول رقم (18) .

الجدول (18). ترتيب أسباب عدم اعتبار بيع المُنتجات المُصنَعة كمصدر رئيس للدخل في عينة الدراسة لعام 2021.

البيان	درجة كاريت	التّرتيب
تحكم الوسطاء والتجار	85.66	1
أسعار بيع منخفضة	76.23	2
ارتفاع أسعار مواد التصنيع	38.56	3
مصدر الدخل من بيع ثمار الفاكهة	35.41	4
التصنيع للاستهلاك المنزلي فقط	27.30	5
مصدر الدخل من بيع محاصيل وخضار	19.49	6
توافر مصادر دخل أخرى	17.41	7

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (18) أنتحكم الوسطاء والتجار شغل المرتبة الأولى من بينِ الأسباب التي واجهت المبحوثين،وحقق نحو 85.23 درجة، أما سبب أسعار البيع المنخفضة فشغل المرتبة الثانية، وحقّق نحو 76.23 درجة، وشغل المرتبة الأخيرةَ سبب توافر مصادر دخل أخرى وحقق نحو 17.41 درجة،وتشير هذه النتائج إلى مدى تأثير الوسطاء والتجار في التحكم بأسعار شراء المُنتجات المُصنعة والحصول على أكبر هامش ربح كبير وتعرض المُنتج لفقدان جزء من الدخل، وهذا يتطلب الإشراف والمراقبة على عمليات بيع المُنتجات المُصَنعة منعًا لاحتكار التجار لها والتحكم بالأسعار حماية للمُنتجين بغية تشجيع المزارعين على التصنيع ليصبح من مصادر الدخل الرئيسة.

-**معوقات التصنيع:** حُصرت أهم معوقات التصنيع التي يعاني منها المبحوثين ذاتِ الطابع المشتركِ على حسب وجهة نظرهم في منطقة الدراسة، حيث رُتبت عشوائياً، وهي: عدم توافر معدات التصنيع الحديثة، غلاء المواد الأولية، عدم توافر الغاز، انخفاض أسعار المنتجات

المُصنَعة، عدم توافر المحروقات، تحكم التجار بالأسعار، ويبين الجدول رقم (19) أولوية معوقات التصنيع وترتيبها على حسبَ وجهةِ نظرِ المبحوثين في منطقةِ الدراسة.

الجدول (19). أولوية وترتيب معوقات التصنيع حسبَ وجهةِ نظرِ المبحوثين في منطقةِ الدراسة.

البيان	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السّادس	المجموع
عدم توافر معدات التصنيع الحديثة	29	6	7	6	15	22	85
غلاء المواد الأولية	16	14	15	18	14	8	85
عدم توافر الغاز	18	25	10	13	10	9	85
انخفاض أسعار المنتجات المُصنَعة	30	15	15	15	8	2	85
عدم توافر المحروقات	17	24	11	15	7	11	85
تحكم التجار بالأسعار	42	20	9	8	5	1	85

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يبين الجدول رقم (20) مجموع درجات كاريت التي حُسبت عن طريق ضرب الدرجة المقابلة للموضعِ النّسبيّ المئوي في عدد المبحوثين المختارينَ للرتبِ لكلِّ مشكلة (تحويلاتُ الموضعِ النّسبيّ المئويّ لرتبِ كاريت الواردة في الجدول رقم (5) من الملحق1)، حيث حُسبت الموضع النسبي المئوي لكل المعوقات المذكورة أعلاه من خلال تطبيق المعادلة التالية:

$$PercentPosition = \frac{100 * \left(R_{ij} - 0.5\right)}{N_j}$$

الجدول (20). درجاتُ كاريت المحسوبة للمعوقات تبعاً للرتب المختارة من قبلِ المبحوثين في عينةِ الدّراسة.

المشكلة	درجات كاريت المحسوبة						المجموع	المتوسط
1	2865.78	539.64	460.25	205.5	150.9	25.96	4248.03	49.98
2	1581.12	1259.16	986.25	616.5	140.84	9.44	4593.31	54.04
3	1778.76	2248.5	657.5	445.25	100.6	10.62	5241.23	1.00
4	2964.6	1349.1	986.25	513.75	80.48	2.36	5896.54	69.37
5	1778.76	2248.5	657.5	445.25	100.6	10.62	5241.23	61.66
6	4150.44	1798.8	591.75	274	50.3	1.18	6866.47	80.78

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

وبالاستناد إلى الجدول رقم (20) جرى حساب متوسط درجات كاريت لجميع المعوقات، ثم ترتيبها ترتيباً تنازلياً وفقاً لمتوسط درجةِ كاريت، كما يوضحها الجدول رقم (21).

الجدول (21). ترتيب معوقات التصنيع في عينة الدراسة لعام 2021.

البيان	درجة كاريت	التّرتيب
تحكم التجار بالأسعار	80.78	1
انخفاض أسعار المنتجات المُصنَعة	69.37	2
عدم توافر المحروقات	61.66	3
غلاء المواد الأولية	54.04	4
عدم توافر معدات التصنيع الحديثة	49.98	5
عدم توافر الغاز	1.00	6

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (21) أن تحكم التجار بالأسعار شغل المرتبة الأولى من بينِ المعوقات التي واجهت المبحوثين في عمليات التصنيع، وحقق نحو 80.78 درجة، أما انخفاض أسعار المنتجات المُصنَعة فشغل المرتبة الثانية، وحقّق نحو 69.37 درجة، وشغل المرتبة الأخيرةَ سبب عدم توافر الغاز وحقق نحو 1 درجة، وتشير هذه النتائج أيضاً إلى أن المعوقات التي تواجه عملية التصنيع تتعلق بعمليات البيع والتسويق، ثم بالدرجة الثانية إلى عدم توافر المحروقات وغلاء المواد الأولية، وهذا يتوافق مع دراسة (خليل، 2011) الذي بين بأن من أهم المشكلات التي تواجه صناعة معجون البندورة هو ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج، والوقود. فإن هذه النتائج تقود إلى ضرورة تدخل الحكومة بالإشراف على عمليات التسعير ومراقبة الأسواق ومعاقبة المحتكرين، لحماية المُنتجين وتشجيعهم على التصنيع لزيادة دخولهم وتحسينها ، فضلاً عن زيادة مساهمة هذا القطاع في الدخل الوطني وتأمين فرص العمل.

-مقترحات تطوير التصنيع: بينت نتائج التحليل أن هناك مجموعة من المقترحات على حسب وجهة نظر المبحوثين لتطوير التصنيع، حيث رُتِبَت عشوائياً، وهي: توفير مستلزمات التصنيع، تخفيض أسعار المواد الأولية، توفير المعدات اللازمة للتصنيع، إنشاء ورش صغيرة للتصنيع، تسهيل إجراءات الحصول على التراخيص، ويبين الجدول رقم (22) أولوية وترتيب مقترحات تطوير التصنيع على حسبَ وجهةِ نظرِ المبحوثين في منطقةِ الدراسة.

الجدول (22). أولوية وترتيب مقترحات تطوير التصنيع حسبَ وجهةِ نظرِ المبحوثين في منطقةِ الدراسة.

البيان	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	المجموع
توفير مستلزمات التصنيع	35	15	15	15	5	85
تخفيض أسعار المواد الأولية	45	13	10	15	2	85
توفير المعدات اللازمة للتصنيع	49	18	10	8	0	85
إنشاء ورش صغيرة للتصنيع	5	8	20	25	27	85
تسهيل إجراءات الحصول على التراخيص	5	12	18	15	35	85

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يبين الجدول رقم (23) مجموع درجات كاريت التي حُسبت عن طريق ضرب الدرجة المقابلة للموضعِ النّسبيّ المئوي في عدد المبحوثين المختارينَ للرتبِ لكلِّ مقترح (تحويلاتُ الموضعِ النّسبيّ المئويّ لرتبِ كاريت الواردة في الجدول رقم (5) من الملحق1)، حيث حُسبت الموضع النسبي المئوي لكل مقترح من مقترحات تطوير التصنيع المذكورة أعلاه من خلال تطبيق المعادلة التالية:

$$PercentPosition = \frac{100 * \left(R_{ij} - 0.5\right)}{N_j}$$

الجدول (23). درجاتُ كاريت المحسوبة للمقترحات تبعاً للرتب المختارة من قبلِ المبحوثين في عينةِ الدّراسة.

المقترح	درجات كاريت المحسوبة					المجموع	المتوسط
1	3441.2	1268.4	750	231.6	8.4	5699.6	67.05
2	4424.4	1099.28	500	231.6	3.36	6258.64	73.63
3	4817.68	1522.08	500	123.52	0	8357.2	98.32
4	491.6	676.48	1000	386	45.36	2599.44	30.58
5	491.6	1179.84	1769.76	1474.8	3441.2	8357.2	26.70

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

وبالاستناد إلى الجدول رقم (23) جرى حسابُ متوسط درجات كاريت لجميع المقترحات، ثم ترتيبها ترتيباً تنازلياً وفقاً لمتوسط درجةِ كاريت، كما يوضحها الجدول رقم (24).

الجدول (24). ترتيب مقترحات تطوير التصنيع في عينة الدراسة لعام 2021.

البيان	درجة كاريت	التّرتيب
توفير المعدات اللازمة للتصنيع	98.32	1
تخفيض أسعار المواد الأولية	73.63	2
توفير مستلزمات التصنيع	67.05	3
إنشاء ورش صغيرة للتصنيع	30.58	4
تسهيل إجراءات الحصول على التراخيص	26.70	5

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (24) أن توفير المعدات اللازمة للتصنيع شغل المرتبة الأولى من بينِ مقترحات التطوير على حسب رأي المبحوثين، وحقق نحو 98.32 درجة، أما تخفيض أسعار المواد الأولية فشغل المرتبة الثانية، وحقّق نحو 73.63 درجة، وشغل المرتبة الأخيرةَ تسهيل إجراءات الحصول على التراخيص وحقق نحو 26.7 درجة، وتشير هذه النتائج إلى ضرورة توفير المعدات اللازمة للتصنيع وتخفيض أسعار المواد الأولية وتوافرها بالأوقات المناسبة سوف تقود إلى زيادة عدد المشاركين بعمليات التصنيع وزيادة الكميات المُصنعة، وبالتالي زيادة الدخل وتحسين المستوى المعيشي للسكان الريفيين.

-**التمويل:** أفاد نحو 57.6% من المبحوثين بأنهم يعتمدون تمويل عملية تصنيع مُنتجاتهم ذاتيًا، ونحو 17.6% منهم أفادوا بأنهم يحصلون على قرض من جهات خاصة، أو من منظمات غير حكومية، ونحو 10.6% منهم يمولون صناعاتهم من التحويلات الخارجية من الأقارب، والجدول رقم (25) يوضح ذلك.

الجدول (25): توزع المبحوثين تبعاً لمصادر تمويل عمليات التصنيع في عينة الدراسة

البيان	التكرار	%
قرض زراعي	7	8.2
تمويل ذاتي	49	57.6
من الأقارب أو الأصدقاء	5	5.9
تحويلات خارجية	9	10.6
قرض (قطاع خاص -منظمات)	15	17.6
المجموع	**85**	**100.0**
المتوسط	2.718	
الانحراف المعياري	1.287	
الحد الأدنى	1	
الحد الأعلى	5	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الجدول رقم (25) أن غالبية المبحوثين يعتمدون رؤوس أموالهم وتحويلات أفراد أسرهم القاطنين في الخارج بالدرجة الأولى، في حين أن 8.2% منهم أفادوا بأنهم يحصلون على قروض زراعية، وهذه النتيجة تستدعي ضرورة قيام المصرف الزراعي بمنح القروض لمثل هذه العمليات كونها ستكون من الأنشطة التي تحقق الفوائد للمُنتجين ومن ثم تحسين المستوى المعيشي لهم، وزيادة الناتج الزراعي على المستوى الوطني.

-**الأثر الاقتصادي لتصنيع المُنتجات:** بينت نتائج التحليل وجود آثار اقتصادية لعملية تصنيع المُنتجات الزراعية، حيث أفاد نحو 76.5% من المبحوثين بزيادة دخل الأسرة نتيجةً لقيامهم بعمليات تصنيع المُنتجات، ونحو 17.6% منهم أفادوا بأن عمليات التصنيع تحقق لهم الاكتفاء الذاتي من المنتجات المُصنَعة، ونحو 5.9% منهم يعدونها مصدر دخل رئيسي للأُسرة، والجدول رقم (26) يوضح ذلك.

الجدول (26): توزع المبحوثين تبعاً للأثر الاقتصادي لعمليات تصنيع المُنتجات في عينة الدراسة

البيان	التكرار	%
تحقيق الاكتفاء الذاتي للأسرة	15	17.6
زيادة دخل الأسرة	65	76.5
تشكيل مصدراً رئيساً من مصادر الدخل للأسرة	5	5.9
المجموع	**85**	**100.0**
المتوسط	1.871	
الانحراف المعياري	0.457	
الحد الأدنى	1	
الحد الأعلى	3	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (26) أن عملية تصنيع المُنتجات الزراعية تساعد في تحسين المستوى المعيشي للسكان وهي أحد مصادر الدخل، ولذلك لا بد من تشجيع المزارعين على القيام بمثل هذا النشاط الاقتصادي.

-**استخدام الدخل الناتج عن التصنيع:** أفاد نحو 64.7% من المبحوثين بأن الدخل الناتج عن بيع المُنتجات المُصنَعة يستخدم في شراء أدوات ومعدات جديدة، ونحو 25.9% منهم أفادوا بأنهم ينفقونه أجوراً للعمالة المستأجرة، ونحو 5.9% منهم يستخدمونه لتحسين نوعية المُنتجات المُصَنعة، والجدول رقم (27) يوضح ذلك.

الجدول (27): توزع المبحوثين تبعاً لاستخدام الدخل الناتج عن عمليات تصنيع المُنتجات في عينة الدراسة

البيان	التكرار	%
استخدام عمالة للتصنيع	**22**	**25.9**
شراء أدوات حديثة	**55**	**64.7**
تحسين نوعية المُنتج	**5**	**5.9**
زيادة أنواع المنتجات المَصنَعة	**3**	**3.5**
المجموع	**85**	**100.0**
المتوسط	**1.871**	
الانحراف المعياري	**0.669**	
الحد الأدنى	**1**	
الحد الأعلى	**4**	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (27) أيضًا أن نحو 3.5% منهم يستخدمونه لزيادة أنواع المُنتجات المُصَنعة، وهذا يقود إلى نتيجة مفادها بأن الدخل المحقق من عملية تصنيع المُنتجات الزراعية يساعد في تحسين نوعية المُنتجات المُصنعة وزيادة إنتاجها.

-**المشاركة في الدورات التدريبية:** أفاد نحو 96.5% من المبحوثين بعدم مشاركتهم في الدورات التدريبية المنفذة في مجال التصنيع، ونحو 2.4% منهم أفادوا بمشاركتهم في الدورات التدريبية المنفذة في هذا المجال، والجدول رقم (28) يوضح ذلك.

الجدول (28): توزع المبحوثين تبعاً للمشاركة في الدورات التدريبية في عينة الدراسة

البيان	التكرار	%
نعم	2	2.4
أحياناً	1	1.2
لا	82	96.5
المجموع	**85**	**100**
المتوسط	2.94	
الانحراف المعياري	0.32	
الحد الأدنى	1	
الحد الأعلى	3	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

فيما يخص نوع الدورات التدريبية والجهات المسؤولة عن تنفيذها ومدتها ومكانها فقد أفاد غالبية المبحوثين بأن عدد الدورات التدريبية قليلة جداً، حيث تم نفذت دورة تدريبية واحدة في مركز الوحدة الإرشادية بواسطة مديرية الزراعة والإصلاح الزراعي منذ عام 2011 اختصت في مجال تصنيع المربيات والمنتجات الحيوانية.

2-3. التكاليف التصنيعية والعائد والقيمة المضافة للمُنتجات المُصنَعة:

من نتائج المسح الميداني جرى التوصل إلى تقدير متوسط التكاليف التصنيعية للمُنتجات في عينة الدراسة (مربى التفاح–مربى المشمش–مخلل الخيار–معجون البندورة– خل التفاح)، وتحديد الأهمية النسبية لكل بند من بنود التكاليف التصنيعية، وتقدير العائد الإجمالي والربح الصافي المحقق، وتحديد تكلفة الكيلوغرام الواحد منها، والكفاءة الاقتصادية لكل نوع من أنواع المُنتجات المُصنَعة. شملت التكاليف الثابتة للمُنتجات المُصنَعة المدروسة على الاهتلاكات السنوية للأدوات والمعدات التصنيعية المُستخدمة كأحواض الغسيل والبراميل والصواني وآلة عصر الفواكه وقارورة الغاز وغيرها مأخوذاً بعين الاعتبار العمر الاقتصادي لكل بند، والجدول رقم (29) يبين متوسط قيمة الأدوات المُستخدمة تبعاً لنوع المُنتج في عينة الدراسة والعمر الاقتصادي لكل بند.

الجدول (29). متوسط قيمة المعدات والأدوات المُستخدمة في التصنيع في عينة الدراسة والعمر الاقتصادي

الوحدة: ل.س العمر الاقتصادي: سنة

النوع	القيمة	العمر الاقتصادي	الاهتلاك السنوي	النوع	القيمة	العمر الاقتصادي	الاهتلاك السنوي
حوض غسيل	15000	15	1000.0	برميل بلاستيك	50000	15	3333.3
سكين تقطيع	3000	10	300.0	قماش شاش	15000	5	3000.0
أداة تقشير	1500	10	150.0	ملاقط خشب	600	5	120.0
وعاء طهي	12000	10	1200.0	ميزان	80000	15	5333.3
موقد غاز	45000	15	3000.0	صواني	9000	15	600.0
آلة عصر الفواكه	75000	15	5000.0	طاولة خشب	50000	15	3333.3

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الجدول رقم (29) بأن متوسط قيمة الأدوات المُستخدمة في التصنيع تراوحت ما بين 80000 –600 ل.س، حيث لُحِظَت قيمة الاهتلاكات السنوية الواردة في الجدول أعلاه ضمن بنود التكاليف الإجمالية لإنتاج الخضار المدروسة.

أولاً. المربيات:يبين الجدول رقم(30) أن إجمالي التكاليف التصنيعية بلغت وسطياً نحو 319035.2 و633842.8 ل.س لكل من مربى التفاح (من كمية 100 كغ تفاح) ومربى المشمش (من كمية 100 كغ مشمش) على التوالي، وأن متوسط قيمة الاهتلاكات السنويَّة بلغت نحو 19916.7 ل.س لكل من مربى التفاح ومربى المشمش على التوالي، وشكلت ما نسبته نحو 6.24% و3.14% من إجمالي التكاليف التصنيعية على التوالي، أما قيمة التكاليف

المتغيرة فبلغت وسطياً نحو 221850 و455550 ل.س على التوالي، وشكلت نسبة 69.54% و71.87% من إجمالي التكاليف التصنيعية على التوالي،حيث شكلت قيمة السكر أعلى نسبة من بين التكاليف المتغيرة، وبلغت نحو22.57% و28.4% من إجمالي التكاليف التصنيعية لكل من مربى التفاح ومربى المشمش على التوالي، يليها ثمن التفاح والمشمش بنسبة20.37% و23.67% من إجمالي التكاليف التصنيعية الكلية على التوالي. أما أجور المحل فشكلت نسبتها نحو 15% من إجمالي التكاليف التصنيعية الكلية.

الجدول (30). متوسط التكاليف التصنيعية والإيرادات والربح الصافي والقيمة المضافة لمربى التفاح والمشمش في عينة الدراسة لعام 2021

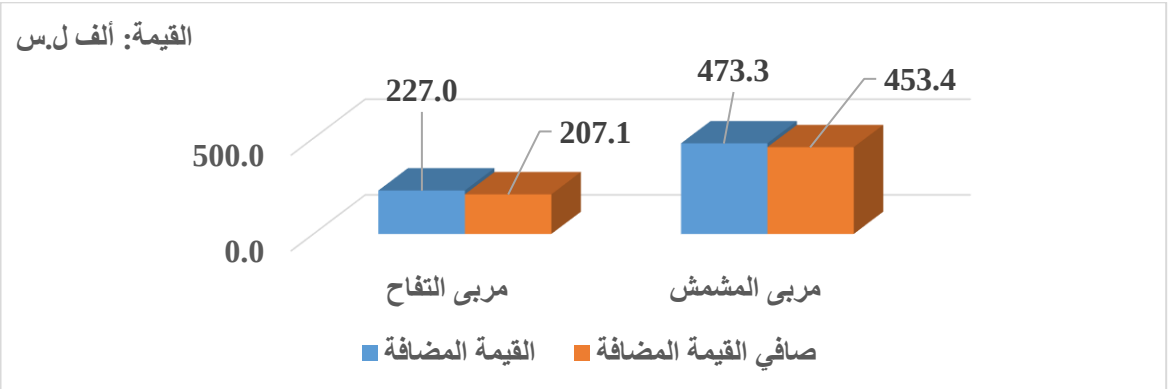
التكلفة: ل.س

بنود التكلفة		مربى تفاح		مربى المشمش	
		القيمة	%	القيمة	%
الاهتلاك السنوي		**19916.7**	**6.24**	**19916.7**	**3.14**
التكاليف المتغيرة	**أجور عمال**	28000	**8.78**	28000	**4.42**
	مادة خام	65000	**20.37**	150000	**23.67**
	سكر	72000	**22.57**	180000	**28.40**
	ملح ليمون	2000	**0.63**	2000	**0.32**
	مياه وكهرباء		**0.00**		**0.00**
	غاز	950	**0.30**	950	**0.15**
	مواد حافظة وكيماوية	1000	**0.31**	1000	**0.16**
	قيمة مواد تنظيف وتعقيم	10500	**3.29**	11200	**1.77**
	العبوات	2400	**0.75**	2400	**0.38**
	مجموع التكاليف المتغيرة	40000	**12.54**	80000	**12.62**
فائدة رأس المال 9.5%		18320.8	**5.74**	40522.3	**6.39**
نفقات نثرية 5%		11092.5	**3.48**	22777.5	**3.59**
أجور محل 15%		47855.3	**15.00**	95076.4	**15.00**
إجمالي التكاليف التصنيعية		**319035.2**	**100**	**633842.8**	**100**
الإيرادات	**كمية المربى (كغ)**	80		140	
	سعر البيع(ل.س/كغ)	5000		5500	
	كمية البذور (كغ)			20	
	سعر البيع(ل.س/كغ)			5500	
إجمالي الإيرادات		**400000**		**880000**	
الربح الصافي		**80964.8**		**246157.2**	
تكلفة الكغ (ل.س)		3987.9		4527.4	
هامش الربح الصافي (ل.س:كغ)		1012.1		972.6	
الكفاءة الاقتصادية		**1.254**		**1.388**	
القيمة المضافة		227017		473317	
صافي القيمة المضافة		207100		453400	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ويُستنتج من الجدول رقم (30) أيضاً أن قيمة الاهتلاكات السنويَّة لمربى التفاح والمشمش كانت متساوية، في حين انخفضت قيمة التكاليف المتغيرة لمربى التفاح مقارنةً بمربى المشمش بمقدار 314.8 ألف ل.س، وذلك بسبب ارتفاع قيمة السكر وثمن المشمش والعبوات لمربى المشمش مقارنةً بمربى التفاح، نتيجةً لاستخدام كمية من السكر بمقدارين ونصف، وزيادة عدد العبوات عند تصنيع مربى المشمش. وأن قيمة العائد الإجمالي لمربى التفاح ومربى المشمش بلغ نحو 400 و 880 ألف ل.س على التوالي، أي إن تصنيع كل 100 كغ تفاح أنتجت نحو 80 كغ مربى تفاح وبيع الكيلوغرام الواحد نحو 5000 ل.س، وأن تصنيع 100 كغ مشمش أنتج نحو 140 كغ مربى مشمش وبيع الكيلوغرام الواحد 5500 ل.س، بالإضافة إلى بيع بذور المشمش بمقدار 20 كغ بسعر 5500 ل.س/ كغ، وتشير النتائج أيضاً أن المُصنعين حققوا ربحاً صافياً بلغ وسطياً نحو 80.9 ألف ل.س لقاء تصنيع مربى التفاح، في حين حقق المُصنعين ربحاً صافياً بلغ وسطياً نحو 246.1 ألف ل.س لقاء تصنيع مربى المشمش،وفيما يخص تكلفة الكيلوغرام الواحد فبلغ نحو 3987.9 و 4527.4 ل.س لكل من مربى التفاح والمشمش على التوالي.

وأن القيمة المُضافة بلغت نحو 227 و 473.3 ألف ل.س لكل من مربى التفاح والمشمش على التوالي، أما صافي القيمة المُضافة فبلغ نحو 207.1 و 453.4 ألف ل.س لكل من مربى التفاح والمشمش على التوالي،وأخيراً يمكن القول بأن مربى التفاح ومربى المشمش حققا كفاءةً اقتصادية بلغت نحو 1.245 و1.388 على التوالي، أي إنَّ الليرة السورية المستثمرة في تصنيع مربى التفاح تعود على المُنتج بقيمة 0.254 ليرة، في حين تعود بقيمة 0.388 ليرة في حال تصنيع مربى المشمش، والشكل رقم(13) يبين قيمة القيمة المُضافة وصافي القيمة المُضافة لمربى التفاح ومربى المشمش في عينة الدراسة لعام 2021.



الشكل (13): القيمة المُضافة وصافي القيمة المُضافة لمربى التفاح ومربى المشمش فيعينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ثانياً. المُنتجات المُصنَعة من الخضار:يبين الجدول رقم(31) أن إجمالي التكاليف التصنيعية بلغت وسطياً نحو 271196.9 و181465.9 ل.س لكل من مخلل الخيار (من كمية 160 كغ خيار) ومعجون البندورة (من كمية 500 كغ بندورة) على التوالي، وأن متوسط قيمة الاهتلاكات السنويَّة بلغت وسطياً نحو 14650 و 19086.7 ل.س لكل من مخلل الخيار ومعجون البندورة على التوالي، وشكلت ما نسبته نحو 6.24% و3.14% من إجمالي التكاليف التصنيعية على التوالي.

الجدول (31). متوسط التكاليف التصنيعية والإيرادات والربح الصافي والقيمة المضافة لمخلل الخيار ومعجون البندورة في عينة الدراسة لعام 2021

التكلفة: ل.س

بنود التكلفة		مخلل خيار		معجون البندورة	
		القيمة	%	القيمة	%
الاهتلاك السنوي		**14650.0**	**5.40**	**19086.7**	**10.52**
التكاليف المتغيرة	أجور عمال	15000	5.53	15000	8.27
	مادة خام	104000	38.35	75000	41.33
	ملح	1000	0.37	500	0.28
	مياه وكهرباء	875	0.32	955	0.53
	غاز		0.00	450	0.25
	مواد حافظة وكيماوية	14000	5.16	-	0.00
	قيمة مواد تنظيف وتعقيم	2400	0.88	2520	1.39
	العبوات	52500	19.36	24900	13.72
	مجموع التكاليف المتغيرة	**189775.0**	**69.98**	**119325.0**	**65.76**
فائدة رأس المال 9.5%		16603.6	**6.12**	9868.1	**5.44**
نفقات نثرية 5%		9488.8	**3.50**	5966.3	**3.29**
أجور محل 15%		40679.5	**15.00**	27219.9	**15.00**
إجمالي التكاليف التصنيعية		**271196.9**	**100**	**181465.9**	**100**
الإيرادات	**كمية المربى (كغ)**	180		83	
	سعر البيع(ل.س/كغ)	3000		3750	
إجمالي الإيرادات		**540000**		**311250**	
الربح الصافي		**268803.1**		**129784.1**	
تكلفة الكغ (ل.س)		1506.6		2186.3	
هامش الربح الصافي (ل.س:كغ)		1493.4		1563.7	
الكفاءة الاقتصادية		**1.991**		**1.715**	
القيمة المضافة		380750		226967	
صافي القيمة المضافة		366100		207880	

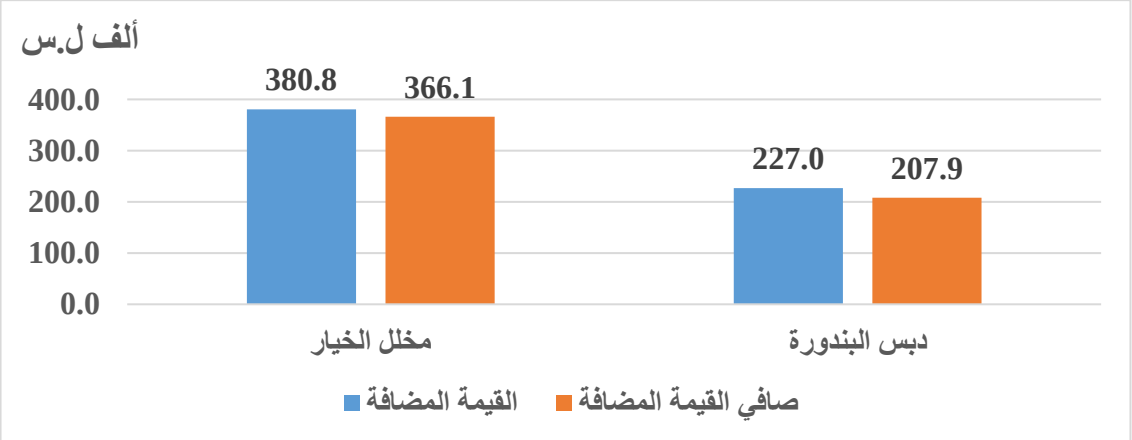
المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ويُستنتج من الجدول رقم (31) أن قيمة التكاليف المتغيرة بلغت وسطياً نحو 189775 و119325 ل.س على التوالي، وشكلت نسبة 69.98% و65.76% من إجمالي التكاليف

التصنيعية على التوالي، حيث شغل ثمن الخيار والبندورة أعلى نسبة من بين التكاليف المتغيرة، وبلغ نحو 38.35% و41.33% من إجمالي التكاليف التصنيعية لكل من مخلل الخيار ومعجون البندورة على التوالي، يليها قيمة العبوات بنسبة 19.36% و13.72% من إجمالي التكاليف التصنيعية الكلية على التوالي. أما أجور المحل فشكلت نسبتها نحو 15% من إجمالي التكاليف التصنيعية الكلية.

ويُلاحظ انخفاض قيمة التكاليف المتغيرة لمعجون البندورة مقارنةً بمخلل الخيار بمقدار 70.4 ألف ل.س، وذلك بسبب ارتفاع ثمن الخيار والعبوات لمخلل الخيار مقارنةً بمعجون البندورة، وأن قيمة العائد الإجمالي لمخلل الخيار ومعجون البندورة بلغت نحو 540 و311.2 ألف ل.س على التوالي،أي إن تصنيع كل 160 كغ خيار أنتج نحو 180 كغ مخلل خيار وبيع الكيلوغرام الواحد وسطياً بنحو 3000 ل.س، وأن تصنيع 500 كغ بندورة أنتجت نحو 83 كغ معجون بندورة وبيع الكيلوغرام الواحد وسطياً بنحو 3750 ل.س. وتشير النتائج أيضاً إلى أن المُصنعين حققوا ربحاً صافياً بلغ وسطياً نحو 268.8 ألف ل.س لقاء تصنيع مخلل الخيار، في حين حقق المُصنعين ربحاً صافياً بلغ وسطياً نحو 129.7 ألف ل.س لقاء تصنيع معجون البندورة،وفيما يخص تكلفة الكيلوغرام الواحد فبلغ نحو 1506.6 و 2186.3 ل.س لكل من مخلل الخيار ومعجون البندورة على التوالي.

وأن القيمة المُضافة بلغت نحو 380 و 226.9 ألف ل.س لكل من مخلل الخيار ومعجون البندورة على التوالي، أما صافي القيمة المُضافة فبلغ نحو 366.1 و 207.8 ألف ل.س لكل من مخلل الخيار ومعجون البندورة على التوالي، وأخيراً يمكن القول بأن مخلل الخيار ومعجون البندورة حققا كفاءةً اقتصادية بلغت نحو 1.991 و1.715 على التوالي، أي إنَّ الليرة السورية المستثمرة في تصنيع مخلل الخيار تعود على المُنتج بقيمة 0.991 ليرة، بينما تعود بقيمة 0.715 ليرة في حال تصنيع معجون البندورة، والشكل رقم(14) يبين قيمة القيمة المُضافة وصافي القيمة المُضافة لمخلل الخيار ومعجون البندورة في عينة الدراسة لعام 2021.



الشكل (14): القيمة المُضافة وصافي القيمة المُضافة لمخلل الخيار ومعجون البندورةفيعينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

ثالثاً. خل التفاح:بينت نتائج تحليل التكاليف التصنيعية لخل التفاح الواردة في الجدول رقم(32) أن متوسط قيمة الاهتلاكات السنويَّة لتصنيع خل التفاح (من كمية 500 كغ تفاح)، بلغت وسطياً نحو 4967 ل.س، وشكلت ما نسبته نحو 0.78% من إجمالي التكاليف التصنيعية، أما قيمة التكاليف المتغيرة فبلغت نحو 631802ل.س، وشكلت نسبة 99.22% من إجمالي التكاليف التصنيعية،حيث شغل ثمن التفاح أعلى نسبة من بين التكاليف المتغيرة، وبلغ نحو51%من إجمالي التكاليف التصنيعية، يليها قيمة العبوات الزجاجية بنسبة 25.13% من إجمالي التكاليف التصنيعية الكلية.

الجدول (32). متوسط التكاليف التصنيعية والإيرادات والربح الصافي والقيمة المضافة لخل التفاحفيعينة الدراسة لعام 2021.

التكلفة: ل.س

البيان			القيمة	%
الاهتلاك السنوي			**4967**	**0.78**
قيمة مستلزمات وأجور عمليات	ثمن التفاح		325000	51.04
	عبوات زجاجية		160000	25.13
	سدادات معدنية		17600	2.76
	صناديق كرتون		16500	2.59
	لصاقة عبوة		20000	3.14
	أجور عمال		12000	1.88
	مواد حافظة ونظافة		3000	0.47
	غاز		800	0.13
	كهرباء ومياه		350	0.05
قيمة المستلزمات وأجور العمليات			**555250**	**87.20**
فائدة رأس المال 9.5%			48789	7.66
نفقات نثرية 5%			27762.5	4.36
إجمالي التكاليف التصنيعية			**636768**	**100.00**
الإيرادات	**خل (عبوة)**	عبوة	400	
		سعر العبوة	2800	
	أسمدة(كغ)	الكمية	100	
		السعر	150	
مجموع الإيرادات			**1135000**	
الربح الصافي			**498232**	
تكلفة العبوة			1591.9	
الربح الصافي (عبوة)			1245.6	
الكفاءة الاقتصادية			1.78	
القيمة المضافة			587133	
صافي القيمة المضافة			582167	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (32) أيضاً بأن إجمالي قيمة الإيرادات بلغت نحو 1135 ألف ل.س،أي إن تصنيع كل 500 كغ تفاح أنتج نحو 200 ليتر خل تفاح (400 عبوة) وبيعت العبوة الواحدة (سعة 0.5 ليتر) وسطياً بنحو 2800 ل.س، وتشير النتائج إلى أن المُصنعين حققوا ربحاً صافيًا بلغ وسطياً نحو 498.2 ألف ل.س، وفيما يخص تكلفة العبوة الواحدة فبلغت نحو 1591.9 ل.س، أما القيمة المُضافة فبلغت نحو 587.1 ألف ل.س، وصافي القيمة المُضافة بلغ نحو 582.1 ألف ل.س. وأن تصنيع خل التفاح حقق كفاءةً اقتصادية بلغ نحو 1.78، أي إنَّ الليرة السورية المستثمرة في تصنيع خل التفاح تعود على المُنتج بقيمة 0.78 ليرة.

واستناداً إلى النتائج السابقة، يمكن رفض الفرضية الأولى التي مفادها " لا تُحقق المُنتجات المُصنَعة العائد الاقتصادي المُجزي للسكان الريفيين" وقبول الفرضية البديلة بأن المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة تُحقق العائد الاقتصادي المجزي للسكان الريفيين، ورفض الفرضية الثانية التي مفادها " لا تُحقق المُنتجات المُصنَعة قيمة مُضافة في منطقة الدراسة " وقبول الفرضية البديلة بأن المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة تُحقق قيمة مُضافة في منطقة الدراسة.

ويبين الجدول رقم (33) نتائج بعض المؤشرات المالية للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة،التي دلت على أن هذه المُنتجات تحقق جدوى اقتصادية حقيقية على صعيد المؤشرات الاقتصادية كافة، التي تمثلت في القيمة الإيجابية لمؤشر صافي الدخل الذي بلغ نحو 80964.8 و246157.2 و268803.1 و129784.1 و498231.8 ل.س لكل من مربى التفاح ومربى المشمش ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح على التوالي، وأن نسبة التشغيل التي انخفضت عن الواحد الصحيح تدل على أن تصنيع المُنتجات في عينة الدراسة مقبولةً من الناحية الاقتصادية، حيث بلغت نحو080% و0.72% و0.50%و0.58% و0.56% لكل من مربى التفاح ومربى المشمش ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح على التوالي.

الجدول (33). نتائج بعض المؤشرات المالية للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.

الوحدة: ل.س

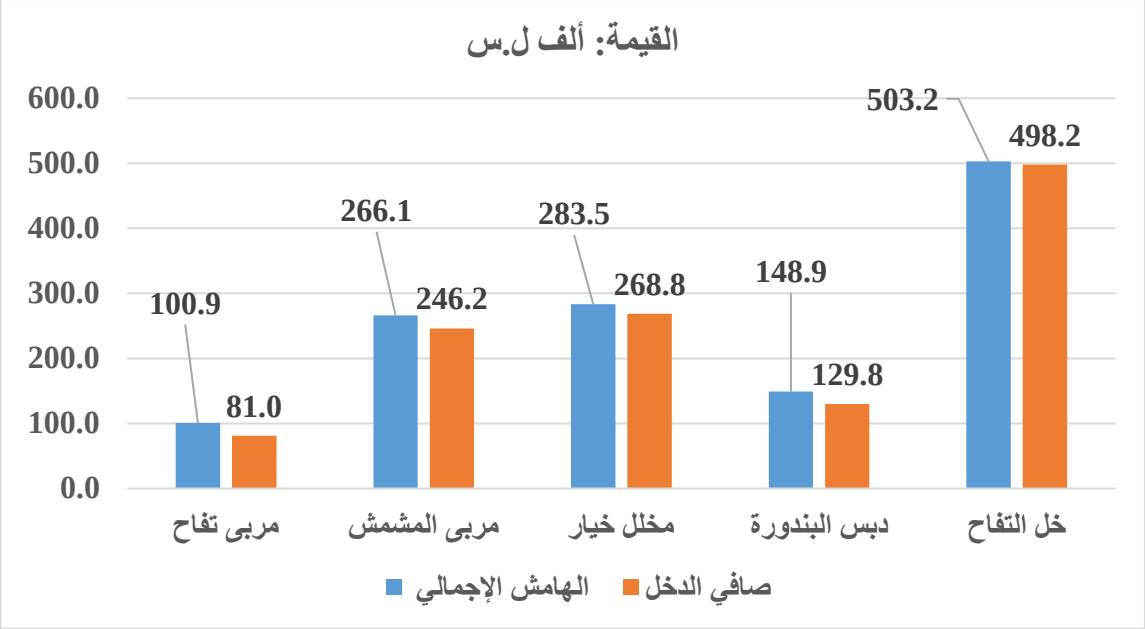
البيان	مربى تفاح	مربى المشمش	مخلل خيار	معجون البندورة	خل التفاح
الاهتلاك السنوي	19916.67	19916.67	14650.00	19086.67	4967
التكاليف المتغيرة	299119	613926	256547	162379	631802
إجمالي التكاليف التصنيعية الكلية	**319035.2**	**633842.8**	**271196.9**	**181465.9**	**636768**
إجمالي الإيرادات	**400000**	**880000**	**540000**	**311250**	**1135000**
صافي الدخل	**80964.8**	**246157.2**	**268803.1**	**129784.1**	**498231.8**
نسبة التشغيل	0.80	0.72	0.50	0.58	0.56
الهامش الإجمالي	**100881.47**	**266073.82**	**283453.09**	**148870.74**	**503199**

نسبة الإيرادات إلى التكاليف	**1.25**	**1.39**	**1.99**	**1.72**	**1.78**
نقطة التعادل	**0.20**	**0.07**	**0.05**	**0.13**	**0.01**
معدل دوران الأصول المتغيرة	1.337	1.433	2.105	1.917	1.796
زمن دوران الأصول المتغيرة	272.9	254.6	173.4	190.4	203.2
نسبة العائد على المبيعات (%)	**20.24**	**27.97**	**49.78**	**41.70**	**43.90**

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

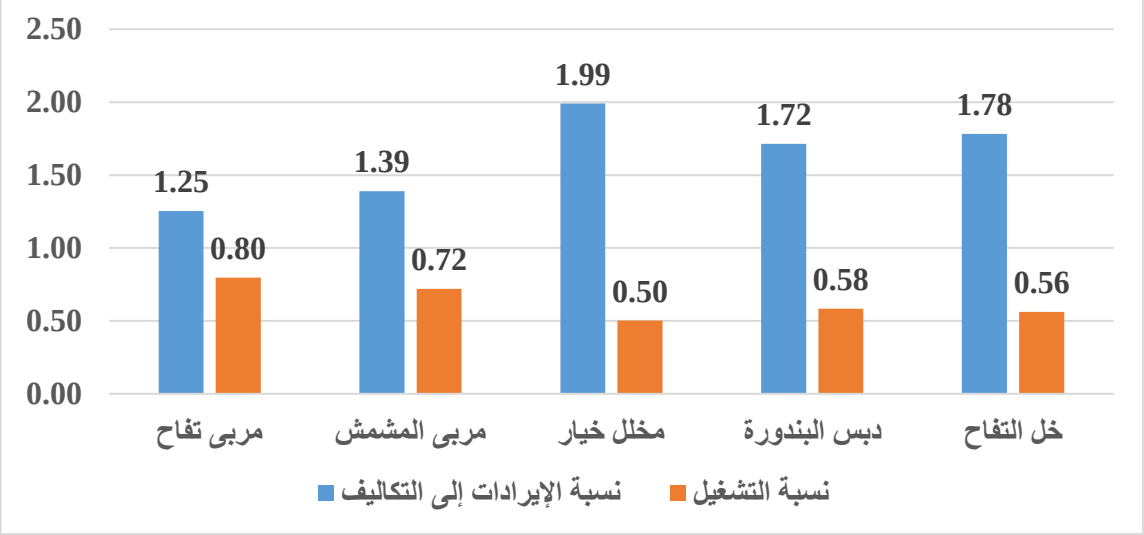
ناهيك عن القيمة الإيجابية أيضاً لمؤشر الهامش الإجمالي الذي بلغ نحو 100881.5 و266073.8 و283453 و148870.7 و503199 ل.س لكل من مربى التفاح ومربى المشمش ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح على التوالي. وأن نسبة الإيرادات إلى التكاليف التي زادت عن الواحد الصحيح، تدل على أن هذه المُنتجات تحقق ربحية جيدة، حيث بلغت 1.25% و1.39% و1.99% و1.72% و1.78% لكل من مربى التفاح ومربى المشمش ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح على التوالي، وهذا يعني أن تصنيع خل التفاح حقق أعلى ربحية مقارنةً بالمُنتجات الأخرى تلاها تصنيع مخلل الخيار وشغل المرتبة الثالثة تصنيع معجون البندورة وأخيراً تصنيع مربى التفاح، وهذا يتوافق مع دراسة(عبد الوهاب، نصار، 2015)حول" اقتصاديات تصنيع بعض الزروع الخضرية في مصر" بأن المربيات حققت أعلى ربحية للطن الواحد (جنيه 4441) جنيه مقارنةً بربحية الطن الواحد (3320 جنية) من معجون البندورة، وشكلت المربيات ومعجون البندورة نحو 15% و7% من إجمالي ربحية الطن لإجمالي شركة قها للصناعات الغذائية في مصر.

ويُستنتج من الجدول رقم (28) أيضاً بأن نسبة العائد على المبيعات بلغت نحو20.24% و27.97% و49.78% و41.70% و43.90%لكل من مربى التفاح ومربى المشمش ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح على التوالي، والشكلين (15 و16) يوضحان المؤشرات المالية للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.



الشكل (15): الهامش الإجمالي وصافي الدخل للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.



الشكل (16): نسبة الإيرادات للتكاليف ونسبة التشغيل للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

-**نتائج التحليل الإحصائي:**استُخدم تحليل التباين الأحادي في التحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات للعيّنات المستقلّة للمقارنة بين التكاليف والإيراد والربح الصَّافي للمُنتجات المُصنَعة الخمسة المدروسة. وطُبِقَ هذا الاختبار بعد التأكد من التحقق من شروطه: من حيث كون المتغيّر التابع يتوزع توزعاً طبيعيًّاً، وأنَّ البواقي تتبع التوزع الطبيعي عند كل نقاط المتغير المستقل وهذا يعني أنها تتغير من سالب لموجب حول قيمة الصفر بتوزع طبيعي بحيث يكون

مجموعها يساوي الصفر. والجدول رقم (34) يبيّن نتائج تطبيق هذا الاختبار للعيّنات الخمس المستقلّة.

الجدول (34): نتائج التحليل الإحصائي للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.

المنتج	التكاليف التصنيعية	الايراد	الربح الصافي
معجون البندورة	181465.9e	311250e	129784.1e
مخلل الخيار	271196.9d	540000d	268803.1d
مربي التفاح	319035.2c	400000c	80964.8c
مربي المشمش	633842.8b	880000b	246157.2b
خل التفاح	636768a	1135000a	498232a
LSD	64609.1	140698.5	104400.4
f test	1399.248	1808.95	1168.547
المعنوية	***	***	***

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

الأحرف المختلفة ضمن العمود الواحد تدل على وجود فروق معنوية، * مستوى معنوية 5%، ** مستوى معنوية 1%.

يُستنتج من الجدول رقم (34) الذي يبين نتائج التحليل الإحصائي للتكاليف التصنيعية عند المقارنة بين المنتجات المصنعة، تفوّق خل التفاح على جميع المنتجات المدروسة بفروق معنوية حيث بلغت أعلى قيمة 636768 ل.س،تلاها تكاليف تصنيع مربى المشمش، ثم مربى التفاح، في حين شغلت تكاليف تصنيع معجون البندورة أدنى قيمة، وبلغت نحو 181465.9 ل.س. أيضاً عند مقارنة الإيراد المُحقق للمُنتجات المصنَعة، تفوّق خل التفاح على جميع المنتجات المدروسة بفروق معنوية حيث بلغت أعلى قيمة نحو 1135000 ل.س، تلاها إيراد مربى المشمش، ثم المعاملة مخلل الخيار، في حين شغل إيرادات معجون البندورة أدنى قيمة وبلغت نحو311250 ل.س، أيضاً عند المقارنة بين الربح الصافي المحقق للمُنتجات المُصنَعة المدروسة، تفوّق خل التفاح على جميع المنتجات المدروسة بفروق معنوية حيث بلغت أعلى قيمة 498232 ل.س،تلاها الربح الصافي لمربى المشمش، ثم المعاملة مخلل الخيار، في حين شغل الربح الصافي لمعجون البندورة أدنى قيمة وبلغ نحو129784.1 ل.س.

3-3 دراسة أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية في الدخل المُحقق للمبحوثين:

طُبِّق نموذج الانحدار المتعدد (Multiple Regression Model) لقياس العلاقة الاقتصادية بين الدخل المُحقق للمبحوثين بوصفه متغيراً تابعاً (Dependent Variable)، وبعض الصفات الشخصية والخصائص الاجتماعية والاقتصادية بوصفها متغيرات مستقلة (Independent Variables).

- علاقة الارتباط بين الدخل المُحقق على أنه متغير تابع (y) وبين المتغيرات المستقلة:

أُستخدم معامل الارتباط البسيط (بيرسون) لتحديد طبيعة علاقة الارتباط بين الدخل المُحقق للمبحوثين من تصنيع المُنتجات في عينة لدراسة، والمتغيرات المستقلة المدروسة. ويبين الجدول

رقم (35) معاملات الارتباط البسيط للدخل المُحقق للمبحوثين والمتغيرات المستقلة المدروسة في عينة الدراسة.

الجدول (35): معاملات الارتباط البسيط (بيرسون) للدخل المُحقق للمبحوثين والمتغيرات المستقلة المدروسة في عينة الدراسة لعام 2021.

م	المتغيرات المستقلة	الرمز	معامل الارتباط البسيط	المعنوية
1	**عمر المبحوث**	X1	0.138	غير معنوي
2	**الحالة الاجتماعية للمبحوث**	X2	.054	غير معنوي
3	**المستوى التعليمي للمبحوثين**	X3	.911	**
4	**عدد أفراد الأسرة المعيشية**	X4	-.074-	غير معنوي
5	**خبرة المبحوث**	X5	.916	**
6	**حيازة المبحوث من الأرض (دونم)**	X6	-.097-	غير معنوي
7	**مساحة الحديقة المنزلية(م2)**	X7	.837	**
8	**توافر معدات التصنيع الحديثة**	X8	.764	**
9	**توافر مستلزمات التصنيع**	X9	.715	**

**معنوي على المستوى الاحتمالي (0.01).

يُستنتج من الجدول رقم (35) الآتي:

- هناك علاقة ارتباط موجبة ومعنوية على المستوى الاحتمالي (0.01) بين الدخل المُحقق والمستوى التعليمي للمبحوث، بمعنى أن الدخل المُحقق يزداد كلما ازداد المستوى التعليمي للمبحوث وينخفض كلما انخفض مستواه التعليمي.
- هناك علاقة ارتباط موجبة ومعنوية على المستوى الاحتمالي (0.01) بين الدخل المُحقق وخبرة المبحوث في مجال التصنيع، بمعنى أن الدخل المُحقق يزداد كلما ازدادت خبرة المبحوث وينخفض كلما انخفضت عدد سنوات خبرته.
- هناك علاقة ارتباط موجبة ومعنوية على المستوى الاحتمالي (0.01) بين الدخل المُحقق ومساحة الحديقة المنزلية للمبحوث، بمعنى أن الدخل المُحقق يزداد كلما ازدادت مساحة الحديقة المنزلية للمبحوث، وينخفض كلما انخفضت مساحتها.
- هناك علاقة ارتباط موجبة ومعنوية على المستوى الاحتمالي (0.01) بين الدخل المُحقق ومدى توافر معدات التصنيع الحديثة لدى المبحوث، بمعنى أن الدخل المُحقق يزداد كلما توافرت معدات التصنيع الحديثة لدى المبحوث، وينخفض عند عدم توافر المعدات الحديثة.
- هناك علاقة ارتباط موجبة ومعنوية على المستوى الاحتمالي (0.01) بين الدخل المُحقق ومدى توافر مستلزمات التصنيع، بمعنى أن الدخل المُحقق يزداد كلما توافرت مستلزمات التصنيع، وينخفض عند نقص هذه المستلزمات.

-نتائج تطبيق معادلة تحليل الانحدار المتعدد:

بينت نتائج تطبيق معادلة تحليل الانحدار المتعدد أن معامل الارتباط معنوي بين العوامل المستقلة الداخلة في تقدير أثر مجموعة من العوامل المستقلة في الدخل المُحقق للمبحوثين (العامل التابع) الذي بلغت قيمته (R=0.959)، وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2=0.921)، مما يدل على أن العوامل المستقلة تؤثر في الدخل بنحو 92.1%. والجدول رقم (36) يوضح ذلك.

الجدول (36): ملخص نموذج معادلة الانحدار المتعدد

Change Statistics					Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R
Sig. F Change	df2	df1	F Change	R Square Change				
0.000	75	9	96.633	.921	82621.58813	1190.	9210.	[a]959.

المصدر: نتائج تحليل معادلة الانحدار المتعدد، 2021.

كما يوضح الجدول رقم (37) نتائج نموذج الانحدار المتعدد للعوامل المؤثّرة في الدخل المُحقق للمبحوثين.

الجدول (37): نتائج نموذج الانحدار المتعدد للعوامل المؤثّرة في الدخل المُحقق للمبحوثين (المعلمات).

البيان	المعلمات غير القياسية		معلمات موحدة	t	المعنوية
	القيمة	الخطأ المعياري	Beta		Sig
الحد الثابت	-295222.181-	-295222.181-		-1.472-	.145
العمر	1664.128	1664.128	.038	1.068	.289
الحالة الاجتماعية	45714.205	45714.205	.018	.522	.603
المستوى التعليمي للمبحوثين	50587.354	50587.354	.168	1.720	.090
عدد أفراد الأسرة المعيشية	-2646.022-	-2646.022-	-.011-	-.324-	.747
خبرة المبحوث	60447.731	60447.731	.495	6.644	.000
حيازة المبحوث من الأرض	150.869	150.869	.007	.197	.845
مساحة الحديقة المنزلية	26.970	26.970	.125	1.575	.119
توافر معدات التصنيع الحديثة	75423.341	75423.341	.131	2.091	.040
توافر مستلزمات التصنيع	80934.952	80934.952	.145	3.076	.003

المصدر: نتائج تحليل معادلة الانحدار المتعدد، 2021.

بالاستناد إلى نتائج الجدول رقم (37) تأخذ معادلة الانحدار المتعدد الشكل الآتي:

$$Y=-295222.1+1664.12x_1+45714.2x_2+50587.3x_3-2646x_4+60447.7x_5+150.8x_6+26.9x7+75423.3x_8+80934.9x_9$$

ويتبين من الجدول رقم (37) عدم وجود أي علاقة معنوية لكل من عمر المبحوث والحالة الاجتماعية وعدد أفراد الأُسرة ومساحة الحديقة المنزلية وحيازة المبحوث من الأرض والدخل المُحقق للمبحوث. وباستخدام نموذج الانحدار المتعدد التدريجي (Step-Wise)لتحديد العوامل المؤثرة في الدخل

المُحقق، تبين أن خبرة المبحوث في مجال التصنيع كانت أول المتغيرات الداخلة في النّموذج، وفي الخطوة الثانية أُدخِلَ المُتغير المستقل الثاني توافر معدات التصنيع الحديثة، ثم المستوى التعليمي للمبحوث وتوافر مستلزمات التصنيع على الترتيب.

الجدول رقم (38) يوضح ذلك.

الجدول (38): نتائج نموذج الانحدار للعوامل المؤثّرة في الدخل المُحقق للمبحوثين (Step-Wise) .

البيان	المعلمات غير القياسية		معلمات موحدة	t	المعنوية
	القيمة	الخطأ المعياري	Beta		Sig
الحد الثابت	-186630.406-	69027.748		-2.704-	.008
خبرة المبحوث	60754.095	8926.573	.498	6.806	.000
توافر معدات التصنيع	113220.496	29161.022	.196	3.883	.000
المستوى التعليمي للمبحوث	73073.360	24870.841	.242	2.938	.004
توافر مستلزمات التصنيع	70221.983	25057.676	.125	2.802	.006

المصدر: نتائج تحليل معادلة الانحدار المتعدد، 2021.

بالاستناد إلى نتائج الجدول رقم (38) تأخذ معادلة الانحدار المتعدد الشكل الآتي:

$$\mathbf{Y}= -186630.4+60754.09\ x_1+113220.49\ x_2+73073.36\ x_3+70221.98x_4$$

$$t_{stat}\quad (-2.704)^{**}\quad (6.806)^{**}(3.883)^{**}\quad (2.938)^{**}\quad (2.802)^{**}$$

$$R= 0.957^{a}\quad R^2 = 0.917\quad R^2_{adj} =0.913\quad F_{stat} = 220.093^{**}$$

حيث تشير قيمة اختبار فيشر F إلى أن النموذج معنوي عند مستوى دلالة 1% (sig < 0.01).

ويُستنتج من الجدول رقم (38) الآتي:

-أن خبرة المبحوث في مجال التصنيع، وتوافر معدات التصنيع الحديثة، والمستوى التعليمي للمبحوث، وتوافر مستلزمات التصنيع كانتمسؤولةعن91.7% من التغيرات الحاصلة في الدخل المُحقق للمبحوث.

- وجود علاقة طردية معنوية إحصائياً عند مستوى معنوية (p-value<0.01) بين خبرة المبحوث والدخل الذي يُحققه، فعند زيادة خبرته سنة واحدة، يزداد الدخل بمقدار 60.7 ألف ل.س.

- وجود علاقة طردية معنوية إحصائياً عند مستوى معنوية (p-value<0.01) بين توافر معدات التصنيع الحديثة والدخل الذي يُحققه المبحوث، فعند زيادة المعدات، يزداد الدخل بمقدار 113.2 ألف ل.س.

- وجود علاقة طردية معنوية إحصائياً عند مستوى معنوية (p-value<0.01) بين المستوى التعليمي للمبحوث والدخل الذي يُحققه، فعند زيادة المستوى التعليمي درجة، يزداد الدخل بمقدار 73 ألف ل.س، وهذا يتوافق مع (Bauomy, Nama, 2016) في دراسة حول" تنمية الصناعات الغذائية الريفية في مصر" بأن المستوى التعليمي للمبحوثين علاقة طردية موجبة الاتجاه في مستوى إدارة الصناعات الغذائية الريفية المنزلية، وأوضحت النتائج وجود فروق معنوية في مستوى وجود

المشكلات الإنتاجية في مجال الصناعات الغذائية الريفية المنزلية، وفقاً لمستوى إدارة الصناعات الغذائية الريفية بمراحلها المختلفة.

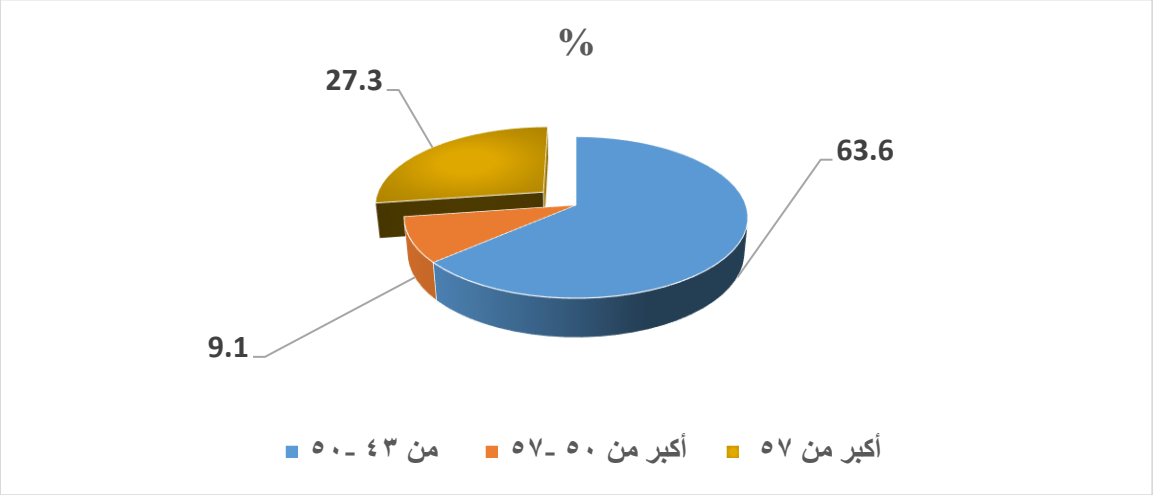
- وجود علاقة طردية معنوية إحصائياً عند مستوى معنوية (p-value<0.01) بين توافر مستلزمات التصنيع والدخل الذي يُحققه المبحوث، فعند زيادة المستلزمات، يزداد الدخل بمقدار 70.2ألف ل.س.

استناداً لما سبق يتضح وجود عدد من العوامل المؤثرة في زيادة الدخل الذي يُحققه المبحوثين لقاء القيام بأنشطة تصنيع المُنتجات الغذائية، وهذه النتائج تستدعي التركيز على تأمين المعدات الحديثة وتوفير مستلزمات التصنيع للسكان المحليين، والعمل على توعية المزارعين والمُنتجين بأهمية التصنيع من خلال تنفيذ الدورات التدريبية التخصصية، وتشجيعهم لزيادة أنشطتهم في هذا المجال.

3-4الصفات والخصائص الاجتماعية والاقتصادية للتجار:

3-4-1 الصفات والخصائص الاجتماعية:

-**العمر**: يُعد العمر أحد الصفات الشخصية التي تؤثر في مدى قدرة التجار على نجاح عملية البيع والشراء، حيث تراوحت أعمار المبحوثين بين43-63 عاماً، وتم تقسيمهم إلى ثلاث فئات وهي: أقل من 43-50 سنة، وأكبر من 50-57 سنة، وأكبر من 57 سنة، وبلغ متوسط العمر نحو 49.3 سنة، وبانحراف معياري قدره 7.94، والشكل رقم (17) يوضح توزع التجار تبعاً لفئات العمر.



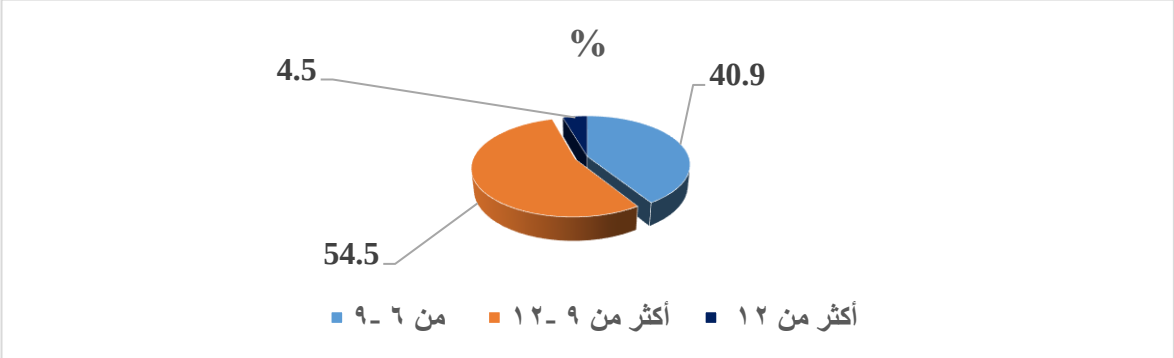
الشكل (17): توزع التجار تبعاً لفئات العمر في عينة الدراسة.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الشكل رقم (17) أن أعلى نسبة مئوية للتجار تقع في الفئة العمرية الأقل من 43-50 سنة، حيث بلغت نسبتها 63.6%، يليها التجار في الفئة الأكبر من 57 سنة وبلغت نسبتها 27.3%، وأخيراً الفئة العمرية الأكبر من 50-57 سنة، حيث بلغت نسبتها 9.1%.

ويتضح من هذا التوزع أن معظم التجار أعمارهم تنتمي للفئة العمرية التي تتراوح بين 43–50 سنة، وفي هذه المرحلة من العمر يكون التاجر في كامل نشاطه وحيويته وقادر على العمل.

-**خبرة التاجر**:بينت نتائج التحليل أن المدى الفعلي لخبرة التجار في مجال تسويق المُنتجات المُصنَعة تراوح بين 6–15 سنة، وبمتوسط حسابي قدره 9.27 سنة، وبانحراف معياري بلغ 2.37 درجة، وقُسِمَ المدى إلى ثلاث فئات عمرية متساوية الطول، وتبين أن نحو 54.5% من التجار كانت خبرتهم أكثر من 9–12 سنة، وهذه النتيجة تدل على توافر الخبرة لدى تجار عينة الدراسة، وقدرتهم ومعرفتهم بآلية تسويق المُنتجات المُصنَعة، والشكل رقم (18) يوضح ذلك.



الشكل (18): توزع التجار تبعاً لخبرتهم في مجال تسويق المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

- **المستوى التعليمي للتجار**:يتضح منننتائج تحليل استمارة التجار أن نحو 36.36% من التجار حاصلون على شهادة التعليم الثانوي، ونحو 31.82% منهم حاصلون على شهادة المعاهد المتوسطة، والنسبة نفسها حاصلون على مستوى التعليم الأساسي، وهذا يقود إلى أن أغلب التجار هم من فئة التأهيل المتوسط،والجدول رقم(39) يوضح ذلك.

الجدول (39): توزع التجار تبعاً للمستوى التعليمي في عينة الدراسة.

البيان	التكرار	%
أمي		0.00
يقرأ ويكتب		0.00
أساسي	7	31.82
ثانوية	8	36.36
تعليم متوسط (معهد)	7	31.82
تعليم جامعي		0.00
دراسات عليا		0.00
المجموع	22	100.0
المتوسط	4.00	
الانحراف المعياري	0.82	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

-**مكان الإقامة:** بينت النتائجأن نحو 40.91% من التجار هم من خارج منطقة الدراسة ويقيمون في محافظة ريف دمشق، ونحو 18.18% منهم من مركز منطقة الزبداني، ونحو 9% منهم فقط من أبناء ناحية سرغايا، والجدول رقم (40) يوضح ذلك.

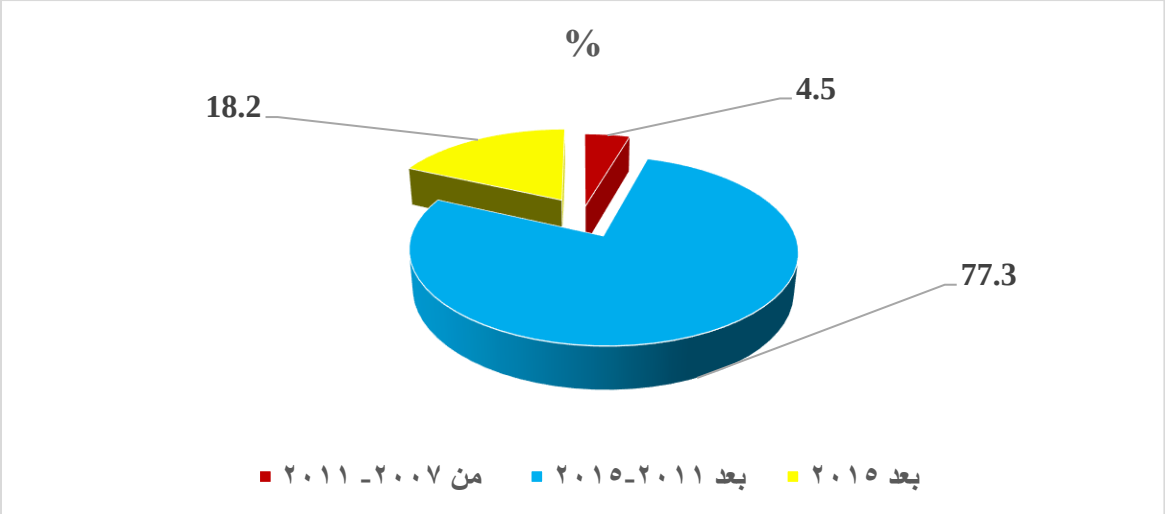
الجدول (40): توزع التجار تبعاً لمكان إقامتهم في عينة الدراسة.

البيان	التكرار	%
القرية	2	9.09
مركز ناحية سرغايا	3	13.64
مركز منطقة الزبداني	4	18.18
محافظة ريف دمشق	9	40.91
خارج المحافظة	4	18.18
المجموع	22	100.00
المتوسط	3.3	
الانحراف المعياري	1.2	

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (40) أن كافة التجار من المحافظة نفسها، ونحو 50% منهم من منطقة الزبداني، وهذا مؤشر إيجابي يدل على قدرة التجار على ممارسة هذه المهنة ونيلهم ثقة المُصنعين في عملية البيع والشراء.

-**تاريخ التجارة بالمُنتجات المُصنَّعة:**بينت النتائجأن نحو 77.3% من التجار بدؤوا بممارسة هذه التجارة بعد عام 2011 وحتى عام 2015، ونحو 18.2% منهم بعد عام 2015، ونحو 4.5% منهم منذ عام 2007 وحتى عام 2011، والشكل رقم(19) يوضح ذلك.



الشكل (19): توزع التجار تبعاً لتاريخ العمل في تسويق المُنتجات المُصنَّعة في عينة الدراسة.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الشكل رقم (19) أن أغلب التجار يمارسون هذا العمل مدة جيدة، وهذا مؤشر إيجابي يدل على خبرة التجار وقدرتهم على تسويق هذه المُنتجات وتصريفها.

3-4-2 الخصائص الاقتصادية:

-**المنتجات المُصنَعة المسوقة:** بينت النتائج أن نحو 31.8% من التجار يشترون ويسوقون أكثر من مُنتج كمربى التفاح ومربى المشمش وخل التفاح، والجدول رقم(41) يوضح ذلك.

الجدول (41): توزع التجار تبعاً لمكان إقامتهم في عينة الدراسة.

البيان	التكرار	%
مربى التفاح		0.0
خل التفاح		0.0
مربى المشمش	5	22.7
معجون البندورة	6	27.3
مخلل خيار	2	9.1
دبس بندورة ومخلل	2	9.1
أكثر من مُنتج	7	31.8
المجموع	22	100.0

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

كما يُستنتج من الجدول رقم (41) أيضاً أن نحو 22.7% و27.3% و9.1% يشترون ويسوقون مُنتجاً واحد فقط كمربى المشمش، معجون البندورة، مخلل الخيار على التوالي، في حين أن نحو 9.1% منهم يشترون معجون البندورة ومخلل الخيار معاً.

-**الكميات المُشتراة:** بينت نتائج التحليل أن الكمية الكلية من المُنتجات المُصنَعة التي اشتراها التجار في عينة الدراسة، بلغت نحو 1450 و3800 و5750 و10300 كغ من مربى التفاح ومربى المشمش ومعجون البندورة ومخلل الخيار على التوالي، بالإضافة إلى 920 ليتر من خل التفاح، والجدول رقم (42) يوضح ذلك.

الجدول (42): الكمية الكلية من المُنتجات المُصنَعة التي تم شراؤها من قبل التجار في عينة الدراسة لعام 2021.

الكمية: كغ ، خل التفاح: ليتر

البيان	مربى تفاح	خل تفاح	مربى مشمش	دبس بندورة	مخلل خضار
الكمية الكلية	1450	920	3800	5750	10300
متوسط الكمية	207.1	41.8	253.3	383.3	468.2
الانحراف المعياري	77.3	25.3	51.6	129.1	205.6
الحد الأدنى	125	20	200	250	200
الحد الأعلى	350	150	300	500	700

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الجدول رقم (42) أن متوسط كمية مخلل الخيار التي اشتراها التجار كانت الأعلى من بين المُنتجات المُصنَعة تلاها كمية معجون البندورة وأخيراً خل التفاح، وهذه النتائج تقود بأن هذين المُنتجين يُنتجان بكمية أكبر مقارنةً بالمُنتجات الأخرى، ولدى سؤال التجار تبين بأن السبب يعود إلى أن المُصنعين يعزون ذلك إلى أن متطلبات إنتاجهما أقل مقارنةً بمربى التفاح والمشمش وخل التفاح، والطلب عليهما أكبر مقارنةً بالمُنتجات الأخرى بسبب أسعار مبيعهما التي تقل عن أسعار مبيع المربيات وخل التفاح.

وفيما يخص وسطي أسعار شراء المُنتجات المُصنَعة، فقد بينت نتائج التحليل أن متوسط سعر شراء الكيلوغرام الواحد بلغ نحو 3271.4 و4946.7 و2313.3 و1813.6 ل.س من مربى التفاح ومربى المشمش ومعجون البندورة ومخلل الخيار على التوالي، بالإضافة إلى 3398.2 ل.س/ليتر من خل التفاح، والجدول رقم (43) يوضح ذلك.

الجدول (43): متوسط سعر شراء الكيلوغرام الواحد من المُنتجات المُصنَعة من قبل التجار في عينة الدراسة لعام 2021.

السعر: ل.س/كغ ، خل التفاح: ل.س/ ليتر

البيان	مربى تفاح	خل تفاح	مربى مشمش	دبس بندورة	مخلل خضار
سعر الشراء	3271.4	3398.2	4946.7	2313.3	1813.6
الانحراف المعياري	846.0	588.1	51.6	206.6	132.0
الحد الأدنى	2100.0	2750.0	4900.0	2100.0	1700.0
الحد الأعلى	4500.0	5100.0	5000.0	2500.0	2000.0

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يتضح من الجدول رقم (43) أيضاً أن وسطي سعر شراء الكيلوغرام الواحد من مخلل الخيار من قبل التجار كان الأقل مقارنةً بسعر شراء الكيلوغرام الواحد من المُنتجات المُصنَعة الأخرى، وهذه النتائج تؤكد ما أفاد به التجار في فقرة الكميات المشتراة من هذه المُنتجات.

-**تصريف المُنتجات:**بينت نتائج تحليل بيانات عينة الدراسة بوجود ثلاثة أماكن للتصريف تبعاً لنوع المُنتج، وأن التجار يبيعون مشترياتهم في مركز منطقة الزبداني أو مدينة دمشق، أي يبيعونها لتجار لبيعها في خارج المحافظة،والجدول رقم (44) يوضح ذلك.

الجدول (44): توزع التجار تبعاً لمكان تصريف المُنتجات في عينة الدراسة لعام 2021.

البيان		منطقة الزبداني	محافظة ريف دمشق	المجموع	المتوسط	الانحراف المعيارى
مربى تفاح	التكرار	7		7	1	0
	%	100	0	100		
خل تفاح	التكرار	4	3	7	1.43	0.53
	%	57.14	42.86	100		
مربى مشمش	التكرار	7	8	15	1.53	0.52
	%	46.67	53.33	100		
دبس بندورة	التكرار	8	7	15	1.47	0.52
	%	53.33	46.67	100		
مخلل خضار	التكرار	8	14	22	1.64	0.49
	%	36.36	63.64	100		

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (44) أن 100% من التجار يبيعون مربى التفاح في منطقة الزبداني، في حين أن 46.67% و53.33% منهم يبيعون مربى المشمش في منطقة الزبداني وضمن مناطق محافظة دمشق على التوالي، وبنسب متشابهة يبيعون خل التفاح ومعجون البندورة ومخلل الخيار في منطقتي الزبداني وضمن محافظة دمشق، في حين لم يلحظ من النتائج أي مبيع لخارج محافظة ريف دمشق.

– **تحديد سعر البيع:**اختلفت طرائق تسعير مبيع المُنتجات المُصنَعة من قبل التجار على حسب الآليات التي يجري من خلالها تحديد سعر المُنتج، وذلك لعدة عوامل كالعرض والطلب على المُنتجات المُصنَعة، أو من خلال التفاوض مع المُشترين، وأفاد نحو 64.5% من التجار بأنهم يحددون سعر المبيع بناءً على السعر السائد في السوق، و31.8% منهم يعتمدون الكميات المعروضة والمطلوبة في السوق، و31.8% منهم يعتمدون التفاوض مع المُشترين، والجدول رقم (45) يبين ذلك.

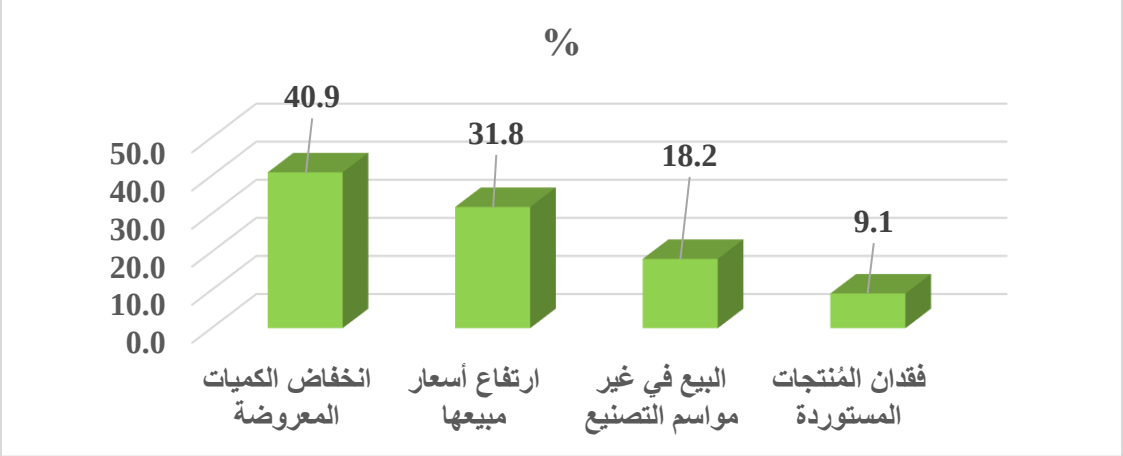
الجدول (45): توزع التجار تبعاً لآلية تحديد سعر مبيع المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.

الوحدة: %

البيان	التكرار	(%)
السّعر السّائد في السّوق	12	54.5
من خلال التّفاوض	3	13.6
حسب العرض والطّلب	7	31.8
تسعير حكومي	-	0.0
المجموع	22	100.0

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

-**تخزين المشتريات:**تعددت أجوبة التجار فيما يخص تخزين المُنتجات المُصنَعة المُشتراة، حيث أفاد نحو 40% منهم بأنهم يُخزنونها إلى حين انخفاض الكميات المعروضة في الأسواق، و31.8% منهم يخزنونها إلى حين ارتفاع أسعارها في السوق، ونحو 18.2% منهم لبيعها في غير مواسم التصنيع، و9.1% منهم يُخزنونها إلى حين فقدان المُنتجات المستوردة المماثلة، والشكل رقم (20) يبين ذلك.



الشكل (20): توزع التجار تبعاً لتخزين المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

واستناداً إلى النتائج الموضحة في الشكل رقم (20) يمكن التوصل إلى توصية بضرورة الإشراف على عمليات بيع هذه المُنتجات من قبل الجهات التابعة لأجهزة الرقابة في مديرية حماية المستهلك لتجنب التلاعُب والتحكم من قبل التجار.

3-4-3 المشكلات التسويقية ومقترحات حلها:

-**مشكلات تجارة المُنتجات:**بينت نتائج تحليل حول إفادات التجار لأهم المشكلات التي تواجههم في تصريف المُنتجات المُشتراة على حسب وجهة نظرهم في منطقة الدراسة، حيث رُتبت عشوائياً، وهي: توافر المُنتجات نفسها من مصادر أخرى،عدم توافّر المعلومات عن الأسعار، ارتفاع سعر البيع، انخفاض سعر الشراء،زيادة العرض وانخفاض الطّلب، توافر أنواع مستوردة، والجدول رقم (46) يوضح ذلك.

الجدول (46). أولوية وترتيب مشكلات تجارة المُنتجات حسبَ وجهةِ نظرِ التجار في منطقةِ الدراسة.

البيان	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السّادس	المجموع
توافر المُنتجات نفسها من مصادر أخرى	2	4	3	3	4	6	22
عدم توافّر المعلومات عن الأسعار	3	5	4	3	4	3	22
ارتفاع سعر البيع	4	6	3	4	3	2	22
انخفاض سعر الشراء	6	3	4	3	2	4	22
زيادة العرض وانخفاض الطّلب	5	3	4	5	2	3	22
توافر أنواع مستوردة	1	4	4	6	6	1	22

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يبين الجدول رقم (47) مجموع درجات كاريت التي حُسبت عن طريق ضرب الدرجة المقابلة للموضعِ النّسبيّ المئوي في عدد التجار المختارينَ للرتبِ لكلّ مشكلة (تحويلاتُ الموضعِ النّسبيّ المئويّ لرتبِ كاريت الواردة في الجدول رقم (5) من الملحق1)، حيث حُسب الموضع النسبي المئوي لكل المعوقات المذكورة أعلاه من خلال تطبيق المعادلة التالية:

$$PercentPosition = \frac{100 * \left(R_{ij} - 0.5\right)}{N_j}$$

الجدول (47). درجاتُ كاريت المحسوبة للمشكلات تبعاً للرتب المختارة من قبلِ التجار في عينةِ الدّراسة لعام 2021.

المشكلة	درجات كاريت المحسوبة						المجموع	المتوسط
1	197.64	359.76	197.25	102.75	40.24	7.08	904.72	10.64
2	296.46	449.7	263	102.75	40.24	3.54	1155.69	13.60
3	395.28	539.64	197.25	137	30.18	2.36	1301.71	0.26
4	592.92	269.82	263	102.75	20.12	4.72	1253.33	14.75
5	1778.76	2248.5	657.5	445.25	100.6	10.62	5241.23	61.66
6	98.82	359.76	263	205.5	60.36	1.18	988.62	11.63

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

وبالاستناد إلى الجدول رقم (47) حُسب متوسط درجات كاريت لجميع المشكلات، ثم رُتبت ترتيباً تنازلياً وفقاً لمتوسط درجةِ كاريت، كما يوضحها الجدول رقم (48).

الجدول (48). ترتيب مشكلات تجارة المُنتجات في عينة الدراسة لعام 2021.

البيان	درجة كاريت	التّرتيب
زيادة العرض وانخفاض الطّلب	61.66	1
انخفاض سعر الشراء	14.75	2
عدم توافُر المعلومات عن الأسعار	13.60	3
توافر أنواع مستوردة	11.63	4
توافر المُنتجات نفسها من مصادر أخرى	10.64	5
ارتفاع سعر البيع	0.26	6

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (48) أن زيادة العرض وانخفاض الطلب على المُنتجات المُصنَعة شغل المرتبة الأولى من بينِ مشكلات تجارة المُنتجات التي تواجه التجار، وحققت نحو 61.66 درجة، أما انخفاض سعر الشراء فشغل المرتبة الثانية، وحقّقت نحو 14.75 درجة، وشغلت المرتبة الأخيرةَ مشكلة ارتفاع سعر البيع وحققت نحو 0.26 درجة، وتشير هذه النتائج إلى أن تواجه التجار تتعلق بعملية العرض والطلب للمُنتجات المُصنَعة، ثم بالدرجة الثانية إلى عدم توافر المعلومات عن السوق، وهذه النتائج استدعت سؤال التجار عن أهم مقترحاتهم للتغلب على المشاكل المذكورة، وهذا يتوافق مع دراسة (2002، **Mlambo, Mhazo, Proctor,**

Henson) ،حول" تسهيل الإنتاج والتسويق الفعال للمُنتجات الغذائية المُصنَعة من قبل صغار المُنتجين في زيمبابوي" بأن من المشكلات التي تواجه التجار الذين يتعاملون ببيع المربيات المُصنَعة في زمبابوي هي صعوبة عدم توافر معلومات عن السوق لمعرفة متطلبات المستهلك والتغيرات في أسعار المُنتجات في الأسواق، واقترحوا معالجة هذه الصعوبات التي تؤثر مباشرةً على عمليات تصريف المُنتجات من خلال القدرة على تحسين المعايير لتتناسب مع متطلبات الأسواق.

-**مقترحات حل مشكلات تجارة المُنتجات:** استناداً إلى نتائج التحليل المتعلقة بمشكلات تجارة المنتجات وآلية تصريفها، أمكن تحديد عدد من المقترحات على حسب وجهة نظر التجار للتغلب عليها، حيث رُتبت عشوائياً، وهي: تخزين المُنتجات لبيعها في أوقات أخرى، تخفيض أسعار البيع، اعتماد أسلوب الدعاية والإعلان عن المُنتجات، التعاقد مُسبقاً مع المُصنعَين، البيع في محافظات أخرى، ويبين الجدول رقم (49) أولوية وترتيب مقترحات حل مشكلات تجارة المُنتجات على حسبَ وجهةِ نظرِ التجار في منطقةِ الدراسة.

الجدول (49). أولوية وترتيب مقترحات حل مشكلات تجارة المُنتجات حسبَ وجهةِ نظرِ التجار في منطقةِ الدراسة لعام 2021.

البيان	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	المجموع
تخزين المُنتجات لبيعها في أوقات أخرى.	4	5	6	4	3	22
تخفيض أسعار البيع.	5	3	4	6	4	22
اعتماد أسلوب الدعاية والإعلان عن المُنتجات.	7	4	6	3	2	22
التعاقد مُسبقاً مع المُصنعَين.	5	3	5	5	4	22
البيع في محافظات أخرى.	6	5	3	2	6	22

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يبين الجدول رقم (50) مجموع درجات كاريت التي حُسبت عن طريق ضرب الدرجة المقابلة للموضعِ النّسبيّ المئوي في عدد التجار المختارينَ للرتبِ لكلِّ مقترح (تحويلاتُ الموضعِ النّسبيّ المئويّ لرتبِ كاريت الواردة في الجدول رقم (5) من الملحق1)، حيث حُسب الموضع النسبي المئوي لكل مقترح من مقترحات حل مشكلات تجارة المُنتجات المذكورة أعلاه من خلال تطبيق المعادلة الآتية:

$$PercentPosition = \frac{100 * \left(R_{ij} - 0.5\right)}{N_j}$$

الجدول (50). درجاتُ كاريت المحسوبة للمقترحات تبعاً للرتب المختارة من قبلِ التجار في عينةِ الدّراسة لعام 2021.

المقترح	درجات كاريت المحسوبة					المجموع	المتوسط
1	393.28	422.8	300	61.76	5.04	1182.88	13.92
2	491.6	253.68	200	92.64	6.72	1044.64	12.29
3	688.24	338.24	300	46.32	3.36	2163.04	25.45
4	491.6	253.68	250	77.2	6.72	1079.2	12.70
5	589.92	491.6	294.96	196.64	589.92	2163.04	6.91

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

وبالاستناد إلى الجدول رقم (50) حُسب متوسط درجات كاريت لجميع المقترحات، ثم رُتبت ترتيباً تنازلياً وفقاً لمتوسط درجةِ كاريت، كما يوضحها الجدول رقم (51).

الجدول (51). ترتيب مقترحات حل مشكلات تجارة المُنتجات في عينة الدراسة لعام 2021.

البيان	درجة كاريت	التّرتيب
اعتماد أسلوب الدعاية والإعلان عن المُنتجات.	25.45	1
تخزين المُنتجات لبيعها في أوقات أخرى.	13.92	2
التعاقد مُسبقاً مع المُصنعَين.	12.70	3
تخفيض أسعار البيع.	12.29	4
البيع في محافظات أخرى.	6.91	5

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (51) أن اعتماد أسلوب الدعاية والإعلان عن المُنتجات شغل المرتبة الأولى من بينِ مقترحات حل مشكلات تجارة المُنتجات على حسب رأي التجار، وحقق نحو 25.45 درجة، أما تخزين المُنتجات لبيعها في أوقات أخرى فشغل المرتبة الثانية، وحقّق نحو 13.92 درجة، أما التعاقد مُسبقاً مع المُصنعَين فشغل المرتبة الثالثة، وحقّق نحو 10.70 درجة، في حين شغل المرتبة الأخيرةَ البيع في محافظات أخرى وحقق نحو 6.91 درجة، وتشير هذه النتائج إلى أن اعتماد أسلوب الترويج من خلال الدعاية والإعلان عن المُنتجات، والتعاقد مع المُصنعين مسبقاً سوف يؤدي إلى حل مشكلات التجار وتصريف بضائعهم بطريقة أفضل، ومن ثم حصول المستهلكين على المُنتجات بأسعار مقبولة بالنسبة إليهم.

4-4-3 تكاليف تسويق المُنتجات المُصنعة:

تختلف التكاليف التسويقية من تاجر لآخر في بعض بنودها، وبينت نتائج التحليل المتعلقة بأجوبة التجار خلال الاستمارة التي وُزِّعت عليهم في عينة الدراسة، وجود مجموعة من الوظائف التي يتحملها التجار خلال مرحلة تسويق هذه المُنتجات، الواردة في الجدول رقم (52).

الجدول(52): بنود تكاليف تسويق المُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة لعام 2021.

التكلفة: ل.س/ كغ، خل التفاح: ل.س/ عبوة

التكلفة	مربى التفاح	مربى المشمش	خل التفاح	معجون البندورة	مخلل خيار
تعبئة	6.64	6.05	7.05	4.05	3.05
(%)	5.92	5.46	5.94	3.94	3.22
لصاقات	55.91	53.41	55.41	52.41	51.41
(%)	49.84	48.27	46.72	51.09	54.35
تحميل وتنزيل	6.05	5.82	4.82	3.82	2.82
(%)	5.39	5.26	4.06	3.72	2.98
نقل	13.32	12.32	13.32	11.32	10.32
(%)	11.87	11.13	11.23	11.03	10.91
تخزين	14.32	15.32	17.32	15.32	13.32
(%)	12.76	13.85	14.60	14.93	14.08
دعاية وإعلان	12.32	14.32	15.27	12.27	11.27
(%)	10.98	12.94	12.88	11.96	11.92
عمولة ورسوم	3.64	3.41	5.41	3.41	2.41
(%)	3.24	3.08	4.56	3.32	2.55
المجموع	112.18	110.64	118.59	102.59	94.59
(%)	100	100	100	100	100

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

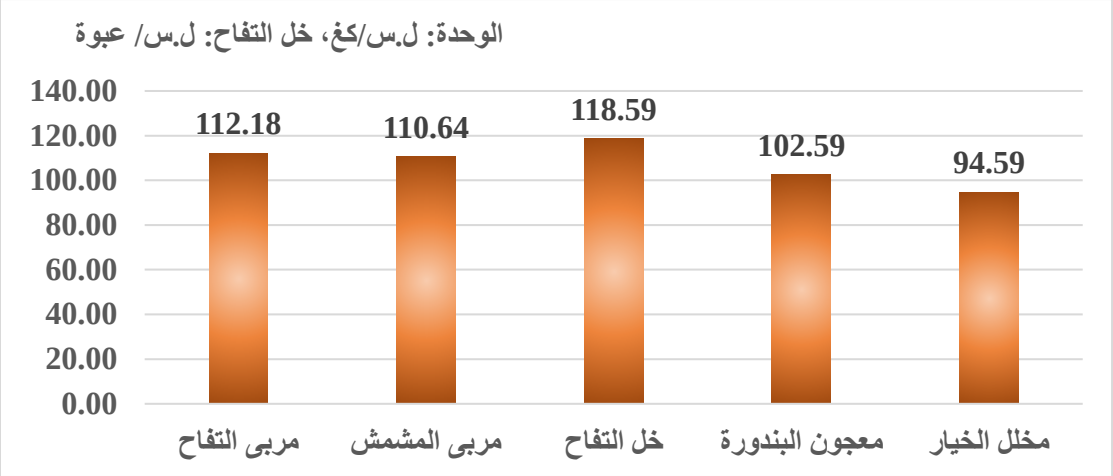
يُستنتج من الجدول رقم (52) أن التّكاليف التّسويقيّة لتاجر الجملة بلغت وسطياً نحو112.18 و110.64 و102.59 و94.59 ل.س/كغ لكل من مربى التفاح ومربى المشمش ومعجون البندورة ومخلل الخيار على التوالي، في حين بلغت نحو 118.59 ل.س/عبوة خل التفاح الواحدة، وتضمنت هذه التكاليف أجور عمليات التعبئة في عبوات مخصصة وقيمة اللصاقات وأجور التحميل والتنزيل والنقل من مكان الشراء إلى مخازن التجار، أو الأسواق مباشرة بالإضافة إلى تكاليف التخزين والدعاية والإعلان وعمولة الأسواق ورسومها.

بينت نتائج التحليل إلى لجوء التجار بوضع لصاقات على العبوات التي سوف يبيعونها توضَح مصدر المنشأ وتاريخ الصلاحية وانتهائها، حيث شغلت قيمة اللصاقات المرتبة الأولى من بين التكاليف التسويقية، وتراوحت قيمتها وسطياً ما بين 51.41–55.91 ل.س/كغ للمُنتجات المُصنعَة في عينة الدراسة، وشكلت وسطياً نحو 50.05% من إجمالي التكاليف التسويقية.

وبينت نتائج التحليل قيام أغلب التجار بتخزين المُنتجات في مخازنهم وبيعها في أوقات ترتفع فيها الأسعار عندما تقل الكميات المعروضة في الأسواق، حيث شغلت تكاليف التخزين المرتبة الثانية من بين التكاليف التسويقية، وتراوحت قيمتها وسطياً ما بين 13.32–17.32 ل.س/كغ للمُنتجات المُصنعَة في عينة الدراسة، وشكلت وسطياً نحو 14.04% من إجمالي

التكاليف التسويقية. وتشير النتائج أيضاً إلى قيام بعض التجار باتباع أسلوب الدعاية والإعلان لترويج البضائع المُخزنَة لديهم، بهدف بيع أكبر كمية منها وبأسعار تناسبهم، حيث شغلت تكاليف الدعاية والإعلان المرتبة الثالثة من بين التكاليف التسويقية، وتراوحت قيمتها وسطياً ما بين 11.27–15.27 ل.س/كغ للمُنتجات المُصنعَة في عينة الدراسة، وشكلت وسطياً نحو 12.14% من إجمالي التكاليف التسويقية.

كما بينت نتائج التحليل أن التاجر يتحمل أجور نقل منتجاته من مراكز الشراء إلى المخزن، ومن المخازن إلى أماكن تصريفها، وتختلف هذه التكاليف باختلاف بعد مركز الشراء عن مخزنه أو مكان تصريف مشترياته،حيث شغلت هذه التكاليف المرتبة الرابعة من بين التكاليف التسويقية، وتراوحت قيمتها وسطياً ما بين 10.91–13.32 ل.س/كغ للمُنتجات المُصنعَة في عينة الدراسة، وشكلت وسطياً نحو 12.12% من إجمالي التكاليف التسويقية. ويترتب على التاجر أجور إعادة تعبئة المُشتريات في عبوات مخصصة، حيث شغلت هذه التكاليف المرتبة الخامسة من بين التكاليف التسويقية، وتراوحت قيمتها وسطياً ما بين 3.22–6.05 ل.س/كغ للمُنتجات المُصنعَة في عينة الدراسة، وشكلت وسطياً نحو 4.90% من إجمالي التكاليف التسويقية. ويتحمل التاجر تكاليف تحميل وتنزيل المُشتريات من مكان الشراء إلى سيارة النقل وتنزيلها في مخزنه أو مكان تصريفها، وتختلف قيمتها على حسب توافر العمال وأجورهم، حيث شغلت هذه التكاليف المرتبة السادسة من بين التكاليف التسويقية، وتراوحت قيمتها وسطياً ما بين 2.98–6.05 ل.س/كغ للمُنتجات المُصنعَة في عينة الدراسة، وشكلت وسطياً نحو 4.28% من إجمالي التكاليف التسويقية. وأخيراً يتحمل التاجر دفع مبلغ غير ثابت عمولة للوسطاء الموجدين في الأسواق، بالإضافة إلى رسوم هذه الأسواق، وتراوحت قيمتها وسطياً ما بين 2.55–4.56 ل.س/كغ للمُنتجات المُصنعَة في عينة الدراسة، وشكلت وسطياً نحو 3.35% من إجمالي التكاليف التسويقية. واستناداً إلى ما سبق فإن دراسة تكاليف تسويق المُنتجات ستؤدي بالنتيجة إلى تحديد الأهمية النسبية لكل بند من بنود هذه التكاليف، وتقدير مقدار الربح الذي يحققه التاجر لقاء عملية البيع والشراء خلال مرحلة التسويق. والشكل رقم (21) يوضح إجمالي التكاليف التسويقية للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.



الشكل (21) : إجمالي التكاليف التسويقية للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

3-4-5 الهامش وصافي الهامش التسويقي:

يجري دراسة الهامش التسويقي وتحليله بُغية التوصل إلى تقدير قيمة صافي الربح الذي يحققه التاجر لقاء عمليات شراء وبيع المُنتجات المُصنَعة، فضلاً عن اعتماد نتائج تحليل التكاليف التسويقية التي ينفقها التاجر في قياس الكفاءة التسويقية التي تُعدّ من المقاييس الأكثر انتشاراً لتقييم أداء السّوق وكفاءة المُنتجات المُسوقَة.بينت نتائج التحليل الواردة في الجدول رقم (53) أنّ الهامش التّسويقيّ المُطلق لكل من مربى التفاح ومربى المشمش ومعجون البندورة ومخلل الخيار بلغ بالمتوسطنحو 275 و250 و200 و175 ل. س/ كغ على التوالي، في حين بلغ بالمتوسط نحو 300 ل.س/ عبوة خل التفاح.

الجدول(53):الهامش التسويق المطلق وصافي الهامش للمُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة لعام 2021.

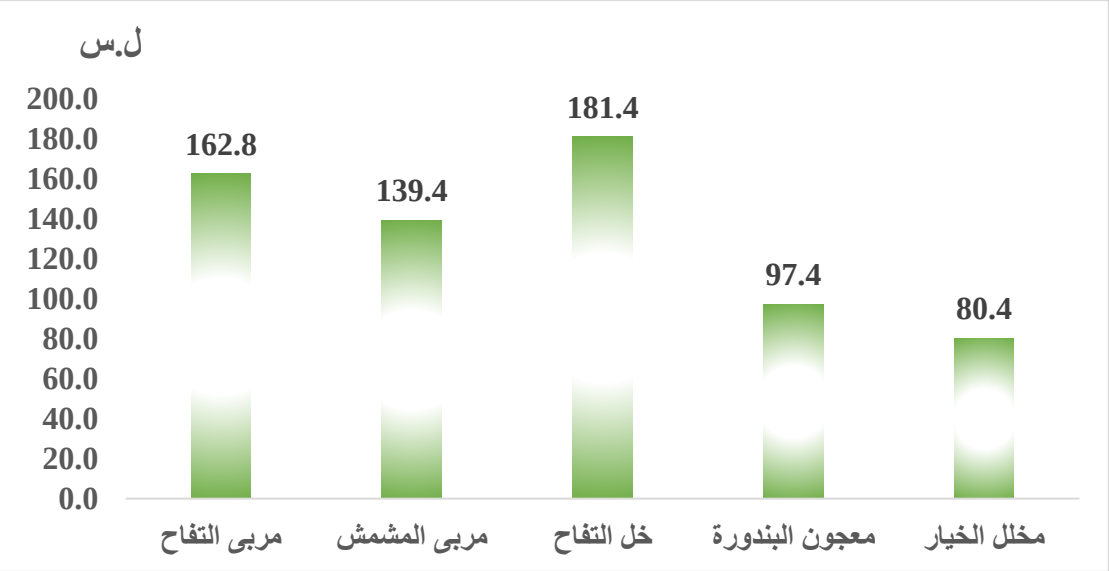
الوحدة: ل.س/ كغ، خل التفاح: ل.س/ عبوة

البيان	سعر الشراء	سعر البيع	التكاليف التسويقية	الهامش التسويقي المطلق	صافي الهامش التسويقي
مربى التفاح	5000	5275	112.18	275.0	162.82
مربى المشمش	5500	5750	110.64	250.0	139.36
خل التفاح	2800	3100	118.59	300.0	181.41
معجون البندورة	3750	3950	102.59	200.0	97.41
مخلل الخيار	3000	3175	94.59	175.0	80.41

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُستنتج من الجدول رقم (53) أن الهامش التسويقي المُطلق للتاجر المُحقق من بيع عبوة خل التفاح شغل المرتبة الأولى من بين المُنتجات المُصنَعة، أي حقق زيادة بلغت نحو 25 و50 و100 و125 ل. س مقارنةً بالهامش التسويقي المطلق المُحقَ للتاجر لقاء بيع كيلوغرام واحد من مربى التفاح ومربى المشمش ومعجون البندورة ومخلل الخيار على التوالي، وبنسبة زيادة بلغت 9.1% و20% و50% و71.4% على التوالي. وبلغ صافي الهامش التّسويقيّ لكل من

مربى التفاح ومربى المشمش ومعجون البندورة ومخلل الخيار نحو 162.82 و139.36 و97.41 و80.41 ل. س/ كغ على التوالي، في حين بلغ نحو 181.41 ل.س/ عبوة خل التفاح، ويتضح من النتائج أن صافي الهامش التسويقي المحقق للتاجر لقاء بيع عبوة خل التفاح شغل المرتبة الأولى من بين المُنتجات المُصنَعة، أي حقق زيادة بلغت نحو 18.6 و42 و84 و101ل. س مقارنةً بصافي الهامش التسويقي المُحقَ للتاجر لقاء بيع كيلوغرام واحد من مربى التفاح ومربى المشمش ومعجون البندورة ومخلل الخيار على التوالي، وبنسبة زيادة بلغت 911.4%و30.2% و86.2% و125.6% على التوالي. واستناداً إلى ما سبق يمكن رفض الفرضية الثالثة التي مفادها" لا يُحقق تسويق المُنتجات المُصنعة هامشاً تسويقياً مجزياً للتجار في منطقة الدراسة" وقبول الفرضية البديلة التي مفادها " يُحقق تسويق المُنتجات المُصنعة هامشاً تسويقياً مجزياً للتجار في منطقة الدراسة".والشكل رقم (22) يوضح صافي الهامش التسويقي للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.



الشكل (22): صافي الهامش التسويقي للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة لعام 2021.

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

3-4-6قياس الكفاءة التسويقية:

استناداً إلى نتائج تحليل التكاليف التصنيعية والتسويقية للمُنتجات المُصنعَة في عينة الدراسة، يمكن قياس الكفاءة التسويقية التي تُعبر عن تعظيم النسبة بين كل من ناتج النشاط التسويقي ممثلاً بإشباع رغبات المستهلكين وعناصر الإنتاج المستخدمة في الوظائف التسويقية ممثلة في العمل ورأس المال والإدارة معبراً عنها بتكاليف أداء الوظائف التسويقية (الفيل وآخرون، 2014).

بينت نتائج التحليل الواردة في الجدول رقم (54) أنّ الكفاءة التسويقية (1) لكل من مربى التفاح ومربى المشمش وخل التفاح ومعجون البندورة ومخلل الخيار بلغت نحو 97.3% و97.6% و93.1% و93.6% و95.9% على التوالي، في حين بلغت الكفاءة التسويقية (2) لكل من مربى التفاح ومربى المشمش وخل التفاح ومعجون البندورة ومخلل الخيار نحو 22.3% و19.3% و44.8% و59.3% و28.2% على التوالي.

الجدول(54): الكفاءة التّسويقيّة للمُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة لعام 2021.

البيان	سعر البيع	التكاليف التسويقية	التكاليف الإنتاجية	الكفاءة التسويقية1	الكفاءة التسويقية2
مربى تفاح	5275	112.18	3987.9	97.3	22.3
مربى مشمش	5750	110.64	4527.4	97.6	19.3
خل تفاح	3100	118.59	1591.9	93.1	44.8
معجون البندورة	3950	102.59	1506.6	93.6	59.3
مخلل خيار	3175	94.59	2186.3	95.9	28.2

المصدر: جمعت وحسبت من واقع المسح الميداني، سرغايا، 2021.

يُلاحظ من الجدول رقم (54) أن قيمة الكفاءة التسويقية (1) جاءت مرتفعة للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة كافة، حيث يُمثل هذا المقياس العلاقة بين التكاليف التسويقية والتكاليف التصنيعية، وهذا يعني انخفاض التكاليف التسويقية على مستوى عينة التجار، مما أدى إلى تحقيق كفاءة تسويقية مرتفعة، ويمكن عدّه مؤشراً جيداً لمستوى الأداء التسويقي للمُنتجات المُصنَعة، في حين انخفضت قيمة الكفاءة التسويقية (2) للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة كافة، التي تُمثل العلاقة بين نسبة التكاليف التسويقية والتكاليف التصنيعية إلى سعر البيع، أي إن ارتفاع نسبة التكاليف التسويقية والتكاليف التصنيعيةمقارنةً بسعر البيع أدى إلى انخفاض كبير في مستويات الكفاءة التسويقية، ولا سيما لمربى التفاح ومربى المشمش ومخلل الخيار.

وعموماً، فإن انخفاض أسعار مبيع المُنتجات المُصنَعة يكون لصالح المستهلك بالدرجة الأولى، وإذا رافق ذلك تخفيض تكاليف التصنيع والتسويق من خلال استخدام معدات تصنيعية حديثة ومتطورة، فستؤدي هذه الإجراءات إلى تحسين مستوى الأداء التسويقي ورفع قيمة مؤشر الكفاءة التسويقية (2).

- **الاستنتاجات والتوصيات:**

- **الاستنتاجات:**

- جاءت نسبة مساهمة أرباب الأسر وأفراد أسرهم قليلة مقارنةً بربات الأُسر في منطقة الدراسة.
- جاءت نسبة مساهمة أرباب الأسر بعمليات تسويق مُنتجاتهم التي يُصنعونها قليلة، وهذه نتيجة تقود إلى اعتمادهم الوسطاء والتجار في عملية التسويق، ومن ثم يخسرون جزء من أرباحهم لصالح التجار، فضلًا عن تعرضهم للاحتكار والتحكم بأسعار البيع.
- شغل تحكم الوسطاء والتجار المرتبة الأولى من بينِ المشكلات التي واجهت المبحوثين، أما مشكلة أسعار بيع منخفضة فشغل المرتبة الثانية، وشغل المرتبة الأخيرةَ مشكلة توافر مصادر دخل أخرى، وهذا يدل على مدى تأثير الوسطاء والتجار في التحكم بأسعار شراء المُنتجات المُصنعة والحصول على أكبر هامش ربح كبير وتعرض المُنتج لفقدان جزء من الدخل.
- شغل تحكم التجار بالأسعار المرتبة الأولى من بينِ المعوقات التي واجهت المبحوثين في عمليات التصنيع، أما انخفاض أسعار المنتجات المُصنَعة فشغل المرتبة الثانية، وشغل المرتبة الأخيرةَ عدم توافر الغاز، وهذا يعني أن المعوقات التي تواجه عملية التصنيع تتعلق بعمليات البيع والتسويق، ثم بالدرجة الثانية عدم توافر المحروقات وغلاء المواد الأولية.
- شغل توفير المعدات اللازمة للتصنيع المرتبة الأولى من بينِ مقترحات التطوير على حسب رأي المبحوثين، أما تخفيض أسعار المواد الأولية فشغل المرتبة الثانية، وشغل المرتبة الأخيرةَ تسهيل إجراءات الحصول على التراخيص.
- يعتمد غالبية المبحوثين في تأمين رأس المال اللازم للقيام بعمليات التصنيع رؤوس أموالهم وتحويلات أفراد أسرهم القاطنين في الخارج بالدرجة الأولى، وبعضهم أفاد بأنه يحصل على قروض زراعية.
- حققت المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة كافة، عائداً اقتصادياً مجزياً للمُصنعَين، وهذا يعني رفض فرضية مفادها" لا تُحقق المُنتجات المُصنَعة العائد الاقتصادي المُجزي للسكان الريفيين".
- حققت كافة المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة قيمة مُضافة، وهذا يعني رفض فرضية مفادها" لا تُحقق المُنتجات المُصنَعة قيمة مُضافة في منطقة الدراسة".
- حققت المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة كافة، كفاءةً اقتصادية جيدة، أي إنَّ الليرة السورية المستثمرة تعود على المُنتج بقيمة 0.254 و0.388 و0.991 و0.715 و1.78 في تصنيع مربى التفاح ومربى المشمش ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح على التوالي.
- حققت المُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة كافة، جدوى اقتصادية حقيقية على صعيد المؤشرات الاقتصادية المدروسة، والتي تمثلت في القيمة الإيجابية لمؤشر صافي الدخل،

ونسبة التشغيل التي انخفضت عن الواحد الصحيح التي تدل على أن تصنيع المُنتجات في عينة الدراسة مقبولةً من الناحية الاقتصادية، بالإضافة إلى القيمة الإيجابية لمؤشر الهامش الإجمالي ومؤشر نسبة الإيرادات إلى التكاليف التي زادت عن الواحد الصحيح التي تدل على أن هذه المُنتجات تحقق ربحية جيدة.

- تفوّق خل التفاح على جميع المنتجات المدروسة بفروق معنوية،تلاها تكاليف تصنيع مربى المشمش، ثم مربى التفاح، في حين شغلت تكاليف تصنيع معجون البندورة أدنى قيمة.
- شغل زيادة العرض وانخفاض الطلب على المُنتجات المُصنَعة المرتبة الأولى من بينِ مشكلات تجارة المُنتجات التي تواجه التجار، أما انخفاض سعر الشراء فشغل المرتبة الثانية، وشغلت المرتبة الأخيرةَ مشكلة ارتفاع سعر البيع.
- شغل اعتماد أسلوب الدعاية والإعلان عن المُنتجات المرتبة الأولى من بينِ مقترحات حل مشكلات تجارة المُنتجات على حسب رأي التجار، أما تخزين المُنتجات لبيعها في أوقات أخرى فشغل المرتبة الثانية، أما التعاقد مُسبقاً مع المُصنعَين فشغل المرتبة الثالثة، وشغل المرتبة الأخيرةَ البيع في محافظات أخرى. أي إن اعتماد أسلوب الترويج من خلال الدعاية والإعلان عن المُنتجات، والتعاقد مع المُصنعين مسبقاً سوف تؤدي إلى حل مشكلات التجار وتصريف بضائعهم على نحو أفضل، ومن ثم حصول المستهلكين على المُنتجات بأسعار مقبولة بالنسبة لهم.
- شغلت قيمة اللصاقات المرتبة الأولى من بين التكاليف التسويقية، وشكلت وسطياً نحو 50.05% من إجمالي التكاليف التسويقية. في حين شغلت تكاليف التخزين المرتبة الثانية من بين التكاليف التسويقية.
- شغلت قيمة الهامش التسويقي المُطلق للتاجر المُحقق من بيع عبوة خل التفاح المرتبة الأولى من بين المُنتجات المُصنَعة، وشغل صافي الهامش التسويقي المحقق للتاجر لقاء بيع عبوة خل التفاح شغل المرتبة الأولى من بين المُنتجات المُصنَعة.
- جاءت قيمة الكفاءة التسويقية (1) مرتفعة للمُنتجات المُصنَعة في عينة الدراسة كافة، حيث يُمثل هذا المقياس العلاقة بين التكاليف التسويقية والتكاليف التصنيعية، وهذا يعني انخفاض التكاليف التسويقية على مستوى عينة التجار، مما أدى إلى تحقيق كفاءة تسويقية مرتفعة، ويمكن اعتباره مؤشراً جيداً لمستوى الأداء التسويقي للمُنتجات المُصنَعة.

- **التوصيات:**

- إقامة دورات تدريبية لأفراد الأُسر الزراعية في مجال تصنيع المُنتجات الزراعية في منطقة الدراسة بشكل خاص، والمناطق الأخرى من البلاد بشكل عام، بغية زيادة عدد المساهمين في عمليات التصنيع وتحسين المستوى المعيشي لهم.
- تشجيع المُصنعَين على تسويق مُنتجاتهم التي يُصنعونها بدلاً من اعتمادهم الوسطاء والتجار ،بغية حصولهم على الهامش التسويقي الذي يخسرونه وحمايتهم من الاحتكار والتحكم من قبل التجار، وذلك من خلال تجميعهم في جمعية تسويقية واحدة في منطقة الدراسة.
- إنشاء هيئة تسويقية خاصة بتسويق المُنتجات المُصنَعة بهدف الإشراف والمراقبة على عمليات بيعها منعًا لاحتكار التجار والتحكم بالأسعار وحمايةً للمُنتجين بغية تشجيع المزارعين على التصنيع ليصبح من مصادر الدخل الرئيسة.
- ضرورة قيام الجهات المعنية بالإشراف على عمليات التسعير ومراقبة الأسواق ومحاسبة المحتكرين، لحماية المُنتجين وتشجيعهم على التصنيع لزيادة وتحسين دخولهم، فضلاً عن زيادة مساهمة هذا القطاع في الدخل الوطني وتأمين فرص العمل.
- توفير المعدات اللازمة للتصنيع، وتسهيل إجراءات الحصول على تراخيص للقيام بعمليات التصنيع، والعمل على تخفيض أسعار المواد الأولية وتوافرها بالأوقات المناسبة،بغية زيادة عدد المشاركين بعمليات التصنيع وزيادة الكميات المُصنعة، ومن ثم زيادة الدخل وتحسين المستوى المعيشي للسكان الريفيين.
- قيام المصرف الزراعي بمنح القروض للمشتغلين بعمليات تصنيع المُنتجات الزراعية، كونها من الأنشطة الاقتصادية التي تحقق الفوائد للمُنتجين، ومن ثم تحسين المستوى المعيشي لهم، وزيادة الناتج الزراعي على المستوى الوطني.
- تشجيع المُسوقين باعتماد أسلوب الترويج من خلال الدعاية والإعلان عن المُنتجات، والتعاقد مع المُصنعين مسبقاً كونها ستؤدي إلى حل مشكلات التجار وتصريف بضائعهم على نحو أفضل، وبالتالي حصول المستهلكين على المُنتجات بأسعار مقبولة بالنسبة لهم.
- استخدام معدات تصنيعية حديثة ومتطورة،بغية تحسين مستوى الأداء التسويقي، بالإضافة إلى تخفيض التكاليف التصنيعية والتسويقية.

-المراجع العربية والأجنبية:

1- أحمد، ضحى سالم (2012). القيمة المضافة للصناعة التحويلية العربية في ظل العولمة. **مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية**، المجلد4، العدد4.

2- أحمد، محمد (2015). **دور مشروعات التصنيع الغذائي الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات المصرية**، ورقة عمل، المؤتمر الدولي الأول لسلامة الغذاء وحماية المستهلك، وزارة التجارة والصناعة، مصر.

3-اسماعيل صبحي محمد، القنبيط محمد الحمد (1995). **التسويق الزراعي**. دار المريخ. الرياض، المملكة العربية السعودية، 311 صفحة.

4- أمين، بوزيدي حافظ (2013). **استخدام منهجية بوكس جينكتير للتنبؤ بحجم الطلب على منتوجات الصناعات الغذائية في الجزائر (السميد نموذجاً)**، رسالة ماجستير، الجزائر.

5- البرنوطي، نائف سعاد (2005): **إدارة الأعمال الصغيرة – أبعاد الريادة**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن.

6- دمدوم، كمال (2000). **دور الصناعات في تثمين عوامل الإنتاج في الاقتصاديات التي تمر بفترة إعادة الهيكلة.** مجلة دراسات اقتصادية تصدر عن مركز البحوث والدراسات الإنسانية، البصيرة، العدد الثاني.

7- ريحان، إبراهيم (2009): **التجربة المصرية لتبني نهج سبل العيش المستدامة لكسب العيش لتعزيز التنمية الريفية**، وثيقة مقدمة في اجتماع فريق الخبراء حول اعتماد نهج السبل المستدامة لكسب العيش لتعزيز التنمية الريفية في منطقة الإسكوا، بيروت.

8- الزغل، رياض (2009). **واقع المشاريع الاقتصادية الموجهة للمرأة في الجمهورية التونسية**، سوسة، تونس.

9- السبع نجار خالد، ناصر شباب (2007). **التسويق الزراعي**. جامعة حلب، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 357 صفحة.

10- سلام مبارك، وآخرون (2004): **دراسة الهامش التسويقي والكفاءة التسويقية للتفاح.** مجلة جامعة دمشق للعلوم الزراعية، المجلد (20)، العدد الثاني، صفحة (345-359).

11-الشيباني، علي (2004). **دراسة حول تحليل اتجاهات إدارات مصانع الأغذية في الأردن**

12- شعراوي، خالد (1962). **مجلة الرائد العربي**، العدد السادس عشر.

13-الشرقاوي، ماجد أبو النجا (2020). **رؤية استراتيجية لتفعيل دور اقتصاد المعرفة في النهوض بقطاع الصناعات الغذائية في مصر**. معهد رأس البر العالي للدراسات النوعية والحاسب الآلي، كلية الحقوق، مجلة روح القوانين، مصر.

14-حسين مجيد، وآخرون (1998). **الاقتصاد القياسي**. دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 630 صفحة.

15- الخولي، سناء (1984). **الأسرة في عالم متغير**، الهيئة المصرية للكتاب، مصر.

16-الثنيان، عبد الله، وسالم كمال سلطان (1993)، **تقييم المشروعات الزراعية**- نظريات- أسس- تطبيقات، نشر وتوزيع تهامة.

17- العطوان، سمعان؛ أيهم الحمصي (2010). **تحليل وتقويم المشاريع الزراعية "الجزء العملي"**، كلية الزراعة، منشورات جامعة دمشق، الجمهورية العربية السورية.

18-خليل، آراس (2011). **دراسة اقتصادية وتصنيعية لإنتاج معجون البندورة في ريف دمشق**. رسالة ماجستير جامعة دمشق، كلية الزراعة.

19-جريعة لبنى (2016): **الصناعات الغذائية التقليدية ودورها في تحسين مستوى دخل الأسرة الريفية في محافظة السويداء**. رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في الهندسة الزراعية. جامعة دمشق

20-عطية، خليل محمد خليل (2008)، **دراسة الجدوى الاقتصادية**، مشروع الطرق المؤدية إلى التعليم العالي، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، كلية الهندسة، جامعة القاهرة.

21- العمودي، جليلة (2013). **إستراتيجية تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر**، رسالة ماجستير، جامعة ورقلة، الجزائر.

22-قريشي، انعام (2007). **الصناعات الغذائية بدولة الإمارات العربية المتحدة بين الواقع والطموح**، مجلة آفاق اقتصادية، العدد109، مجلد 28، الإمارات العربية المتحدة.

23- كنجو، كنجو (2007). **إستراتيجية الاستثمار والتمويل في المشروعات الصغيرة، دراسة ميدانية للمشروعات الصغير في مدينة حلب**، كلية الاقتصاد، جامعة حلب، الجمهورية العربية السورية.

24-الطوخي، مصطفى الشحات؛ شحاته عبد المقصود غنيم؛ عزام عبد اللطيف السيد؛ وجيه عبد العزيز فراج (2015). القيمة المضافة وكفاءة تصنيع الخبز غير المدعوم في محافظة الغربية. **المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي**، المجلد: الخامس والعشرون-العدد الأول-آذار.

25-عبد القهار، واثق؛ عبد الله الرّاوي (2011). **تحليل اقتصاديّ لكفاءة إنتاج البطاطا في العراق**. الجامعة المستنصريّة، مطبعة العاني، بغداد، الجمهوريّة العراقيّة، ص 113.

26-عبد الوهاب، شيماء سمير؛ سعد ذكي نصار (2015). **اقتصاديات تصنيع بعض الزروع الخضرية في مصر**. المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجل الخامس والعشرون، العدد الأول، مصر.

27-محسن، محمد عمار (2000). **الصناعات الغذائية في سورية بالقطاعين العام والخاص: واقعها وآفاق تطويرها**، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.

28- منصور، محمد كاملة (2005). **دور المرأة الريفية في التنمية المتكاملة، المرأة كمحرك أساسي للنمو الاقتصادي في العالم العربي**، المنتدى العربي الدولي للمرأة، القاهرة، مصر.

29-الوزير، دريد (2017). **الطرائق العملية في تصنيع وتحليل منتجات الخضار والفاكهة وخاصة الزيتون**. منشورات جامعة البعث، سورية.

30-ناصر شباب؛ عفراء سلوم (2020). **الأمن الغذائي**. منشورات جامعة دمشق.

31- البنك الدولي (2008). **تقرير عن التنمية في العالم (شن هجوم على الفقر)**. مركز الأهرام للترجمة والنشر، مصر.

32- مفوضية الأمم المتحدة لإفريقيا (2009). **مبادرة تنمية التصنيع الزراعي والغذائي الإفريقي**، أديس أبابا.

33- مكتب العمل الدولي (2005). **تقرير العمالة في العالم لعام 2004**، جنيف.

34-منظمة الأغذية والزراعة (2001). **تشجيع الاستثمار الخاص في قطاع التصنيع الزراعي**. روما، إيطاليا.

35- منظمة الأغذية والزراعة، 2019- **قاعدة بيانات المنظمة**. روما، إيطاليا.

36- وزارة الزراعة والإصلاح الزّراعي (2010- 2019). **النشرات الدورية للمحاصيل والخضار الصيفية**. دمشق، سورية.

37- وزارة الزراعة والإصلاح الزّراعي (2020). **المجموعات الإحصائية الزراعية السنوية** سورية.

38- وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي (2010-2019). **المجموعة الإحصائية الزراعية السنوية**. دمشق، سورية.

39- وزارة الزراعة والإصلاح الزّراعي (2010-2019). **النشرات الدورية للأشجار المثمرة**. دمشق، سورية.

-المراجع الأجنبية:

40- Anthopoulou, T. And Koustou, S. (2010): **Local Agri-food products of women cooperatives. The 'Feminine side'** of Quality (Greece), 9th European IFSA Symposium, Vienna, Austria, 1712-1719.

41- Prakash, D. (2003): **Rural Women-Food security and Agricultural Cooperatives**, Rural Development and Management Center, New Delhi, India.

42-Ashok Kumar Sahoo, Srinibash Dash & Sudhanshu Sekhar Rath. (2020). **The Application of Garrett Scoring Techniques for Assessment of the Farmer Problems in Obtaining and Repayment of Agricultural Credit**. INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH VOLUME 9, ISSUE 03, MARCH 2020 ISSN 2277-8616

43-Bauomy, Tahani saleh Mohamed, Alaa Ali Nama,(2016)**, An Economic study of the role of food procession plant for sustainable development in Sharkia governorate**, Agricultural Economics Research Institure, ARC,Giza

44-Bennett, P.D, (1988), **Marketing** Mc Graw-Hill Book company, p.449.

45-Gaedeke, R.M. and Tootelian D.H.(2003), **Marketing principles and application**, West puplishing company, p.334.

46-Hanyani-Mlambo, B., Mhazo, N., Proctor, S. and Henson, S.(,2002).Facilitating **the effective production and marketing of processed food products by small-scale producers in Zimbabwe**. Department of Agricultural and Food Economics, The University of Reading, UK Development Technology Centre.

47-Khols, R.L. Uhl, J.N. (1990), **marketing of agricultural products**. 7th edition, Macmillan publishing company, pp. 196-197.

48-Kriesberg, M.(2005), **marketing efficienncy in developing countries**. In: Marketing systems for developing countries. Incomas proceeding, dafan, pp. 18-29.

49-Shepherd Geofrrey, S, (2006), **Marketing form products**. fourth edition, the Iowa state university press, Ames Iwoa. them. F.A.O, Rome.

50-Smith, L.D. (1981). **Methodology for measuring marketing costs and margins for foodstuffs in developing countries**. In: post harvest operations, Workshop prceedings, F.A.O network and center for agricultural marketing training in Eastern and Southern Africa, Harare, Zimbabwe, pp. 37-83.

الملحق (1)

(استمارة استبيان)

دراسة اقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار وأثرها في تحسين المستوى المعيشي للسكان الريفيين في محافظة ريف دمشق- ناحية سرغايا مثالاً

رقم الاستمارة: .....

القرية: .....

س1- الاسم: .....

س2-العمر: ...../سنة

س3: الحالة الاجتماعية:

1-اعزب 2- متزوج 3- ارمل 4-مطلق

س4: المستوى التعليمي:

1-أمي 2- يقرأ ويكتب3-تعليم أساسي4-تعليم ثانوي 5- تعليم متوسط 6- شهادة جامعية

7- دراسات عليا

س5- ما هو عدد الأفراد في أسرتك؟

1-شخص 2- شخصين 3- ثلاثة أشخاص 4- أربع أشخاص 5- أكثر من أربع أشخاص

س6: ما هو نوع الأفراد وأعمارهم في أسرتك؟

الرقم	الجنس	العمر	المستوى التعليمي	الرقم	الجنس	العمر	المستوى التعليمي

س7: الأعمال التي تقوم بها ربة المنزل:

1- الإعمال المنزلية 2- الزراعة 3- تربية ورعاية الحيوانات 4- موظفة

5- التصنيع الغذائي

س8: حجم الحيازة : ...../دونم

س9: نوع الحيازة :1-مستأجرة 2- أملاك دولة 3- مشاركة 4- ملك

س10- كيف تستثمر الأرض؟:

اسم النبات المزروع (محاصيل أو خضروات أو أشجار مثمرة)	المساحة المزروعة (دونم)	كمية الإنتاج السنوي	توزيع كمية الإنتاج حسب طريقة الاستهلاك			إجمالي الإيراد السنوي
			استهلاك منزلي	تسويق مباشر	تصنيع	

س 11- مساحة الحديقة المنزلية (إن وجدت):..... م^2

س 12 - هل تستثمر الحديقة المنزلية في الزراعة؟ 1-نعم 2- لا؟ إذا كانت الإجابة بنعم

حدد الآتي:

اسم النبات المزروع (محاصيل أو خضروات أو أشجار مثمرة)	كمية الإنتاج السنوي	توزيع كمية الإنتاج حسب طريقة الاستهلاك			إجمالي الإيراد السنوي
		استهلاك منزلي	تسويق مباشر	تصنيع	

س 13 – ما مدى مساهمة إفراد الأسرة في عمليات التصنيع؟:

	رب الأسرة			ربة الأسرة			الأولاد		
	لا يساهم ابدآ	يساهم أحيانا	يساهم دائما	لا تساهم ابدآ	تساهم أحيانا	تساهم دائما	لا يساهمون ابدآ	يساهمون أحيانا	يساهمون دائما
عمليات التصنيع									

س 14– هل تقومين بعملية التصنيع في المنزل؟:

1– نعم 2– أحيانا 3– لا

س 15– هل يتوفر مكان للتصنيع؟

1– نعم 2– لا

س 16– في حال الإجابة ب (نعم) حدد نوع المكان

1– ترابي 2– اسمنت مسلح 3– المنيوم 4– أخرى

س 17– ملكية مكان التصنيع

1– ملك 2– استئجار 3–مشاركة 4– أخرى

س 18– ما هي المواد الغذائية المُصنَعة التي تقوم بإنتاجها؟

اسم المادة الغذائية المُصنَعة	اسم المادة الخام المستخدمة	مصدر المادة		كمية الإنتاج المُصنَع السنوي (كغ)	توزيع كمية الإنتاج المُصنَع	
		محلي(1)	شراء (2)		للاستهلاك	للبيع
مربى التفاح	تفاح					
مربى المشمش	مشمش					
خل التفاح	تفاح					
دبس بندورة	بندورة					
مخلل خيار	خيار					

س 19– هل تستخدمينالمنتجات المُصنَعة في الاستهلاك المنزلي؟:

1– نعم 2– أحيانا 3– لا

س20- هل تقومين بتسويق بعض المنتجات المصنعة منزليا بنفسك؟

1- نعم 2- أحيانا 3- لا

س21 - من يقوم بتسويق منتجاتك الناتجة عن التصنيع؟

1- رب الأسرة 2- أحد أفراد الأسرة 3- البيع للتجار

س 22- هل تعتمدين في دخل أسرتك على الإيرادات الناتجة من تسويق هذه المنتجات؟

1- نعم 2- أحيانا 3- لا

س 23- هل هناك أي جهات تدعم صناعتك؟

1- نعم 2- لا

س 24- هل تحصل على دخل مناسب نتيجة قيامك بهذه الصناعات؟

1- نعم 2- لا**في حال الإجابة ب (لا) ما هو برأيك سبب ذلك ؟**

س 25- اذكر الأسباب؟

1- التصنيع للاستهلاك المنزلي فقط. 2- مصدرالدخل من بيع ثمار الفاكهة 3 –مصدر الدخل من بيع محاصيل وخضار 4-توفر مصادر دخل أخرى 5- ارتفاع أسعار مواد التصنيع 6- أسعار بيع منخفضة. 7- تحكم الوسطاء والتجار.

س 26- ما هي أهم المعوقات التي تواجهك عند القيام بالتصنيع الغذائي؟

1- عدم توافر معدات التصنيع الحديثة 2- غلاء المواد الاولية 3- عدم توفر الغاز 4- انخفاض الاسعار المنتجات المُصنَعة 5- عدم توفر المحروقات 6- تحكم التجار بالأسعار

س 27- ما هي الوسائل الكفيلة بتطوير الصناعات الغذائية التقليدية وتحسين مستوى الدخل الناتج عنها؟

1- توفير مستلزمات الإنتاج 2- تخفيض اسعار المواد الأولية 3-توفير المعدات اللازمة للتصنيع 4-إنشاء ورش صغيرة للتصنيع 5-تسهيل إجراءات الحصول على التراخيص

س 28 - ما هي مصادر تمويل التصنيع الغذائي الذي تقوم به؟

1- قرض زراعي 2- تمويل ذاتي 3- أقارب وأصدقاء 4- تحويلات خارجية 5- قرض(قطاع خاص-منظمات).

س 29- ما الأثر الاقتصادي للصناعات الغذائية التي تقوم بها؟

1- تحقيق الاكتفاء الذاتي للأسرة2- زيادة دخل الأسرة3- تشكيل مصدراً رئيساً من مصادر الدخل للأسرة

س 30- في أي من النواحي التالية تستخدم الدخل الناتج عن الصناعات الغذائية؟

1-استخدام عمالة للتصنيع2- شراء أدوات حديثة3- تحسين نوعية المنتج4- زيادة أنواع المنتجات المَصنَعة

س 31- هل شاركت بأي نوع من الدورات التدريبية في مجال التصنيع الغذائي؟

1- نعم 2- أحيانا 3- لا

س 32-ما هو عنوان الدورات والجهة المسؤولة عن تنفيذها ومدتها ومكانها؟

عنوان الدورة	الجهة المسؤولة	مكان الدورة	مدة الدورة

س 33- ماهي تكاليف التصنيع؟ الكيلوغرام الواحد من المُنتجات المُصنَعة

البيان	الوحدة	السعر	مربى التفاح	مربى المشمش	خل التفاح	دبس بندورة	مخلل خيار
المادة الخام							
سكر							
ملح							
ليمون							
برميل بلاستيكي للتخليل							
فرن غاز							
قارورة غاز							
حلة كبيرة							
مصفاة							
طناجر							
ملاعق كبيرة							
شاشة بيضاء							
مصفاة							

(استمارة استبيان)

دراسة اقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار وأثرها في تحسين المستوى المعيشي للسكان الريفيين في محافظة ريف دمشق- ناحية سرغايا مثالاً

(استمارة التاجر)

س1- عمر التاجر: ...../ سنة

س2- الخبرة في مجال تسويق المُنتجات المُصنعة: ..... /سنة

س3- المستوى التعليمي للتاجر:

1- امي 2- ملم 3- تعليم اساسي 4- تعليم ثانوي

5- معاهد 6- جامعات 7- دراسات عليا

س4- مكان الإقامة:

1- القرية 2- مركز ناحية سرغايا 3- منطقة الزبداني4- محافظة ريف دمشق

5- خارج المحافظة

س5- منذ متى تقوم بتجارة المنتجات التصنيعية في المنطقة؟

.....

س6- ما هي المنتجات التي تقوم بشرائها من هذه المنطقة؟

1-مربى تفاح 2-مربى مشمش 3-خل التفاح 4- دبس بندورة 5- مخلل خيار 6-أكثر من مُنتج

س7- ما هي الكمية التي يتم شراؤها من المنتجات التصنيعية وأسعارها؟

البيان	مربى تفاح	خل تفاح	مربى مشمش	دبس بندورة	مخلل خضار
الكمية(كغ)					
سعر الشراء(ل.س)					

س8- أين يتم تصريف الكميات التي تقوم بشرائها من المنتجات التصنيعية؟

1-سوق الزبداني 2-مدينة بدمشق 3-خارج المحافظة 4- مكان أخر، حدد.

س9-**كيف تقوم بتحدّيد سعر البيع؟**

1-السّعر السائد في السّوق.2-من خلال التّفاوض.3-حسب العرض والطّلب.

4-طرائق تسعير أخرى (حدّد).

س 10-**هل قمت بعمليّة تخزين لهذه المُنتجات؟ 1-نعم 2-لا إذا كانت الإجابة نعم، فما هو الهدف من التّخزين؟**

1-انخفاض الكميات المعروضة في الأسواق.2-ارتفاع أسعار مبيعها.

3-البيع في غير مواسم التصنيع. 4-فقدان المُنتجات المُستوردة.

س 11-**هل واجهتك مشاكل في تجارة المُنتجات المَصَنعة؟1-نعم 2-لا إذا كانت الإجابة نعم، حدد؟**

- توافر المُنتجات نفسها من مصادر أخرى.عدم توافّر المعلومات عن الأسعار.
- ارتفاع سعر البيع.انخفاض سعر الشراء.زيادة العرض وانخفاض الطّلب.
- توافر أنواع مستوردة.

س 12-ماهي مقترحاتك لحلّ المشكلة التي تواجهك؟

1-تخزين المُنتجات لبيعها في أوقات أخرى. 2-تخفيض أسعار البيع.اعتماد أسلوب

3-الدعاية والإعلان عن المُنتجات.4-التعاقد مُسبقاً مع المُصنعَين.5-البيع في محافظات أخرى.

س 13- ما هي التكاليف التي يدفعها التاجر لقاء شراء المنتجات المصنعة؟

البيان	مربى تفاح	خل تفاح	مربى مشمش	دبس بندورة	مخلل خضار
تعبئة					
تحميل وتنزيل					
نقل					
تخزين					
دعاية وإعلان					
رسوم أسواق					
عمليّات أخرى (حدد)					

الملحق (2)

الجدول(1). مساحة وعدد وانتاج شجرة التفاح حسب المحافظات لعام 2020

المساحة: هكتار العدد :الف الانتاج :طن

المحافظة	المساحة	عدد الأشجار	المثمر منها	الانتاج
السويداء	15797	3338.6	2748.3	39797
درعا	0	0	0	0
القنيطرة	775	250	213.2	3035
ريف دمشق	12733	3647.3	3157.9	45027
حمص	11236	4388.2	3699.9	93659
حماة	2728	985.1	872.7	9917
الغاب	11	6.3	6.3	14
ادلب	1714	683.1	678.1	15956
طرطوس	3391	1035.1	928.2	17253
اللاذقية	2613	940.3	828.4	40508
حلب	520	143.4	142.3	1886
الرقة	38	19.7	13.5	270
دير الزور	84	39.1	30.7	454
الحسكة	35	9.4	4.8	47
المجموع	51675	15485.6	13324.3	267823

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي،المجموعة الإحصائية الزراعية، 2020.

الجدول(2). مساحة وعدد وانتاج شجرة المشمش حسب المحافظات لعام 2020

المساحة: هكتار العدد :الف الانتاج :طن

المحافظة	المساحة	عدد الأشجار	المثمر منها	الانتاج
السويداء	89	43.2	31.5	127
درعا	0	0	0	0
القنيطرة	0	0	0	0
ريف دمشق	7926	1830.4	1194.1	22712
حمص	4789	745.2	361.7	5809
حماة	59	19.9	18.9	234
الغاب	3	3.3	3.2	26
ادلب	580	175.8	175.8	2316
طرطوس	28	38.3	33.8	549
اللاذقية	43	61.8	55.5	1522
حلب	203	34.9	34.9	531
الرقة	150	43.5	28.9	578
دير الزور	101	45.1	27.3	586
الحسكة	13	7.5	2.2	24
المجموع	13984	3048.9	1967.8	35014

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي،المجموعة الإحصائية الزراعية، 2020.

مساحة وانتاج وغلة اجمالي البندورة (الحقلية) لعام 2020

جدول رقم(3): المساحة:هكتار الإنتاج : طن الغلة : كغ / هكتار

البيان	السقي			البعل			المجموع		
	مساحة	انتاج	غلة	مساحة	انتاج	غلة	مساحة	انتاج	غلة
السويداء	553	56620	102387	68	453	6662	621	57073	91905
درعا	3900	469620	120415	0	0	0	3900	469620	120415
القنيطرة	243	19440	80000	0	0	0	243	19440	80000
ريف دمشق	677	37908	55994	0	0	0	677	37908	55994
حمص	305	6906	22643	20	20	1000	325	6926	21311
حماة	679	17773	26175	279	363	1301	958	18136	18931
الغاب	121	2719	22471	0	0	0	121	2719	22471
ادلب	982	23100	23523	364	905	2486	1346	24005	17834
طرطوس	173	4167	24087	81	657	8111	254	4824	18992
اللاذقية	266	5611	21134	104	1351	12941	370	6962	18821
حلب	1537	43893	28558	250	1141	4564	1787	45034	25201
الرقة	850	21500	25294	0	0	0	850	21500	25294
دير الزور	2000	51380	25690	0	0	0	2000	51380	25690
الحسكة	1006	15090	15000	0	0	0	1006	15090	15000
المجموع	1329	775727	58363	1166	4890	4192	1445	780617	53992

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي،المجموعة الإحصائية الزراعية، 2020.

مساحة وانتاج وغلة اجمالي الخيار والقثاء لعام 2020

جدول رقم(4): المساحة:هكتار الإنتاج : طن الغلة : كغ / هكتار

المحافظة	السقي			البعل			المجموع		
	مساحة	انتاج	غلة	مساحة	انتاج	غلة	مساحة	انتاج	غلة
السويداء	68	1815	26691	92	403	4380	160	2218	13863
درعا	649	7195	11086	545	2605	4780	1194	9800	8208
القنيطرة	167	2004	12000	0	0	0	167	2004	12000
ريف	789	16616	21060	0	0	0	789	16616	21060
حمص	202	2709	13411	330	2460	7455	532	5169	9716
حماة	868	19159	22073	118.0	227	1924	986	19386	19661
الغاب	1311	16029	12227	0	0	0	1311	16029	12227
ادلب	1165	28182	24191	323	600	1858	1488	28782	19343
طرطوس	38	822	21632	3	6	2000	41	828	20195
اللاذقية	155.4	2300	14801	19	181	9526	174.4	2481	14226
حلب	1397	37190	26621	819	8542	10430	2216	45732	20637
الرقة	860	16287	18938	0	0	0	860	16287	18938
دير الزور	550	11203	20369	0	0	0	550	11203	20369
الحسكة	420	5880	14000	0	0	0	420	5880	14000
المجموع	8639	167391	19375	2249.0	15024	6680	10888	182415	16753

المصدر: وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي،المجموعة الإحصائية الزراعية، 2020.

جدول (5). تحويلاتُ الموضعِ النّسبيّ المئويّلرتبِ كاريت.

الدّرجة	%	الدّرجة	%	الدّرجة	%	الدّرجة	%	الدّرجة	%
19	94.49	39	71.14	59	32.42	79	6.81	99	0.09
18	95.08	38	72.85	58	34.25	78	7.55	98	0.2
17	95.62	37	74.52	57	36.15	77	8.33	97	0.32
16	96.11	36	76.12	56	38.06	76	9.17	96	0.45
15	96.57	35	77.68	55	40.01	75	10.06	95	0.61
14	96.99	34	79.17	54	41.97	74	11.03	94	0.78
13	97.37	33	80.61	53	43.97	73	12.04	93	0.97
12	97.72	32	81.99	52	45.97	72	13.11	92	1.18
11	98.04	31	83.31	51	47.98	71	14.25	91	1.42
10	98.32	30	84.56	50	50	70	15.44	90	1.68
9	98.58	29	85.75	49	52.02	69	16.69	89	1.96
8	98.82	28	86.89	48	54.03	68	18.01	88	2.28
7	99.03	27	87.96	47	56.03	67	19.39	87	2.69
6	99.22	26	88.97	46	58.03	66	20.93	86	3.01
5	99.39	25	89.94	45	59.99	65	22.32	85	3.43
4	99.55	24	90.83	44	61.94	64	23.88	84	3.89
3	99.68	23	91.67	43	63.85	63	25.48	83	4.38
2	99.8	22	92.45	42	65.75	62	27.15	82	4.92
1	99.91	21	93.19	41	67.48	61	28.86	81	5.51
0	100	20	93.86	40	69.39	60	30.61	80	6.14

المصدر: **(Garrettو Woodworth, 2020)**.

Summary

The aim of the research is to conduct an economic study for the manufacture of fruit and vegetable products and its impact on improving the standard of living of the rural population in the Damascus Suburbs Governorate in Sergaya district. It was achieved by estimating the total manufacturing costs and the economic returns achieved for the average agricultural season 2020/2021, in addition to determining the costs, margins and marketing efficiency of the studied products, and identifying the main problems related to their manufacture. The comprehensive inventory method was adopted and targeted all the manufacturers who manufacture vegetable products, as their number reached about 85 farmers.

The number of merchants of processed fruit and vegetable products reached about 22, who deal in buying and selling industrial products in Sergaya district and its affiliated villages.

The research relied on quantitative analysis and economic analysis based on economic indicators related to manufacturing costs, calculating the economic return, value added and net added value achieved from manufacturing goods in the study sample. The results of the analysis showed that all manufactured products achieved a rewarding economic return for the manufacturers, and a good added value, as well as real economic feasibility in terms of the studied economic indicators.Which was represented in the positive value of the net income index, the positive value of the gross margin index and the revenue-cost ratio index. The results also showed that the problem of merchants' control of prices occupied the first rank among the obstacles that the respondents faced in the manufacturing processes, and the provision of equipment needed for manufacturing occupied the first rank among the development proposals according to the respondents' opinion.

The value of marketing efficiency (1) was high for the products manufactured in all the study sample. The research recommended a number of recommendations, including encouraging manufacturers to market their products that they manufacture instead of relying on intermediaries and traders, and establishing a marketing authority for marketing manufactured products with the aim of supervising and controlling their sales operations to prevent monopoly and providing the necessary equipment for manufacturing, and working to reduce the prices of raw materials and their availability at appropriate times. And the provision of modern and advanced manufacturing equipment, in order to improve the level of marketing performance, in addition to reducing manufacturing and marketing costs.

Keywords: Processing, products, costs, marketing, added value, Sergaya.

Syrian Arab Republic
Damascus University
Faculty of Agriculture
Dep.of Agriculture Economics

An Economic study of manufacturing fruit and vegetable products and their impact on improving the standard of living of the rural population in the Damascus Governorate

(Sargayaa area as an example)

By

Eng. Tmmam Al Halbony

Supervisor

Prof. Shabab nasser **Dr. Afraa salloum**

Damascus 2022