



الجمهورية العربية السورية

جامعة دمشق

كلية الزراعة

قسم الاقتصاد الزراعي

دراسة اقتصادية لتسويق محصول البندورة في محافظة درعا

*An economical study for marketing tomato's
In Dara province*

دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الهندسة الزراعية

اختصاص: اقتصاد زراعي

تقديم

زهير صابر السعيد

إشراف

الأستاذ الدكتور علي محمود عبد العزيز

أستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي

كلية الزراعة – جامعة دمشق

العام الدراسي

٢٠٠٩



الجمهورية العربية السورية

جامعة دمشق

كلية الزراعة

قسم الاقتصاد الزراعي

دراسة اقتصادية لتسويق محصول البندورة في محافظة درعا

An economical study for marketing tomato's

In Dara province

دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الهندسة الزراعية

اختصاص: اقتصاد زراعي

تقديم

زهير صابر السعيد

إشراف

الأستاذ الدكتور علي محمود عبد العزيز

أستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي

كلية الزراعة – جامعة دمشق

العام الدراسي

٢٠٠٩



تصريح

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الماجستير في الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة دمشق وهي بعنوان (دراسة اقتصادية لتسويق محصول البندورة في محافظة درعا) وأن هذا البحث لم يسبق أن قُبِل للحصول على شهادة ، و هو غير مُقَدَّم حالياً للحصول على شهادة أخرى .

المرشح

زهير صابر السعيد

DECLARATION

This work has been submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master in the Department of agricultural Economic , faculty of agricultural, Damascus University , it is (An economical study for marketing tomato's in Dara province) , It is hereby declared that this work has not already been accepted for any degree , it is not has been submitted concurrently for any other degree .

Candidate

Zoheer Saber ALsaeed

شهادة

نشهد أن العمل الموصوف في هذه الرسالة (دراسة اقتصادية لتسويق محصول البندورة في محافظة درعا) هو نتيجة بحث علمي قام به المرشح زهير صابر السعيد تحت إشراف الأستاذ الدكتور علي محمود عبد العزيز من قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة – جامعة دمشق .
أي رجوع إلى بحث آخر في هذا الموضوع موثق ضمن النص .

المرشح

زهير صابر السعيد

المشرف

أ . د . علي محمود عبد العزيز

CERTIFICATION

It is hereby certified that work described in this thesis (An economical study for marketing tomato's in Dara province). It is result of the authors investigation under the supervision of Professor. Dr. A. Mahmod Abed ALazeez in the Department of agricultural Economic , faculty of agricultural, Damascus University , and any reverences to other researchers work has been duly acknowledged in the text .

Candidate

Zoheer Saber ALSaeed

supervision

Prof . Dr. A. Mahmod Abed Alazeez

لجنة الحكم

دراسة اقتصادية لتسويق محصول البندورة في محافظة درعا

نوقشت هذه الرسالة و أجيّزت بتاريخ ٢٨ / ٧ / ٢٠٠٩

أعضاء لجنة الحكم

التوقيع

الدكتور : سهيل خياط

أستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي ، جامعة البعث

الدكتور علي عبد العزيز

أستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي ، جامعة دمشق

الدكتور عبد الكريم مقداد

مدرس في قسم الاقتصاد الزراعي ، جامعة دمشق

شكر و تقدير

في غمرة بحثنا ... تلوح طيور النورس في الأفق ... و تستعد الموجة لتستريح على شاطئ الأمل بعد عناء السفر لكنها تبقى تواقاً لذلك البحر الذي طالما حملها في طياته طويلاً و تظل محدقة فيه بجفنين يفيضان حباً و عرفاناً بالجميل فالى كل بحار النور التي حملتنا فوق أهدابها و فتحت لنا قلوبها لنستقي منها ما نشاء ، نقدم الشكر و العرفان لأناس مخلصين هم مشاعل نور تنير القلب و الدرب للأجيال

الشكر كل الشكر و العرفان بالجميل للأستاذ الدكتور علي محمود عبد العزيز للجهود التي بذلها و الإرشادات العلمية القيمة التي قدمها لي خلال كافة مراحل تنفيذ هذا البحث .
وأتقدم بالشكر و الامتنان لأساتذة قسم الاقتصاد الزراعي بكلية الزراعة ، جامعة دمشق و أخص بالشكر الدكتور اسكندر إسماعيل رئيس القسم ، و الدكتور عبد الكريم مقداد و الدكتور محمود ياسين و الدكتور عبدو قاسم و الدكتور سمعان العطوان و الدكتور محمد العبد الله و الدكتور نواف فريجات و الدكتور أحمد العبد الله لتوجيههم لي أثناء فترة الدراسة .
و أشكر جميع العاملين في مديرية الزراعة و الإصلاح الزراعي بدرعا ، و أخص منهم المهندس عبد الحميد المسالمة لمساعدته لي خلال تنفيذ هذا البحث .
و أخيراً أتوجه بالشكر الجزيل للسادة أعضاء لجنة الحكم لتوجيهاتهم و ملاحظاتهم القيمة .

فهرس المحتويات

البيان	رقم الصفحة
المقدمة	١
الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة	٣
مشكلة البحث	٣
أهداف البحث	٣
مواد و طرق البحث	٣
ملخص نتائج البحث	٥
الفصل الثاني : الدراسة المرجعية	٦
الفصل الثالث : واقع و تطور مساحة و إنتاج و إنتاجية محصول البندورة	١٠
المساحات المزروعة بمحصول البندورة	١٠
إنتاج محصول البندورة	١٨
إنتاجية محصول البندورة	٢٥
الرقم القياسي لمساحة و إنتاج و إنتاجية محصول البندورة	٣٠
الفصل الرابع : تسويق محصول البندورة في محافظة درعا	٣٣
المسالك التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا	٣٣
التكاليف التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا	٣٧
الكفاءة التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا	٤٤
أسعار محصول البندورة في محافظة درعا	٤٨
الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا	٥٥
الفصل الخامس : تحليل نتائج الدراسة الميدانية	٦٩
دراسة تحليلية لتطور المساحة و الإنتاج و الإنتاجية لمحصول البندورة في سوريا و في محافظة درعا	٧١
دراسة تحليلية للعلاقة بين إجمالي التكاليف التسويقية وكل من تكاليف (الفرز و التدريج و التعبئة و النقل و العمولة)	٧٣
دراسة تحليلية للعلاقة بين التكاليف التسويقية و الهوامش التسويقية و الأسعار و الأرباح	٧٥
دراسة تحليلية لتطور الصادرات و الواردات من محصول البندورة في سوريا	٧٦

٧٨	الفصل السادس : التشريعات و معوقات تسويق محصول البندورة و الإستراتيجية المناسبة لتسويقه بالشكل الأمثل
٧٨	الإجراءات الحكومية المتخذة لتشجيع التسويق الزراعي وفعاليتها
٨٣	واقع و معوقات تسويق محصول البندورة في محافظة درعا
٨٥	الإستراتيجية المناسبة لتسويق محصول البندورة بالشكل الأمثل
٨٧	النتائج و التوصيات
٨٩	المراجع العلمية
٩١	ملخص باللغة الإنكليزية
٩٢	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١١	تطور المساحة المزروعة بمحصول البندورة على مستوى سوريا و على مستوى محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	١
١٢	مساحة محصول البندورة في المحافظات السورية لعام ٢٠٠٧	٢
١٤	تطور المساحات المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٣
١٦	تطور المساحات المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار الزراعي من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٤
١٨	تطور إنتاج محصول البندورة على مستوى سوريا و على مستوى محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٥
١٩	إنتاج محصول البندورة في المحافظات السورية لعام ٢٠٠٧	٦
٢١	تطور إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٧
٢٣	تطور إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار الزراعي من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٨
٢٥	إنتاجية محصول البندورة على مستوى سوريا و على مستوى محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٩
٢٦	إنتاجية محصول البندورة في المحافظات السورية لعام ٢٠٠٧	١٠
٢٨	تطور إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	١١
٢٩	تطور إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار الزراعي من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	١٢

١٣	الرقم القياسي لمساحة و إنتاج و إنتاجية محصول البندورة في سوريا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٣٠
١٤	الرقم القياسي لمساحة و إنتاج و إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٣١
١٥	التكاليف التسويقية للمنتج في حال التسويق إلى تاجر جملة في سوق الهال	٣٨
١٦	التكاليف التسويقية للمنتج في حال التسويق إلى معمل كونسروة	٤٠
١٧	التكاليف التسويقية للمنتج في حال التسويق إلى معمل فرز و توضيب	٤١
١٨	التكاليف الإنتاجية لمحصول البندورة في محافظة درعا عام ٢٠٠٧	٤٧
١٩	تطور الوسط السنوي لأسعار التجزئة لمحصول البندورة في مراكز المحافظات السورية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٤٩
٢٠	تطور الرقم القياسي لأسعار التجزئة لمحصول البندورة في سوريا و في درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٥٠
٢١	الوسط الشهري لأسعار التجزئة لمحصول البندورة في محافظة درعا لعام ٢٠٠٧	٥٢
٢٢	أسعار محصول البندورة التي يحصل عليها المزارع في محافظة درعا خلال المسالك التسويقية المختلفة لعام ٢٠٠٧	٥٤
٢٣	الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا خلال أشهر حزيران و تموز و آب عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى سوق الهال لعام ٢٠٠٧	٥٨
٢٤	الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا خلال أشهر حزيران و تموز و آب عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل كونسروة لعام ٢٠٠٧	٦٠
٢٥	الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا خلال أشهر حزيران و تموز و آب عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل فرز و توضيب لعام ٢٠٠٧	٦٢
٢٦	الهوامش التسويقية المختلفة لمحصول البندورة	٦٣

٢٧	الهوامش التسويقية و التكاليف التسويقية و الأسعار و الأرباح لمحصول البندورة في محافظة درعا لعام ٢٠٠٧	٦٤
٢٨	نسبة تغير الإنتاج و الصادرات و الواردات من محصول البندورة في سوريا من عام ١٩٩٨ حتى عام ٢٠٠٧	٨١
٢٩	كلفة وسعر الكيلو غرام الواحد من البندورة في سوريا و الأردن لعام ٢٠٠١	٨٢
٣٠	أعداد نواحي وقرى و سكان مناطق محافظة درعا لعام ٢٠٠٧	٩٤

فهرس المخططات و الرسوم البيانية

رقم	عنوان المخطط	رقم
-----	--------------	-----

المخطط	الصفحة
١	تطور مساحة محصول البندورة في سوريا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧
٢	تطور مساحة محصول البندورة في محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧
٣	المساحات المزروعة بمحصول البندورة في المحافظات السورية عام ٢٠٠٧
٤	تطور مساحة محصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧
٥	توزع مساحة محصول البندورة في محافظة درعا على المناطق الإدارية عام ٢٠٠٧
٦	تطور مساحة محصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧
٧	توزع مساحة محصول البندورة في محافظة درعا على مناطق الاستقرار عام ٢٠٠٧
٨	تطور إنتاج محصول البندورة في سوريا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧
٩	تطور إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧
١٠	إنتاج محصول البندورة المكشوفة في المحافظات السورية لعام ٢٠٠٧
١١	تطور إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧
١٢	توزع إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا على المناطق الإدارية عام ٢٠٠٧
١٣	تطور إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧
١٤	توزع إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا على مناطق الاستقرار عام ٢٠٠٧
١٥	تطور إنتاجية محصول البندورة في سوريا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧

	عام ٢٠٠٧	
٢٧	تطور إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	١٦
٢٧	إنتاجية محصول البندورة في المحافظات السورية عام ٢٠٠٧	١٧
٢٨	تطور إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	١٨
٢٩	تطور إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	١٩
٣٤	المسلك التسويقي الأول لمحصول البندورة	٢٠
٣٥	المسلك التسويقي الثاني لمحصول البندورة	٢١
٣٦	المسلك التسويقي الثالث لمحصول البندورة	٢٢
٣٩	التكاليف التسويقية للمنتج عندما يسوق إنتاجه إلى سوق الهال	٢٣
٥١	تطور متوسط أسعار التجزئة لمحصول البندورة في سوريا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧	٢٤
٥٣	المتوسط الشهري لأسعار التجزئة لمحصول البندورة في محافظة درعا عام ٢٠٠٧	٢٥
٥٤	أسعار محصول البندورة في محافظة درعا التي يحصل عليها المزارع في المسالك التسويقية المختلفة	٢٦
٦٧	الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا خلال المسالك التسويقية المختلفة	٢٧
٦٧	التكاليف التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا خلال المسالك التسويقية المختلفة	٢٨
٦٨	أرباح محصول البندورة في محافظة درعا خلال المسالك التسويقية المختلفة	٢٩
٦٨	أسعار محصول البندورة في محافظة درعا خلال المسالك التسويقية المختلفة	٣٠
٩٦	خارطة محافظة درعا	٣١

المقدمة

يعد محصول البندورة واحد من أهم محاصيل الخضراوات الأساسية في التغذية عند معظم شعوب العالم ، رغم احتواء البندورة على نسبة عالية من الماء لها قيمة غذائية مرتفعة ولا ترجع

قيمتها الغذائية المرتفعة لكونها مصدراً للطاقة فكثير من الخضروات و المحاصيل الغذائية الأخرى تفوقها في هذا المجال و لكنها ترجع إلى ما تحتويه من أملاح و فيتامينات و أحماض عضوية ذات أهمية غذائية كبيرة ، ويحتوي كل ١٠٠ غرام من ثمار البندورة الطازجة وسطياً على ٦,٥ % مادة جافة تعطي ٢٢ وحدة حرارية يدخل في تركيبها وسطياً ٤,٧ غرام كربوهيدرات و نحو ١,١ غرام بروتين و نحو ١ % أحماض عضوية و بخاصة حامض الليمون و حامض التفاح و حامض الأوكساليك و آثار من حامض الطرطريك كما تحتوي ٠,٦ غرام أملاح معدنية أهمها أملاح البوتاسيوم (٢٢٤ مغ) و الفوسفور (٢٧ مغ) و الكالسيوم (١٣ مغ) و الحديد (٠,٥ مغ) كما تحتوي ثمار البندورة أيضاً على مجموعة من الفيتامينات منها ٩٠٠ وحدة دولية من فيتامين A و (٠,٦ مغ) من فيتامين B1 و (٠,٠٤ مغ) من فيتامين B2 و (٠,٧ مغ) من فيتامين B5 و (٠,٠٦ مغ) من فيتامين C علماً بأن محتوى الثمار من فيتامين C يتأثر بحالة الجو حيث يقل المحتوى في الجو الملبد بالغيوم و يزداد في الجو المشمس وعلى الرغم من أن البندورة لا تعد من الخضار الغنية بفيتامين C و A إلا أن استهلاكها بكميات كبيرة يجعلها مصدراً رئيسياً لهذين الفيتامينين و إلى جانب ما تقدم تحتوي بذور البندورة على زيت بنسبة ٢٤ % يتم استخلاصه في مصانع الحفظ يستخدم في السلطات و في صناعة الصابون ، و كذلك يعد محصول البندورة واحد من أهم محاصيل الخضر اقتصادياً و أوسعها انتشاراً في العالم و من المعتقد أن البندورة المزروعة ترجع في نشأتها إلى سلالات البندورة ذات الثمار الكرزية من الصنف النباتي L.es,var.cerasiform و التي تنمو بحالة طبيعية برية في الأماكن الجبلية من أمريكا الوسطى و الجنوبية، لذا فان الموطن الأصلي للبندورة هو أميركا الوسطى و الجنوبية و بخاصة المكسيك و البيرو و بوليفيا و الأكوادور و منها انتقلت إلى أوروبا و لا سيما اسبانيا و البرتغال في منتصف القرن السادس عشر الميلادي (١٥٥٤ م) و من جبال البيرينه انتقلت إلى دول البحر المتوسط ولا سيما إيطاليا و منها إلى سوريا و مصر و غيرها من الدول الواقعة في هذه المنطقة في أواسط القرن التاسع عشر الميلادي (١٨٥٠ - ١٨٥٤ م) . و زرعت البندورة في البداية في أوروبا كنبات طبي و تزييني و ساد الاعتقاد لفترة طويلة أن البندورة من النباتات السامة . أما زراعتها كمحصول خضري فقد بدأت أولاً في اسبانيا و إيطاليا ثم في هولندا و بريطانيا و بعد ذلك في فرنسا و غيرها من البلدان الأوروبية ذات المناخ الدافئ ومن أوروبا انتقلت البندورة إلى أمريكا الشمالية منتصف القرن الثامن عشر (١٧٨١ م) و يعتقد أن تسمية البندورة في اللغات الأوروبية انحدرت من كلمة zitomate أو من كلمة zitotomate التي استعملها الهنود الحمر عند زراعتهم محصول البندورة .

و في سوريا يعد محصول البندورة من أهم محاصيل الخضر إنتاجاً و تصديراً حيث بلغ إنتاج هذا المحصول عام ٢٠٠٧ حوالي ١٢٢١٤٤١ طن على مستوى القطر منها ٧٢٠٢٣٧ طن

بندورة مكشوفة أي حوالي ٥٨,٩٦ % من إجمالي إنتاج القطر من محصول البندورة و ٥٠١٢٠٤ طن بندورة محمية أي حوالي ٤١,٠٤ % من إجمالي إنتاج القطر من محصول البندورة و على مستوى سوريا تحتل محافظة درعا المرتبة الأولى في إنتاج محصول البندورة المكشوفة تليها محافظة القنيطرة ثم محافظة الحسكة ثم محافظة دير الزور ثم محافظة ريف دمشق ثم محافظة حلب ، حيث تتم في محافظة درعا زراعة محصول البندورة على عروتين (صيفية و خريفية) و قد بلغ إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة عام ٢٠٠٧ حوالي ٢٣٤٤٩٤ طن أي حوالي ٣٢,٥ % من إجمالي إنتاج القطر من محصول البندورة المكشوفة منها ١٧٦٨٢٩ طن بندورة صيفية و ٥٧٦٦٥ طن بندورة خريفية أي أن محافظة درعا تنتج ٣١,٢٨ % من إجمالي البندورة الصيفية في سوريا و حوالي ٥٢,٢١ % من إجمالي البندورة الخريفية على مستوى سوريا .

وإن هناك دور مهم و فعال للتسويق الزراعي في تحقيق زيادة الإنتاج و بالتالي زيادة الصادرات و تقليل الواردات الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق الاكتفاء الذاتي و تحقيق الأمن الغذائي و إن تنظيم عملية التسويق تؤدي إلى استقرار الأسعار الأمر الذي يؤدي بدوره إلى دفع عملية التنمية و خلق فرص عمل جديدة وغيرها الكثير من المنافع المباشرة و غير المباشرة . و عند الحديث عن صادرات و واردات محصول البندورة على مستوى سوريا نجد أن إجمالي صادرات البندورة عام ٢٠٠٧ بلغ حوالي ٤٩٣,٩٣١ ألف طن في حين بلغ إجمالي الواردات للعام نفسه حوالي ٨٩,٢٤٧ ألف طن .

الفصل الأول

الإطار النظري للدراسة

مشكلة البحث

إن عملية تسويق محصول البندورة في محافظة درعا لم ترق إلى مستوى يوازي التطور الحاصل في الإنتاج مما خلق حالة عدم توازن بين الإنتاج و التسويق ، و هذا انعكس بدوره على تدني الأسعار بشكل كبير مما سبب خسائر كبيرة للمزارعين ، وبما أن الدراسات الاقتصادية الخاصة بعملية التسويق الزراعي قليلة جدا و خصوصا فيما يتعلق بتسويق محصول البندورة على الرغم من الحاجة الملحة و المتنامية لها برزت الحاجة لدراسة تسويق محصول البندورة في محافظة درعا من أجل حل مشكلة فائض الإنتاج من هذا المحصول و نقل المزارعين من حالة الخسارة إلى حالة الربح و ما ينتج عن ذلك من تحسين لمستوى معيشتهم اقتصادياً و اجتماعياً.

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى :

- ١- دراسة تطور مساحة وإنتاج وإنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا.
- ٢- دراسة المسالك التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا .
- ٣- دراسة التكاليف التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا .
- ٤- دراسة الكفاءة التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا .
- ٥- دراسة أسعار محصول البندورة في محافظة درعا .
- ٦- دراسة الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا .
- ٧- دراسة واقع و معوقات تسويق محصول البندورة في محافظة درعا .
- ٨- دراسة الإستراتيجية المناسبة لتسويق محصول البندورة بالشكل الأمثل .

مواد و طرائق البحث

مصادر المعلومات

البيانات الثانوية

تم الاستعانة بالبيانات الصادرة عن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بالإضافة لمديرية الزراعة و الإصلاح الزراعي بمحافظة درعا إضافة إلى المراجع العلمية و البحوث و الدراسات المنشورة و الأبحاث الموجودة على الانترنت .

البيانات الأولية

تم جمع البيانات من المنتجين و التجار و المصنعين للاستفادة منها في التحليل و استخراج النتائج و الاقتراحات و ذلك عن طريق استبيان صممت لهذه الغاية .

طرق البحث

تم جمع البيانات و تبويبها بشكل مناسب و استخدمت في تحليلات اقتصادية و رياضية مع الاستعانة ببرنامج Excel و برنامج التحليل الإحصائي Spss.

منطقة الدراسة

▪ **اختيار القرى :** نفذت هذه الدراسة في محافظة درعا في المناطق الإدارية (درعا - ازرع - الصنمين) وتم اختيار حوالي ١٠% من إجمالي عدد قرى كل منطقة يراعى فيها الانتشار الجغرافي بحيث تغطي كافة اتجاهات المحافظة وبناءً عليه تم اختيار ٦ قرى من منطقة درعا والبالغ عدد قراها ٦٠ قرية و ٤ قرى من منطقة ازرع والبالغ عدد قراها ٤١ قرية و ٤ قرى من منطقة الصنمين والبالغ عدد قراها ٣٧ قرية وتم اختيار القرى بالطريقة العشوائية البسيطة .

▪ **اختيار المزارعين :** تم اختيار ١٠% من إجمالي عدد مزارعي البندورة في محافظة درعا و البالغ عددهم حوالي ٨٠٠ مزارع و بناءً عليه تم اختيار عينة مكونة من ٨٠ مزارع وتم اختيار هؤلاء المزارعين من كل منطقة إدارية حسب مساهمة كل منطقة في كمية الإنتاج الكلي للمحافظة من محصول البندورة و بناءً عليه تم اختيار ٣٨ مزارع من منطقة درعا والتي تساهم بحوالي ٤٦% من إنتاج المحافظة و ٣٠ مزارع من منطقة ازرع والتي تساهم بحوالي ٣٨% من إنتاج المحافظة و ١٢ مزارع من منطقة الصنمين والتي تساهم بحوالي ١٦% من إنتاج المحافظة و تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة .

▪ **اختيار التجار :** تم اختيار ١٠/تجار جملة من التجار الذين يشترون محصول البندورة من المنتج و بناءً عليه تم اختيار ٣ تجار جملة من سوق هال درعا و ٣ تجار جملة من سوق هال طفس و ٤ تجار جملة من سوق هال دمشق وكذلك تم اختيار ١٠/ تجار تجزئة في محافظة درعا وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة.

▪ **اختيار المعامل :** تم اختيار (٥) معامل كونسروة و كذلك تم اختيار ٣/ معامل فرز و توضيب تعمل في تصدير البندورة وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة .

ملخص نتائج البحث

بينت النتائج أن محصول البندورة ينتج في محافظة درعا بكميات كبيرة ، حيث بلغت الكمية المنتجة في محافظة درعا عام ٢٠٠٧ حوالي ٢٣٤٤٩٤ طن و يتم تسويق الإنتاج إلى أسواق الهال بدمشق و درعا و طفس (٦٢,٩٨% من إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة يسوق إلى أسواق الهال وخاصة سوق الهال بدمشق حيث يسوق ٥٥% من إنتاج المحافظة من محصول البندورة إلى هذا السوق) كما يسوق قسم من الإنتاج إلى معامل الكونسروة ومعامل الفرز و

التوضيب (٣٢,٠٧% من إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة يسوق إلى معامل الكونسروة و ٤,٩٥% من إنتاج محافظة درعا يسوق إلى معامل الفرز و التوضيب)، كما أظهرت النتائج ارتفاع التكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع في حال التسويق إلى سوق الهال (بلغت التكاليف التسويقية في حال التسويق إلى سوق الهال حوالي ٢,١٣١ ل س / كغ) مقارنة مع التكاليف التسويقية في حال التسويق إلى معامل الكونسروة ومعامل الفرز و التوضيب (بلغت التكاليف التسويقية في حال التسويق إلى معمل كونسروة حوالي ٠,٠٩٢ ل س / كغ و بلغت التكاليف التسويقية في حال التسويق إلى معامل الفرز و التوضيب حوالي ٠,٣٣٨ ل س / كغ) وبينت الدراسة أيضاً انخفاض السعر الذي يحصل عليه مزارع البندورة في محافظة درعا مقارنة مع تكاليف الإنتاج والتكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع (السعر الذي يحصل عليه المزارع في حال التسويق إلى سوق الهال حوالي ٥,٧٩ ل س / كغ و السعر الذي يحصل عليه المزارع في حال التسويق إلى معمل كونسروة حوالي ٣,٦٩ ل س / كغ و السعر الذي يحصل عليه المزارع في حال التسويق إلى معامل الفرز و التوضيب حوالي ٥ ل س / كغ) إن ارتفاع التكاليف التسويقية أدى إلى ارتفاع الهوامش التسويقية وعلى الرغم من ارتفاع الهوامش التسويقية إلا أن هامش الربح الذي يحصل عليه المزارع ما زال منخفضاً مقارنة مع التكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع و بينت النتائج ارتفاع الهامش التسويقي لتاجر الجملة في سوق الهال بسبب ارتفاع هامش الربح الذي يحصل عليه وتبين ارتفاع الهامش التسويقي لتاجر التجزئة بسبب ارتفاع هامش الربح الذي يحصل عليه وارتفاع التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة و تبين ارتفاع الهامش التسويقي لمعمل الكونسروة بسبب ارتفاع التكاليف التسويقية لمعمل الكونسروة (بسبب الاعتماد على العبوات المستوردة مرتفعة الثمن) و تبين ارتفاع الهامش التسويقي لمعمل الفرز و التوضيب بسبب ارتفاع هامش الربح الذي يحصل عليه معمل الفرز و التوضيب وارتفاع التكاليف التسويقية التي يتحملها معمل الفرز و التوضيب ، إن تعدد الحلقات التسويقية لمحصول البندورة و ازدياد عدد الوسطاء و ارتفاع الهوامش التسويقية لكل منهم و ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج أدى إلى وصول البندورة و رب البندورة إلى المستهلك بأسعار مرتفعة .

الفصل الثاني

الدراسة المرجعية

ذكر أبو قحف عبد السلام عام (٢٠٠١) أن التسويق الدولي أصبح يحتل أهمية ذات طابع خاص لأن الأسواق الأجنبية أصبحت تمثل جزء كبير من السوق العالمية ، والصراع قائم بين المنافسين لزيادة حصصهم السوقية من سوق لآخر ، بالإضافة إلى أن الأسواق الأجنبية تعتبر مصدراً جيداً للسلع منخفضة التكاليف ومصدراً للتكنولوجيا ورأس المال و المواد الخام و الأرباح .

وبين الأشرم محمود عام (١٩٩٤) أن السوق هو المؤشر الأول على مدى ربحية المشروع وأن التكلفة تقدر من أسواق المدخلات ويقدر العائد في أسواق المخرجات أو المنتجات وهذه العلاقة بين التكلفة و العائد هي المعيار الأساسي الذي يحدد ربح المشروع .

ووجد الحرزلي توفيق عام (٢٠٠٧) أن ارتفاع التكاليف التسويقية قد يسبب ارتفاع الهوامش التسويقية لتصل في بعض الأحيان إلى نحو ٥٠ % .

و يرى الخير طارق و رفاقه عام (٢٠٠٤) أن النشاط التسويقي يعد من أهم الوظائف لجميع المنشآت و المنظمات الاقتصادية و الاجتماعية و الخدمية و أن وظيفة التسويق كباقي وظائف المشروع تخضع عناصرها كلها أو نشاطاتها لمهارات و فنون الأداء في ظل عدد من المبادئ و الأصول و التقانات التسويقية بالاعتماد على إدارة علمية سليمة في تخطيطها و تنظيمها و توجيهها و متابعتها .

ويرى الزيتوني بلقاسم عام (٢٠٠٧) أن السعر يعتبر الحافز الأساسي للشراء بالنسبة لأغلب المستهلكين ، وفي بعض الأحيان المنظور الشخصي للقاسم المشترك (جودة ، سعر) .

ويرى الصحن فريد عام (١٩٩٣) أنه يمكن أن تقوم إدارة الإنتاج بإنتاج سلعة معينة بكميات كبيرة وتكلفة مناسبة وقد تضع إدارة البحوث و التطوير تصميماً جذاباً للسلعة وتوفر الإدارة المالية التمويل الكافي ... إلخ ولكن هذه الجهود لن تؤتي ثمارها إلا بالتسويق الفعال للمنتجات .

ويرى العبدلي قحطان و علاق بشير عام (١٩٩٩) أن الأخذ بفلسفة التوجه بالمنتج والتركيز على العملية الإنتاجية وليست التسويقية أي إنتاج أكبر قدر ممكن أن يؤدي إلى ما يسمى بقصر النظر التسويقي Marketing myopia .

وأكد الهندي عطية عام (٢٠٠٧) أن لدى سورية إمكانات كبيرة لإنتاج وتصدير البندورة موضعاً ضرورة التوسع في تصدير البندورة خاصة أن هذا المحصول لديه ميزات نسبية بفضل الانخفاض النسبي لأجور العمالة السورية وتوفر المناخ الملائم لزراعته في سورية ، كما أنه ممكن أن يكون مصدر للقطع الأجنبي بالإضافة إلى مساهمته في تشغيل اليد العاملة في إنتاج البندورة و تصنيعها .

ويرى بوراس متيادي عام (١٩٩٢) أن زراعة الخضراوات وزيادة إنتاجها تعطي قدر كبير من الربح أكبر مما يعطيه كثير من المحاصيل الأخرى وتحقق عائد سريع ويمكن تصدير الكثير منها للأسواق الخارجية مما يحقق فائض من العملات الصعبة يسهم في رفع مستوى المعيشة وزيادة الدخل القومي .

وبين حبيب مطانيوس عام (١٩٩٦) أن الأنشطة التسويقية تلعب دور مهم في عدة جوانب أهمها زيادة الإنتاج وتحقيق الأمن الغذائي و تقليل الواردات وزيادة الصادرات وتحسين ميزات المدفوعات والحد من ارتفاع الأسعار للمنتجات الموسمية ووجد أن سكان الدول النامية يخصصون ٥٠ - ٨٠% من دخلهم لشراء المواد الغذائية يذهب منها ما بين ٤٠ - ٥٠% للخدمات التسويقية .

ويرى عقيلي عمر وصفي عام (١٩٩٤) أن التسويق يلعب دور كبير في تحقيق النمو و الازدهار الاقتصادي فعلى المستوى القومي يؤدي وجود نظام تسويقي جيد و متكامل إلى رفع حجم التبادل التجاري مع البلدان الأخرى و تحقيق الأرباح و زيادة حصيلة الدولة من القطع الأجنبي مما يؤدي بالنتيجة إلى التنمية الاقتصادية و الرفاهية لأبناء المجتمع و بالطبع هذا لا يكون إلا بوجود نشاط إنتاجي جيد و نظام تسويقي ناجح .

و يرى عبد العزيز علي عام (١٩٩٤) أن مجال علم الاقتصاد الزراعي واسع إذ يتناول دراسة الأسواق الداخلية و التجارة الخارجية و الدورات الاقتصادية و غير ذلك .

ويرى عبيدات محمد إبراهيم عام (١٩٩١) أن التسويق سعي إلى التحري و الكشف عن حاجات المستهلكين و رغباتهم المدركة و غير المدركة في سبيل توفير وسائل الإشباع الضرورية .

وبين عبد الفتاح محمد سعيد عام (١٩٩٢) أن التسويق هو النشاط الذي بواسطته يمكن أن تصل السلع و الخدمات إلى الأسواق المختلفة وأن الإنتاج هو النشاط المتعلق بتحويل المواد الأولية و المواد الخام إلى سلع تامة الصنع .

و بين عبد العزيز سمير عام (١٩٩٤) أن دراسة الجدوى التسويقية تهدف إلى التعرف على الجوانب المختلفة لسوق السلعة التي يتجه المشروع نحو إنتاجها لتقدير حجم المبيعات الذي يمكن أن يحققه حالياً و مستقبلاً و كذلك رسم السياسة التسويقية المناسبة .

و يرى ياسين محمود عام (١٩٩١) أن الإدارة التسويقية الحديثة تعتمد على اتخاذ القرارات الإدارية بالاعتماد على احتياجات المستهلك و تفضيلاته ومن الناحية التنظيمية فان الإدارة التسويقية في المزرعة توضع على قدم المساواة مع إدارة الإنتاج و التمويل لأن من القرارات التسويقية ما يجب اتخاذه قبل بدء الدورة الإنتاجية .

و يرى ياسين محمود و عبد العزيز علي عام (١٩٩٨) من الممكن أن تعمل كل منطقة على إنتاج ما تحتاجه من السلع الزراعية لاستهلاكها ضمن حدودها و بذلك تكون التكاليف التسويقية قليلة و لكن ذلك يتم على حساب زيادة التكاليف الإنتاجية ، أما إذا طبق مبدأ التخصص بحيث تنتج كل منطقة الحاصلات الزراعية التي تتناسب مع ظروفها المناخية و شروطها الاقتصادية فإن ذلك سوف يؤدي إلى انخفاض التكاليف الإنتاجية و ارتفاع في التكاليف التسويقية و لكن بدرجة أقل .

و يرى ياسين محمود و عبد العزيز علي عام (٢٠٠٦) أن التسويق هو توزيع السلع و الخدمات و يشمل جميع الأنشطة التي تتصل مباشرة بإنتاج السلعة مثل النقل و التخزين و التوزيع و البيع و جميع الجهود التي يبذلها تجار الجملة و التجزئة .

وجد البنك الدولي للإنشاء و التعمير عام (٢٠٠٢) أن بعض البلدان نجحت في تسخير الإصلاحات الموجهة للسوق في تحسين رفاهية الناس جميعهم ولكن في بلدان أخرى لم تمنح الأسواق الناس من الحوافز ما يجعلهم ينخرطون في تجارة أوسع و لا منحتهم القدرة على استثمار مهاراتهم و مواردهم بالكامل و لا الفرص لزيادة دخولهم .

وفي دراسة قامت بها جاياكا (وكالة التعاون الدولي اليابانية) عام (٢٠٠٢) وجدت أن معدل الاستهلاك العالمي من البندورة حوالي ١٩ كغ / الفرد/ السنة بينما معدل الاستهلاك من البندورة في سورية مرتفع حوالي ٢٤,٦ كغ/الفرد/السنة .

و في دراسة قامت بها منظمة الأغذية و الزراعة العالمية (مصلحة الزراعة و حماية المستهلك) عام (٢٠٠٥) وجدت أن عدد كبير من المزارعين يبيع مخرجاتهم لعدد قليل نسبيا من التجار الذين يزودون أسواق الجملة التي تقوم بدورها بتزويد أسواق التجزئة و منافذ أخرى .

و وجد محمود يوسف و رفاقه عام (٢٠٠٥) أن التسويق الزراعي يزداد أهمية في البلدان النامية حيث تسعى جاهدة لحل مشكلة الغذاء و تحقيق الأمن الغذائي كما وجهت الجهود التنموية باتجاه زيادة الإنتاج مما خلق فائض كبير في بعضها عجزت أجهزتها المحلية عن تصريفه و انعكس سلبا على العملية الإنتاجية و نتج عن ذلك تدني الأسعار و تحمل المزارعين خسائر جسيمة .

وبين Kotler عام (١٩٧٦) أنه لا يكفي للقائمين على التسويق أن ينفوا سلعهم حسب حاجات السوق بل عليهم تحقيق تفوق استراتيجي من خلال عرض بضائعهم و خدماتهم بحيث يتعود المستهلكون عليها أكثر من اقتراحات المنافسين .

ويرى Keith عام (١٩٨٥) أنه هناك ثورة تسويقية نتيجة لتطوير التسويق بحيث أصبح من أهم الوظائف في مجال الأعمال ، ويعني ذلك أن الاهتمام تحول من مشاكل الإنتاج إلى مشاكل التسويق من السلعة التي يمكن للمشروع أن ينتجها، إلى السلعة التي يريد المستهلك من المشروع أن ينتجها.

الفصل الثالث

واقع و تطور مساحة و إنتاج و إنتاجية محصول البندورة

١- المساحات المزروعة بمحصول البندورة

بلغت المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا عام ١٩٩٧ حوالي ١٩٢٠ هكتار و ازدادت المساحة المزروعة عام ١٩٩٩ لتصل إلى ٢٦٧٠ هكتار بسبب السماح بحفر آبار جديدة و دخول هذه الآبار في الخطة الزراعية لمحافظة درعا و في عام ٢٠٠٣ عاودت

المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا للانخفاض لتصل إلى ٢١٨٨ هكتار بسبب حصر الآبار الزراعية وامتناع عدد كبير من المزارعين عن التصريح بامتلاكهم لآبار زراعية و بالتالي خروج هذه الآبار من الخطة الزراعية لمحافظة درعا و في عام ٢٠٠٦ حدث انخفاض كبير في المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا لتصل إلى ١٧٦٠ هكتار بسبب خروج ٤ سدود من الاستثمار وهذه السدود هي (سد عدوان - سد غدير البستان - سد تسيل - سد طفس) بسبب أعمال الصيانة و في عام ٢٠٠٧ ارتفعت المساحة المزروعة بمحصول البندورة لتصل إلى ٢٣٦٩ هكتار، وعلى مستوى سوريا نلاحظ أن المساحة المزروعة بمحصول البندورة السقي ثابتة نسبياً ففي عام ١٩٩٧ كانت حوالي ١٠٩٨٢ هكتار و في عام ٢٠٠٣ كانت حوالي ١٠٩٢٥ هكتار و في عام ٢٠٠٧ أصبحت حوالي ١٣٤٠٢ هكتار أما المساحة المزروعة بمحصول البندورة البعل نلاحظ انخفاض تدريجي في مساحة البندورة البعل على مستوى سوريا ففي عام ١٩٩٧ كانت مساحة البندورة البعل حوالي ٦٢٦٥ هكتار انخفضت عام ٢٠٠٠ إلى ٤٣١٨ هكتار و في عام ٢٠٠٣ أصبحت المساحة المزروعة بمحصول البندورة البعل حوالي ٣٤٠٧ هكتار و في عام ٢٠٠٦ أصبحت المساحة المزروعة بمحصول البندورة البعل حوالي ٢٥٧٦ هكتار و في عام ٢٠٠٧ أصبحت المساحة المزروعة بمحصول البندورة البعل حوالي ١٨٣٣ هكتار

إن سبب انخفاض مساحة البندورة البعل في سوريا هو تناقص معدلات الأمطار في سوريا نلاحظ أن المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا كانت تشكل حوالي ١١,١٣% من إجمالي مساحة محصول البندورة على مستوى سوريا عام ١٩٩٧ وفي عام ٢٠٠٥ أصبحت تشكل حوالي ١٩,٤٢% من إجمالي مساحة محصول البندورة على مستوى القطر وفي عام ٢٠٠٧ أصبحت تشكل حوالي ١٥,٥% من إجمالي مساحة محصول البندورة على مستوى القطر ، إن كامل المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا تعتمد على السقي و لا توجد زراعة بعلية لمحصول البندورة في محافظة درعا حيث أن المساحة المزروعة بالبندورة السقي في محافظة درعا كانت تشكل حوالي ١٧,٤٨% عام ١٩٩٧ من إجمالي المساحة المزروعة بمحصول البندورة السقي في القطر وفي عام ٢٠٠٥ أصبحت المساحة المزروعة بمحصول البندورة السقي في محافظة درعا تشكل ١٤,٧٥% من إجمالي المساحة المزروعة بمحصول البندورة السقي في القطر وفي عام ٢٠٠٧ أصبحت المساحة المزروعة بمحصول البندورة السقي في محافظة درعا تشكل ١٧,٧% من إجمالي المساحة المزروعة بمحصول البندورة السقي في القطر ، هذا و يزرع محصول البندورة المكشوفة في كل المحافظات السورية تقريباً و كانت أكبر مساحة مزروعة في سوريا عام ٢٠٠٧ في محافظة دير الزور ٢٦٢٨ هكتار تليها محافظة درعا

٢٣٦٩ هكتار ثم محافظة القنيطرة ١٨٩٨ هكتار ثم محافظة حلب ١٣٩٠ هكتار ثم محافظة الحسكة ١٣٨٥ هكتار و كانت أقل مساحة مزروعة في محافظة السويداء ٣٢٣ هكتار .
جدول (١) يبين تطور المساحة المزروعة بمحصول البندورة على مستوى سوريا و على مستوى محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : هكتار

السنة	مساحة البندورة في محافظة درعا			مساحة البندورة في سوريا		
	سقي	بعل	الإجمالي	سقي	بعل	الإجمالي
١٩٩٧	١٩٢٠	—	١٩٢٠	١٠٩٨٢	٦٢٦٥	١٧٢٤٧
١٩٩٨	١٥٠٠	—	١٥٠٠	٩٨٥٣	٦٩٦٢	١٦٨١٥
١٩٩٩	٢٦٧٠	—	٢٦٧٠	٩٧٥١	٣٨٤٥	١٣٥٩٦
٢٠٠٠	٢٩٢٢	—	٢٩٢٢	١٣٣٣٨	٤٣١٨	١٧٦٥٦
٢٠٠١	٢٣١٢	—	٢٣١٢	٩٩٦٦	٥٨٥٤	١٥٨٢٠
٢٠٠٢	٢٨٦٧	—	٢٨٦٧	١٢٣٨٠	٤٢٢١	١٦٦٠١
٢٠٠٣	٢١٨٨	—	٢١٨٨	١٠٩٢٥	٣٤٠٧	١٤٣٣٢
٢٠٠٤	٢٠٤٨	—	٢٠٤٨	١١٩٧٩	٢٦٧٦	١٤٦٥٥
٢٠٠٥	٢٤٥٠	—	٢٤٥٠	١٠٤٨٤	٢١٣١	١٢٦١٥
٢٠٠٦	١٧٦٠	—	١٧٦٠	١١٩٣١	٢٥٧٦	١٤٥٠٧
٢٠٠٧	٢٣٦٩		٢٣٦٩	١٣٤٠٢	١٨٣٣	١٥٢٣٥

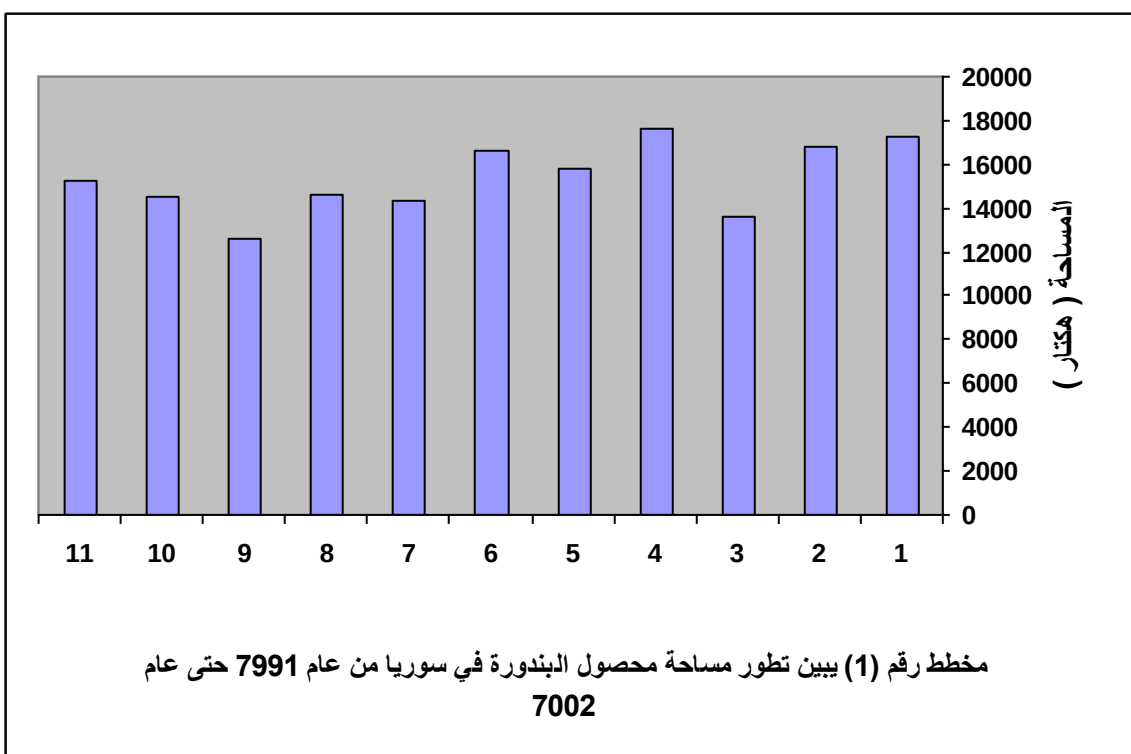
المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على المعلومات الواردة في المجموعات الإحصائية الزراعية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ .

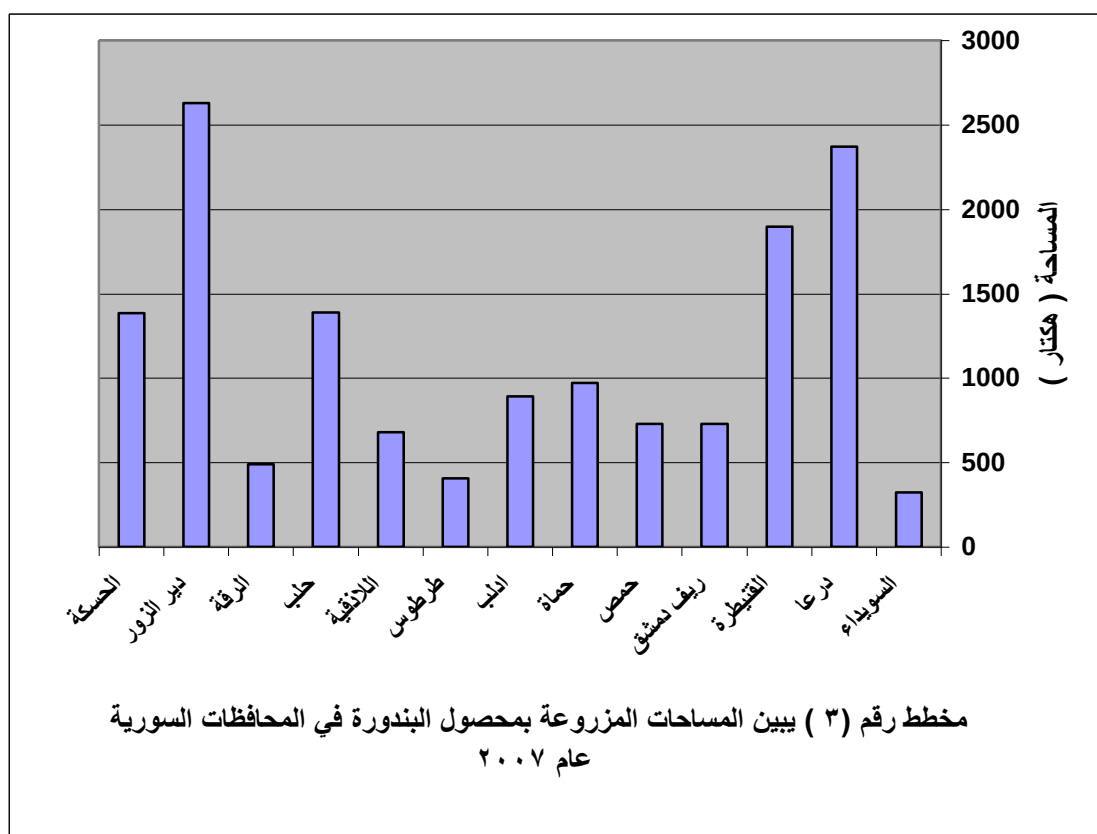
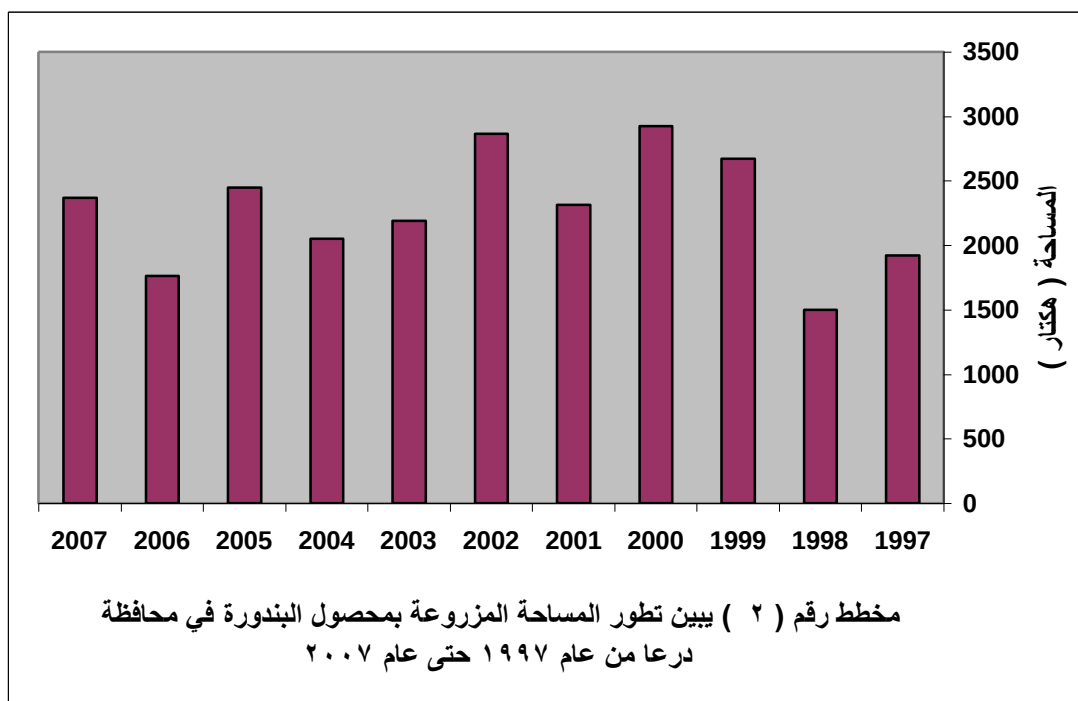
جدول (٢) يبين مساحة محصول البندورة في المحافظات السورية لعام ٢٠٠٧

المحافظة	المساحة (هكتار)
السويداء	٣٢٢
درعا	٢٣٦٩
القنيطرة	١٨٩٨
ريف دمشق	٧٢٩
حمص	٧٢٧

٩٧٠	حماة
٨٩٢	ادلب
٤٠٤	طرطوس
٦٧٧	اللاذقية
١٣٩٠	حلب
٤٨٩	الرقّة
٢٦٢٨	دير الزور
١٣٨٥	الحسكة

المصدر : المجموعة الإحصائية الزراعية لعام ٢٠٠٧





١-١- المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية
يزرع محصول البندورة في محافظة درعا في المناطق الإدارية التالية (درعا - ازرع - الصنمين) حيث أن المساحة المزروعة في منطقة درعا عام ٢٠٠٧ بلغت حوالي ١٠٨٧ هكتار

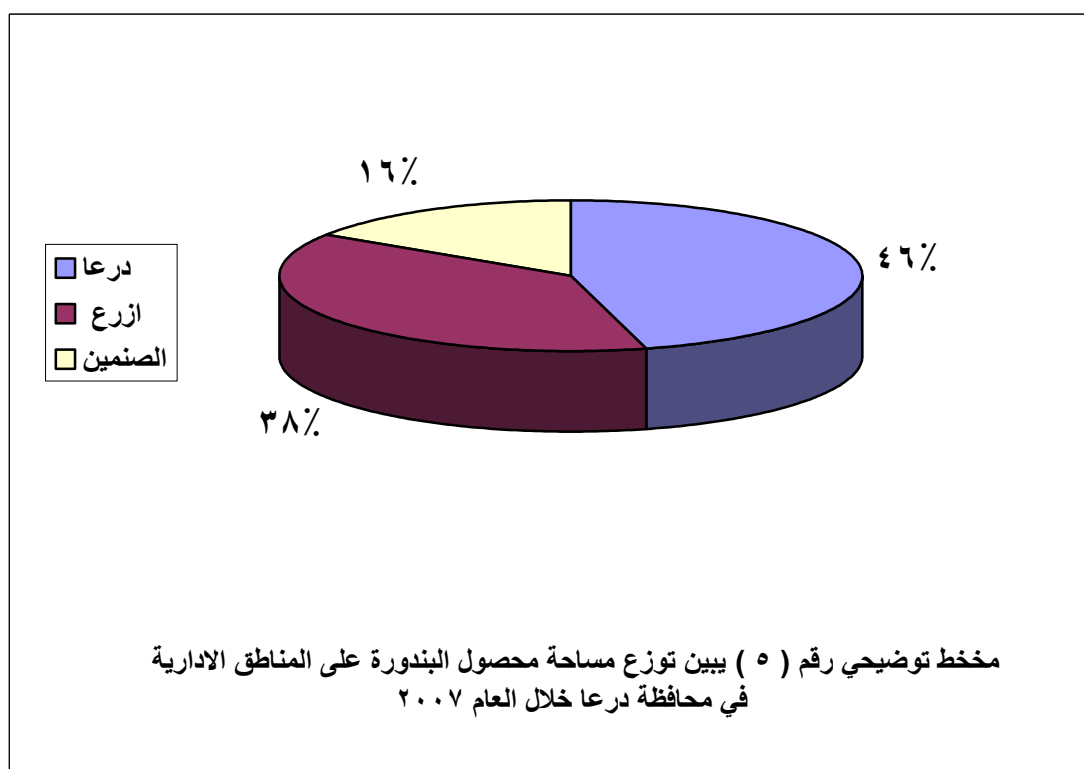
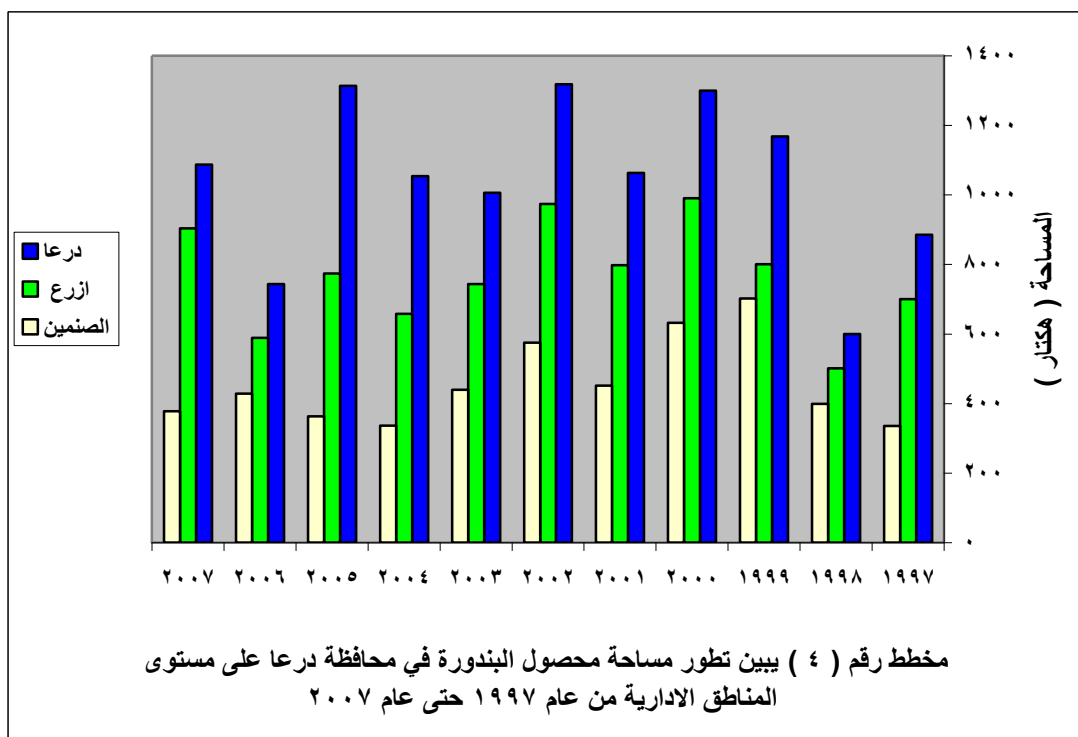
وهي تشكل حوالي ٤٦% من إجمالي المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا و بلغت المساحة المزروعة بمحصول البندورة في منطقة ازرع عام ٢٠٠٧ حوالي ٩٠٤ هكتار وهي تشكل حوالي ٣٨% من إجمالي المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا و بلغت المساحة المزروعة بمحصول البندورة في منطقة الصنمين عام ٢٠٠٧ حوالي ٣٧٨ هكتار وهي تشكل حوالي ١٦% من إجمالي المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا .

جدول (٣) يبين تطور المساحات المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : هكتار

السنة	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
المنطقة	درعا	ازرع	الصنمين	المجموع							
درعا	885	600	1168	1300	1063	1318	1006	1054	1313	743	1087
ازرع	700	501	800	990	798	974	743	658	774	589	904
الصنمين	335	399	702	632	451	575	439	336	363	428	378
المجموع	1920	1500	2670	2922	2312	2867	2188	2048	2450	1760	2369

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على بيانات الدوائر الزراعية في محافظة درعا .



٢-٢- المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار

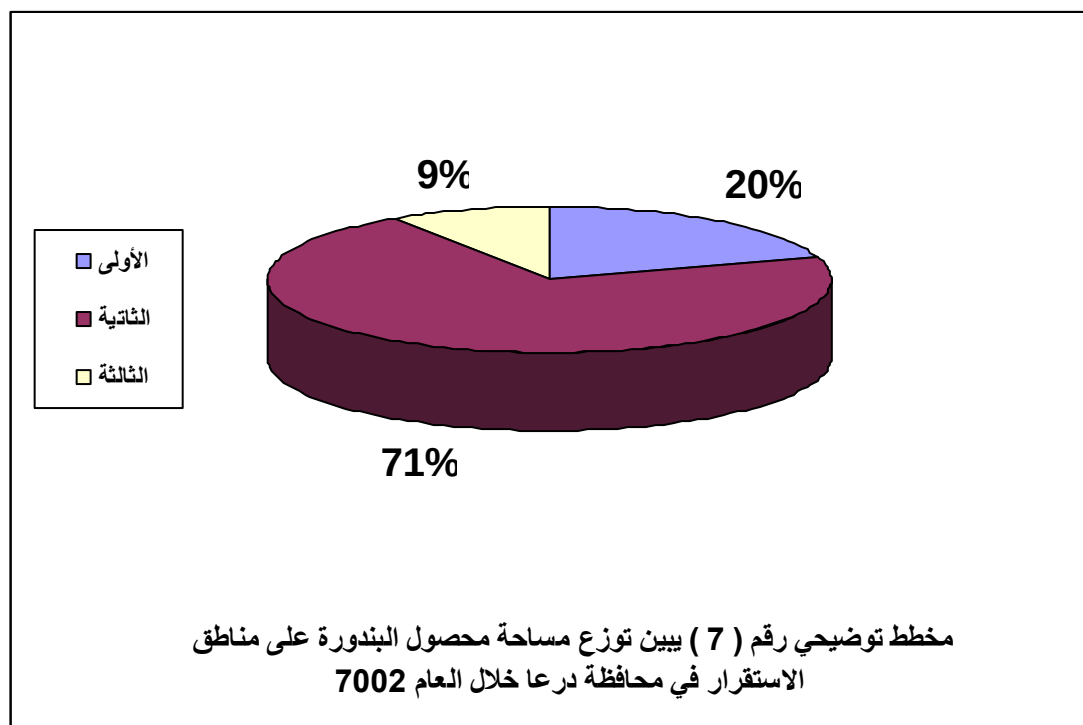
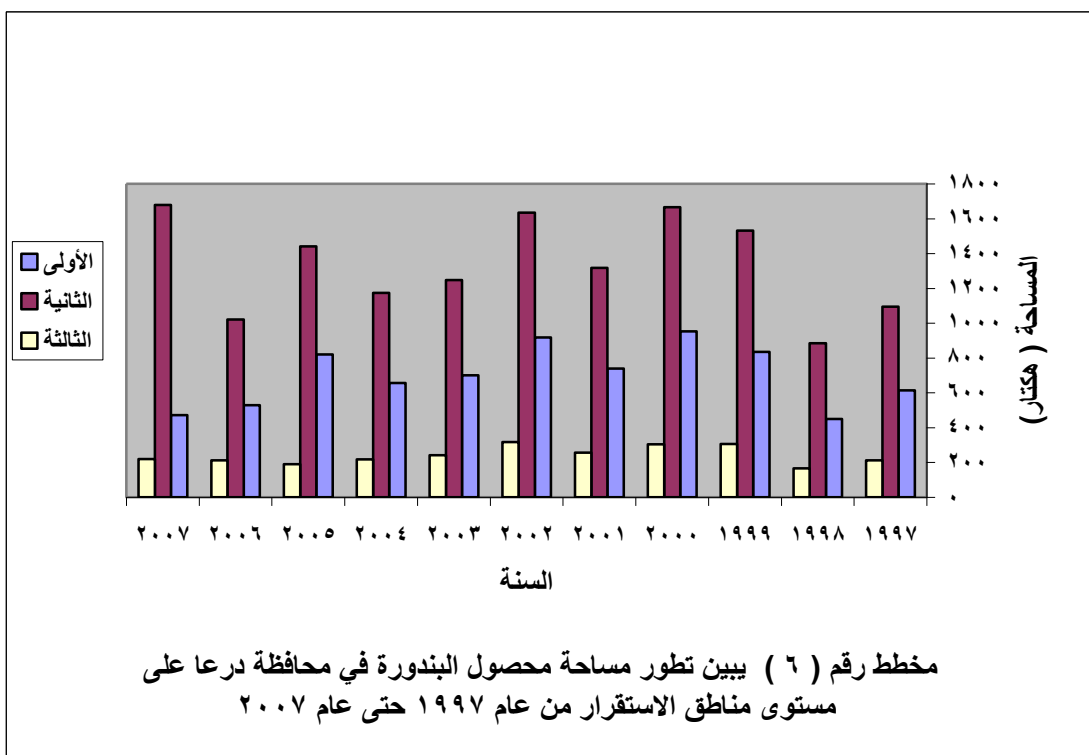
يزرع محصول البندورة في مناطق الاستقرار الزراعي الأولى و الثانية و الثالثة فقط حيث بلغت مساحة محصول البندورة في منطقة الاستقرار الزراعي الأولى حوالي ٤٧١ هكتار عام ٢٠٠٧ و هي تشكل حوالي ٢٠% من إجمالي المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا و بلغت مساحة محصول البندورة في منطقة الاستقرار الزراعي الثانية حوالي ١٦٧٩ هكتار و هي تشكل حوالي ٧١% من إجمالي المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا و بلغت مساحة محصول البندورة في منطقة الاستقرار الزراعي الثالثة حوالي ٢١٩ هكتار و هي تشكل حوالي ٩% من إجمالي المساحة المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا .

جدول (٤) يبين تطور المساحات المزروعة بمحصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار الزراعي من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : هكتار

السنة المنطقة	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الأولى	614	450	834	953	739	917	700	656	820	529	471
الثانية	1094	885	1531	1665	1317	1634	1247	1174	1441	1020	1679
الثالثة	212	165	305	304	256	316	241	218	189	211	219
المجموع	1920	1500	2670	2922	2312	2867	2188	2048	2450	1760	2369

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على بيانات الدوائر الزراعية في محافظة درعا .



بلغ إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة عام ١٩٩٧ حوالي ١٠٧٥٧٦ طن و أصبح عام ٢٠٠٧ حوالي ٢٣٤٤٩٤ طن بينما كان إنتاج سوريا عام ١٩٩٧ حوالي ٤٠٧٠٥٢ طن و أصبح عام ٢٠٠٧ حوالي ٧٣١٢٥١ طن

نلاحظ أن إنتاج محافظة درعا عام ١٩٩٧ كان يشكل حوالي ٢٦,٤٣% من إجمالي إنتاج القطر من محصول البندورة و أصبح عام ٢٠٠٧ يشكل حوالي ٣٢,٠٦% من إجمالي إنتاج القطر من محصول البندورة ، هذا وتحتل محافظة درعا المرتبة الأولى بإنتاج البندورة المكشوفة في القطر فقد وصل إنتاج المحافظة عام ٢٠٠٧ حوالي ٢٣٤٤٩٤ طن تليها محافظة القنيطرة ١٦٢٣٠٠ طن تليها محافظة الحسكة ٧٢٠١٥ طن ثم محافظة دير الزور ٦٢٩٩٢ طن ثم محافظة حلب ٣٧٨٤٧ طن و كانت محافظة طرطوس هي الأقل إنتاجا من محصول البندورة المكشوفة ٦٣٧١ طن.

جدول (٥) يبين تطور إنتاج محصول البندورة على مستوى سوريا و على مستوى محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : طن

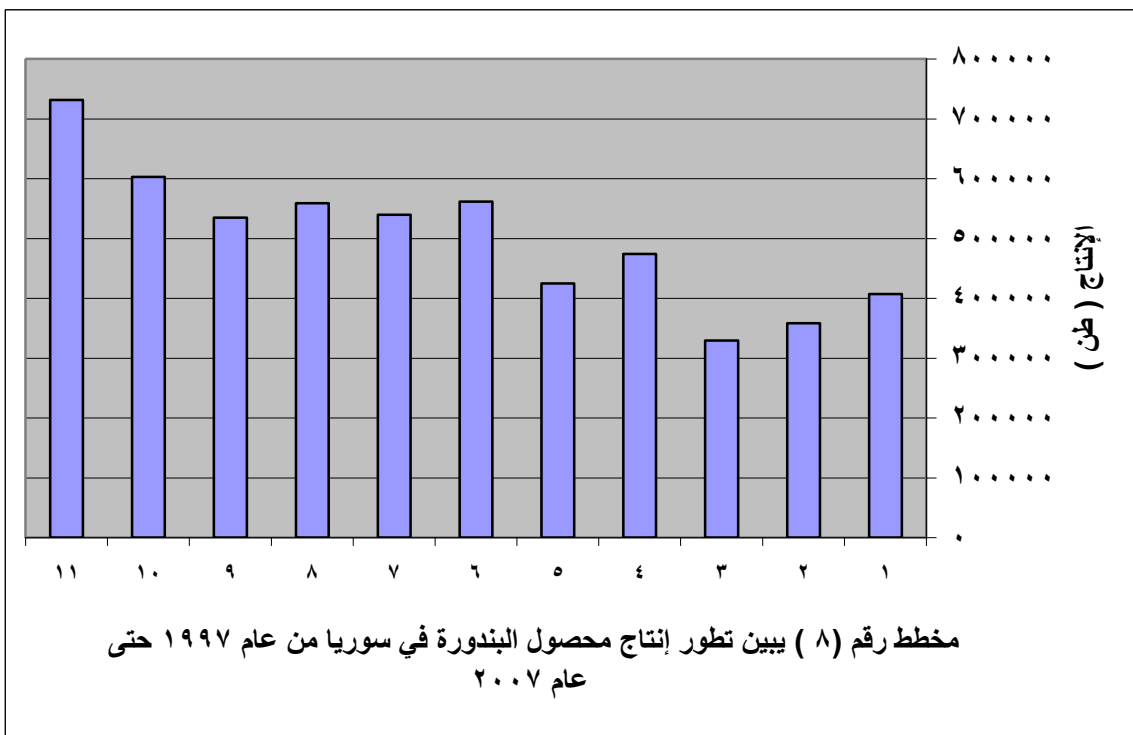
السنة	إنتاج محافظة درعا	إنتاج سوريا	نسبة إنتاج درعا إلى سوريا%
١٩٩٧	١٠٧٥٧٦	٤٠٧٠٥٢	٢٦,٤٣%
١٩٩٨	٨٨٩٥٢	٣٥٨٢٣٨	٢٤,٨٣%
١٩٩٩	١١٢٧٧٤	٣٢٩٣٥١	٣٤,٢٤%
٢٠٠٠	١٤٦٣٧٥	٤٧٣٩٧٣	٣٠,٨٨%
٢٠٠١	١٤٥٠٠٥	٤٢٤٧١٤	٣٤,١٤%
٢٠٠٢	١٥٠٤٥٥	٥٦١٥٦٢	٢٦,٧٩%
٢٠٠٣	٢١١٠٥٠	٥٣٩٢٢٨	٣٩,١٤%
٢٠٠٤	٢٢٦٦٩٥	٥٥٨٧٦٢	٤٠,٥٧%
٢٠٠٥	٢٤٦٧٨٠	٥٣٤٧٤٤	٤٦,١٥%
٢٠٠٦	١٧٦١٠٠	٦٠٢٥٨٨	٢٩,٢٢%
٢٠٠٧	٢٣٤٤٩٤	٧٣١٢٥١	٣٢,٠٦%

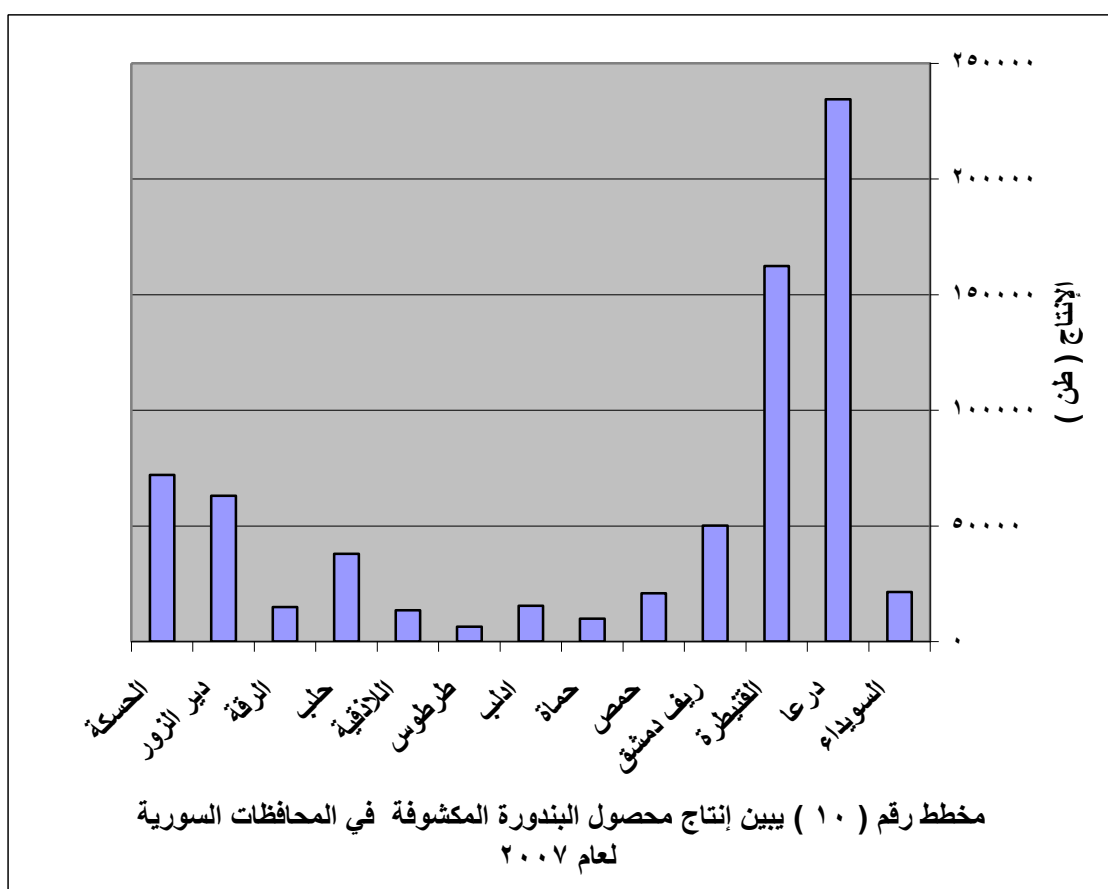
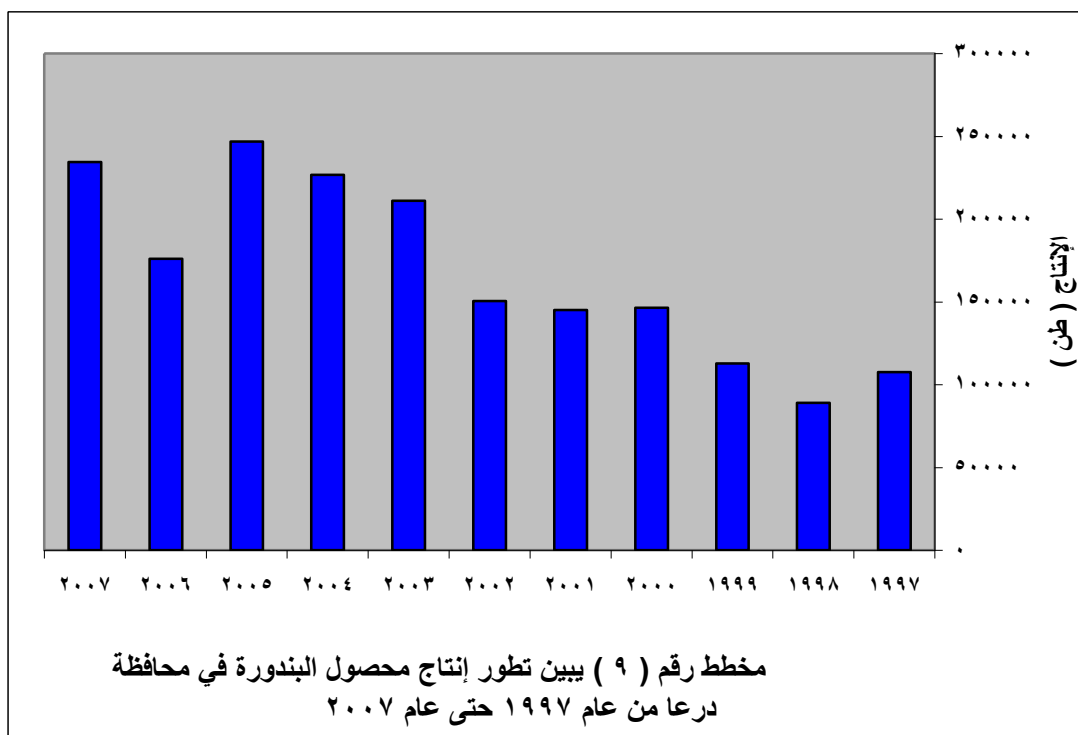
المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على المعلومات الواردة في المجموعات الإحصائية الزراعية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ .

جدول (٦) يبين إنتاج محصول البندورة في المحافظات السورية لعام ٢٠٠٧

المحافظة	الإنتاج (طن)
السويداء	٢١٣٨٦
درعا	٢٣٤٤٩٤
القنيطرة	١٦٢٣٠٠
ريف دمشق	٥٠٠٧٢
حمص	٢٠٧٤١
حماة	٩٨١٧
ادلب	١٥٣٦٩
طرطوس	٦٣٧١
اللاذقية	١٣٤٤٠
حلب	٣٧٨٤٧
الرققة	١٤٧٧٩
دير الزور	٦٢٩٩٢
الحسكة	٧٢٠١٥

المصدر : المجموعة الإحصائية الزراعية لعام ٢٠٠٧





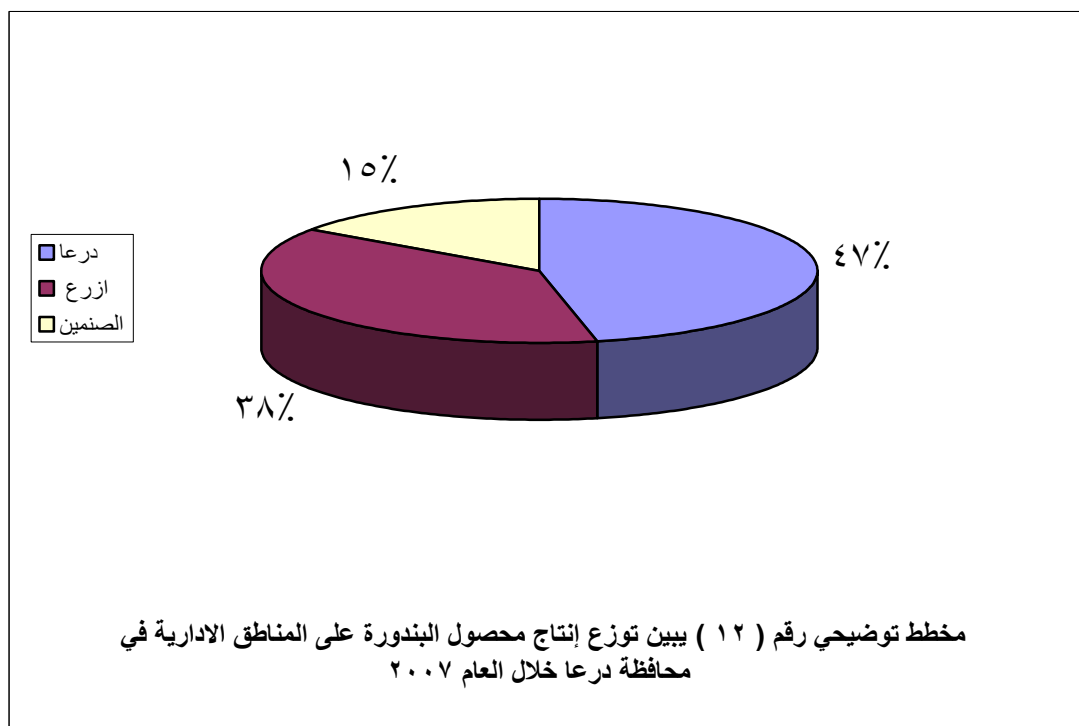
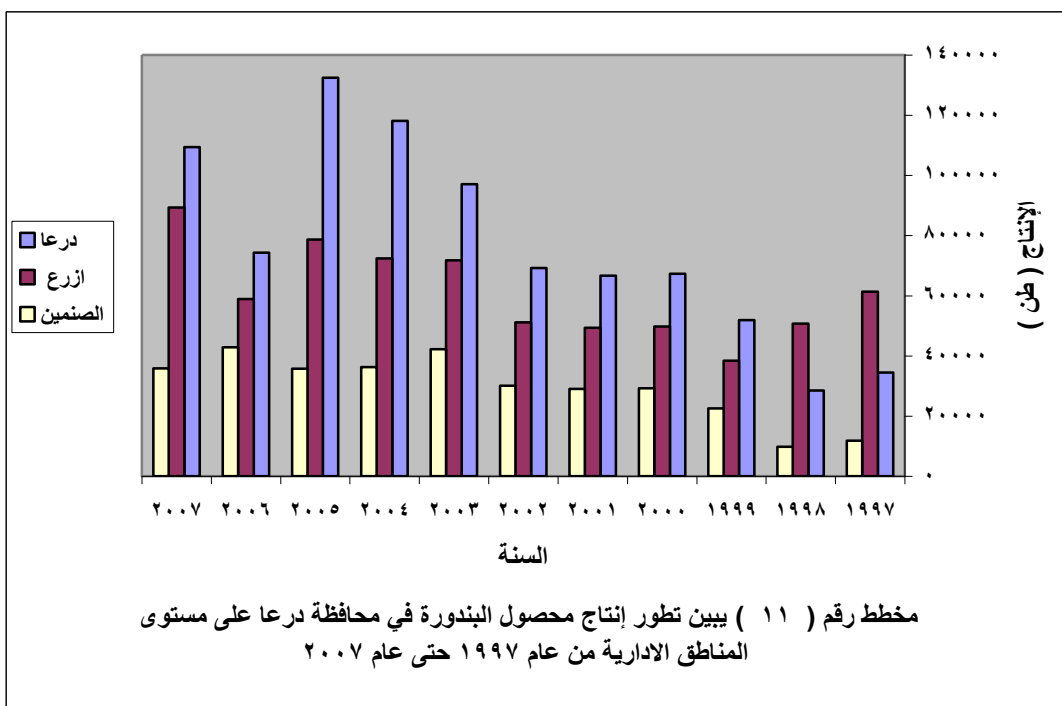
يزرع محصول البندورة في محافظة درعا في المناطق الإدارية (درعا - ازرع - الصنمين) حيث أن إنتاج منطقة درعا عام ٢٠٠٧ بلغ حوالي ١٠٩٤٠٩ طن و هي تنتج حوالي ٤٦,٦٦% من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة وبلغ إنتاج منطقة ازرع حوالي ٨٩٢٩٠ طن وهي تنتج حوالي ٣٨,٠٨% من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة وبلغ إنتاج منطقة الصنمين حوالي ٣٥٧٥٩ طن وهي تنتج حوالي ١٥,٢٦% من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة .

جدول (٧) يبين تطور إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : طن

السنة المنطقة	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
درعا	34421	28465	51876	67332	66702	69209	97083	118050	132430	74300	109409
ازرع	61313	50703	38343	49767	49301	51154	71757	72390	78650	58900	89290
الصنمين	11832	9784	22555	29276	29002	30092	42210	36255	35700	42800	35759
المجموع	107566	88952	112774	146375	145005	150455	211050	226695	246780	176000	234494

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على بيانات الدوائر الزراعية في محافظة درعا .



٢-٢- إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار

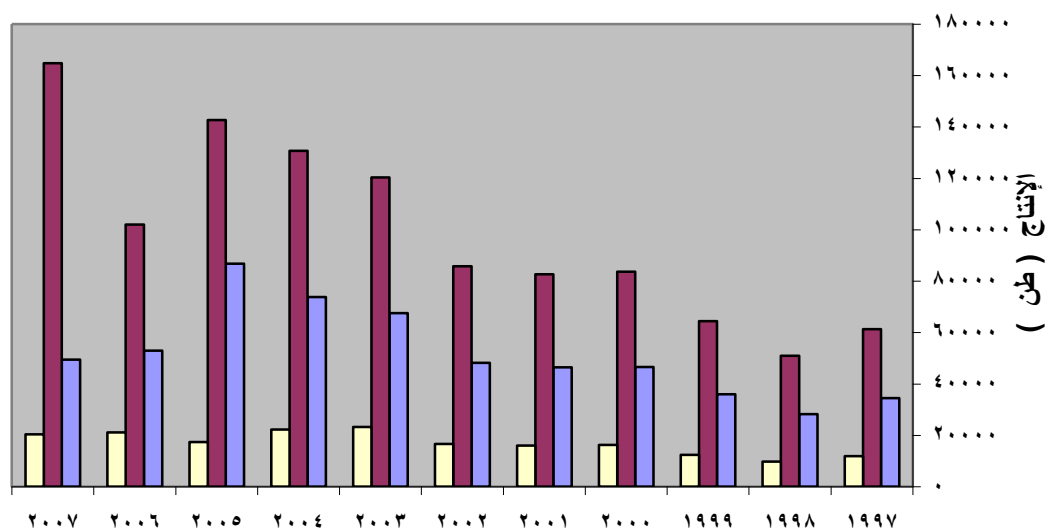
يزرع محصول البندورة في محافظة درعا في مناطق الاستقرار الزراعي (الأولى - الثانية - الثالثة) فقط حيث بلغ إنتاج منطقة الاستقرار الزراعي الأولى عام ٢٠٠٧ حوالي ٤٩٣٩٢ طن وهي تنتج حوالي ٢١,٠٦% من إجمالي إنتاج المحافظة من محصول البندورة و بلغ إنتاج منطقة الاستقرار الزراعي الثانية عام ٢٠٠٧ حوالي ١٦٤٧٨٢ طن وهي تنتج حوالي ٧٠,٢٧% من إجمالي إنتاج المحافظة من محصول البندورة و بلغ إنتاج منطقة الاستقرار الزراعي الثالثة عام ٢٠٠٧ حوالي ٢٠٣٢٠ طن وهي تنتج حوالي ٨,٦٧% من إجمالي إنتاج المحافظة من محصول البندورة .

جدول (٨) يبين تطور إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار الزراعي من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : طن

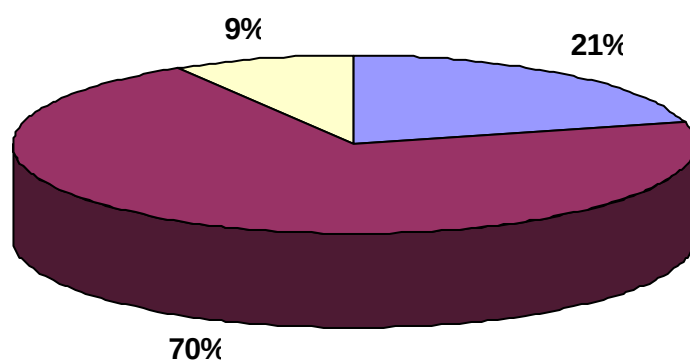
السنة المنطقة	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الأولى	34421	28265	36000	46540	46402	48146	67536	73800	86720	52900	49392
الثانية	61313	50903	64381	83584	82653	85759	120298	130665	142710	102000	164782
الثالثة	11832	9784	12393	16251	15950	16550	23216	22230	17350	21100	20320
المجموع	107566	88952	112774	146375	145005	150455	211050	226695	246780	176000	234494

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على بيانات الدوائر الزراعية في محافظة درعا .



مخطط رقم (١٣) يبين تطور انتاج محصول البندورة في محافظة درعا على مستوى مناطق الاستقرار من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧

الأولى الثانية الثالثة



مخطط توضيحي رقم (41) يبين توزيع إنتاج محصول البندورة على مناطق الاستقرار في محافظة درعا خلال العام 2002

الأولى الثانية الثالثة

٣- إنتاجية محصول البندورة

بلغت إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا عام ١٩٩٧ حوالي ٥٦٠٢٤ كيلو غرام / الهكتار و أصبحت عام ٢٠٠٧ حوالي ٩٨٩٨٤ كيلو غرام / الهكتار بينما كانت إنتاجية محصول البندورة على مستوى سوريا عام ١٩٩٧ حوالي ٢٣٦٠١ كيلو غرام / الهكتار و أصبحت عام ٢٠٠٧ حوالي ٤٧٩٩٧ كيلو غرام / الهكتار وهذا و تحتل محافظة درعا المرتبة الأولى في إنتاجية محصول البندورة تليها محافظة القنيطرة ٨٥٥١١ كيلو غرام / الهكتار تليها محافظة ريف دمشق ٦٨٦٨٦ كيلو غرام / الهكتار تليها محافظة السويداء ٦٤٤١٦ كيلو غرام / الهكتار تليها محافظة الحسكة ٥١٩٩٦ كيلو غرام / الهكتار و كانت المحافظة الأقل إنتاجية محافظة حماة ١٠١٢١ كيلو غرام / الهكتار .

جدول (٩) يبين إنتاجية محصول البندورة على مستوى سوريا و على مستوى محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : كيلو غرام / الهكتار

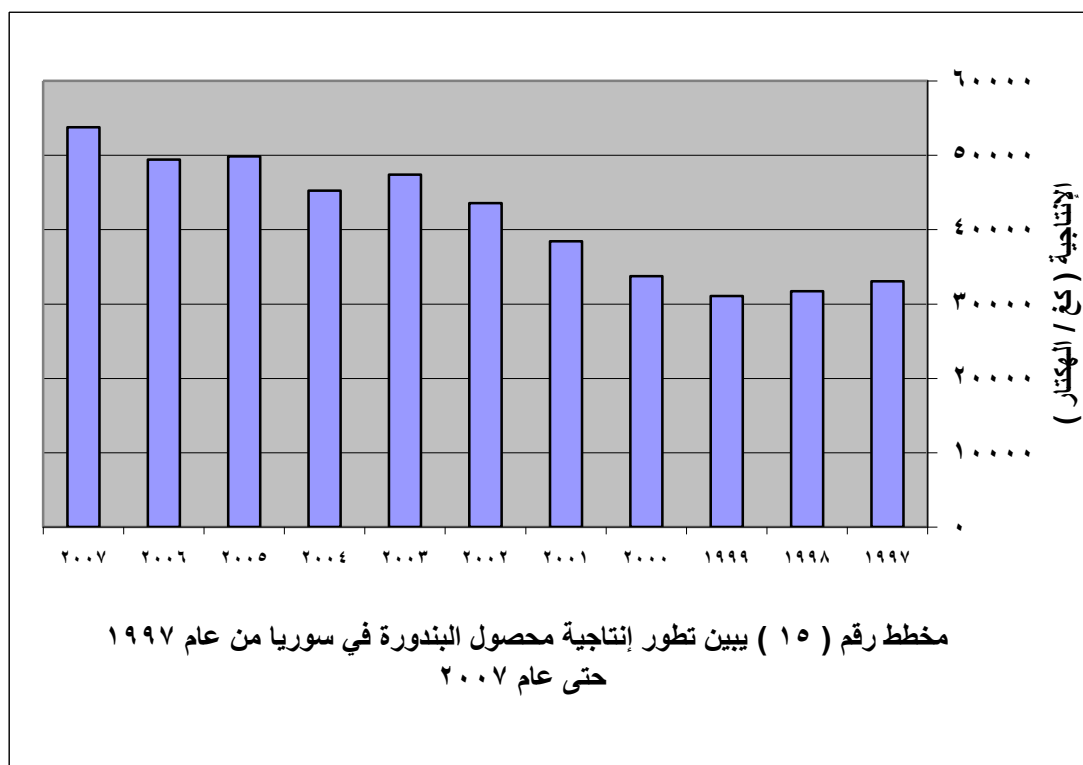
السنة	إنتاجية محافظة درعا	إنتاجية سوريا
١٩٩٧	٥٦٠٢٤	٢٣٦٠١
١٩٩٨	٥٩٣٠١	٢١٣٠٥
١٩٩٩	٤٢٢٣٧	٢٤٢٢٤
٢٠٠٠	٥٠٠٩٤	٢٦٨٤٥
٢٠٠١	٦٢٧١٦	٢٦٨٤٧
٢٠٠٢	٥٢٤٧٨	٣٣٨٢٦
٢٠٠٣	٩٦٤٥٨	٣٧٦٢٥
٢٠٠٤	١١٠٦٩١	٣٨١٢٨
٢٠٠٥	١٠٠٧٢٧	٤٢٣٠٩
٢٠٠٦	١٠٠٠٠٠	٤١٥٣٧
٢٠٠٧	٩٨٩٨٤	٤٧٩٩٧

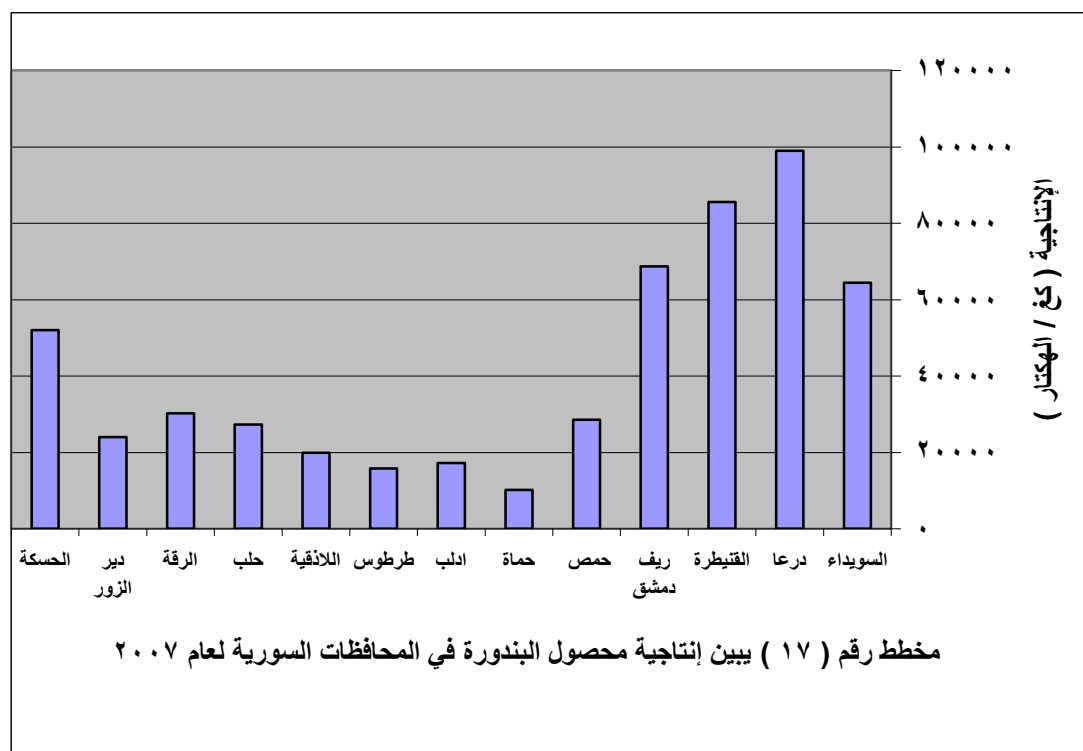
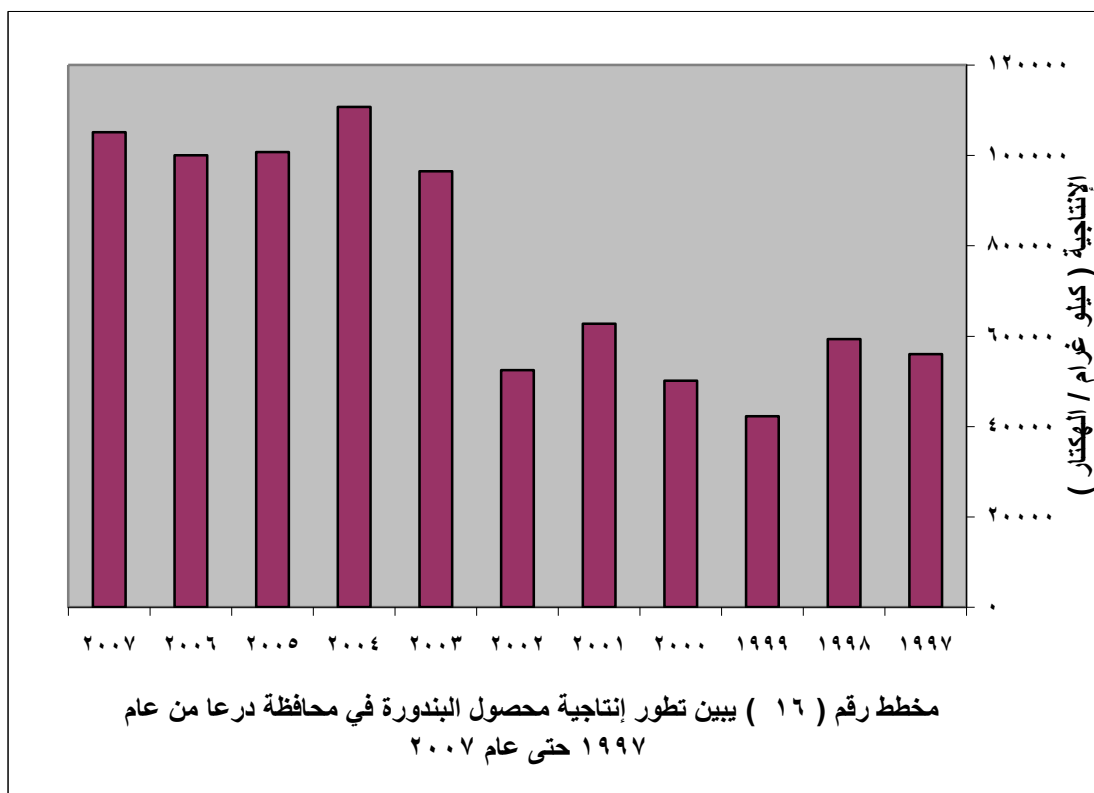
المصدر : : حسبت من قبل الباحث بناءً على المعلومات الواردة في المجموعات الإحصائية الزراعية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ .

جدول (١٠) يبين إنتاجية محصول البندورة في المحافظات السورية لعام ٢٠٠٧

المحافظة	الإنتاجية (كيلو غرام / الهكتار)
السويداء	٦٤٤١٦
درعا	٩٨٩٨٤
القنيطرة	٨٥٥١١
ريف دمشق	٦٨٦٨٦
حمص	٢٨٥٣٤
حماة	١٠١٢١
ادلب	١٧٢٣٠
طرطوس	١٥٧٥٤
اللاذقية	١٩٨٥٨
حلب	٢٧٢٢٨
الرقّة	٣٠٢٢٣
دير الزور	٢٣٩٧٠
الحسكة	٥١٩٩٦

المصدر : المجموعة الإحصائية الزراعية لعام ٢٠٠٧





٣-١ - إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية

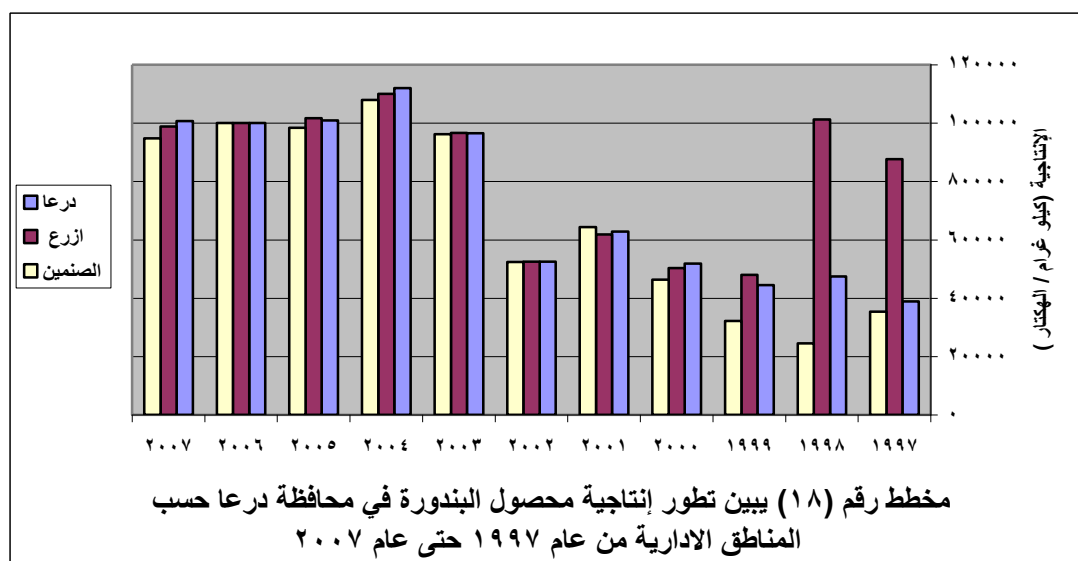
يزرع محصول البندورة في محافظة درعا في المناطق الإدارية (درعا - ازرع - الصنمين - الصنمين) حيث أن إنتاجية منطقة درعا عام ٢٠٠٧ بلغت حوالي ١٠٠٦٥٢ كيلو غرام / الهكتار وبلغت إنتاجية منطقة ازرع حوالي ٩٨٧٧٢ كيلو غرام / الهكتار وبلغت إنتاجية منطقة الصنمين حوالي ٩٤٦٩٦ كيلو غرام / الهكتار .

جدول (١١) يبين تطور إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا حسب المناطق الإدارية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : كيلو غرام / الهكتار

السنة	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
المنطقة	درعا	ازرع	الصنمين	المتوسط	درعا	ازرع	الصنمين	المتوسط	درعا	ازرع	الصنمين
درعا	38894	47442	44414	51794	62749	52511	96504	112002	100861	100000	100652
ازرع	87590	101204	47929	50270	61781	52520	96577	110015	101615	100000	98772
الصنمين	35319	24521	32130	46323	64306	52334	96150	107902	98347	100000	94696
المتوسط	56024	59301	42237	50094	62718	52478	96458	110691	100727	100000	98984

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على بيانات الدوائر الزراعية في محافظة درعا .



٣-٢ - إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار

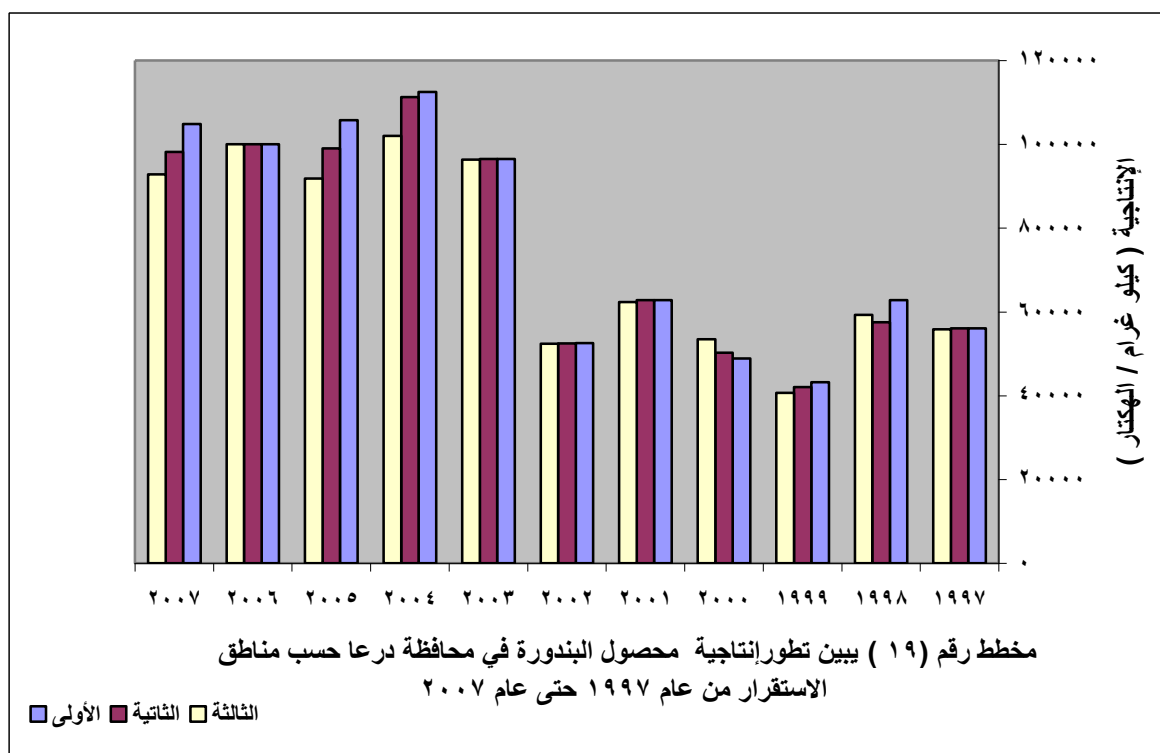
يزرع محصول البندورة في مناطق الاستقرار الزراعي الأولى و الثانية و الثالثة فقط حيث بلغت إنتاجية محصول البندورة في منطقة الاستقرار الزراعي الأولى لعام ٢٠٠٧ حوالي ١٠٤٨٦٦ كيلو غرام / الهكتار و بلغت إنتاجية محصول البندورة في منطقة الاستقرار الزراعي الثانية حوالي ٩٨١٤٣ كيلو غرام / و بلغت إنتاجية محصول البندورة في منطقة الاستقرار الزراعي الثالثة حوالي ٩٢٧٨٥ كيلو غرام / الهكتار .

جدول (١٢) يبين تطور إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا حسب مناطق الاستقرار الزراعي من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : كيلو غرام / الهكتار

السنة	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
المنطقة	الأولى	الثانية	الثالثة	المتوسط	الأولى	الثانية	الثالثة	المتوسط	الأولى	الثانية	الثالثة
الأولى	56060	62811	43156	48835	62790	52504	96480	112500	105756	100000	104866
الثانية	56045	57518	42052	50201	62759	52484	96470	111299	99035	100000	98143
الثالثة	55811	59297	40633	53457	62305	52373	96332	101972	91799	100000	92785
المتوسط	56024	59301	42237	50094	62718	52478	96458	110691	100727	100000	98984

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على بيانات الدوائر الزراعية في محافظة درعا .



الرقم القياسي لتطور لمساحة و إنتاج و إنتاجية محصول البندورة

جدول (١٣) يبين الرقم القياسي لتطور مساحة و إنتاج و إنتاجية محصول البندورة في سوريا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

السنة	المساحة / هـ /	الرقم القياسي للمساحة %	الإنتاج / طن /	الرقم القياسي للإنتاج %	الإنتاجية كغ / هـ	الرقم القياسي للإنتاجية %
١٩٩٧	١٧٢٤٧	١٠٠	٤٠٧٠٥٢	١٠٠	٢٣٦٠١	١٠٠
١٩٩٨	١٦٨١٥	٩٧,٥٠	٣٥٨٢٣٨	٨٨,٠١	٢١٣٠٥	٩٠,٢٧
١٩٩٩	١٣٥٩٦	٧٨,٨٣	٣٢٩٣٥١	٨٠,٩١	٢٤٢٢٤	١٠٢,٦٤
٢٠٠٠	١٧٦٥٦	١٠٢,٣٧	٤٧٣٩٧٣	١١٦,٤٤	٢٦٨٤٥	١١٣,٧٥
٢٠٠١	١٥٨٢٠	٩١,٧٣	٤٢٤٧١٤	١٠٤,٣٤	٢٦٨٤٧	١١٣,٧٥
٢٠٠٢	١٦٦٠١	٩٦,٢٥	٥٦١٥٦٢	١٣٧,٩٦	٣٣٨٢٦	١٤٣,٣٢
٢٠٠٣	١٤٣٣٢	٨٣,١٠	٥٣٩٢٢٨	١٣٢,٤٧	٣٧٦٢٥	١٥٩,٤٢
٢٠٠٤	١٤٦٥٥	٨٤,٩٧	٥٥٨٧٦٢	١٣٧,٢٧	٣٨١٢٨	١٦١,٥٥
٢٠٠٥	١٢٦١٥	٧٣,١٤	٥٣٤٧٤٤	١٣١,٣٧	٤٢٣٩٠	١٧٩,٦١
٢٠٠٦	١٤٥٠٧	٨٤,١١	٦٠٢٥٨٨	١٤٨,٠٤	٤١٥٣٧	١٧٦
٢٠٠٧	١٥٢٣٥	٨٨,٣٣	٧٣١٢٥١	١٧٩,٦٥	٤٧٩٩٧	٢٠٣,٣٧

المصدر : حسبت و حلت بناءً على المعلومات الواردة في المجموعات الإحصائية الزراعية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ .

جدول (١٤) يبين الرقم القياسي لتطور مساحة و إنتاج و إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

السنة	المساحة / هـ /	الرقم القياسي للمساحة %	الإنتاج / طن /	الرقم القياسي للإنتاج %	الإنتاجية كغ / هـ	الرقم القياسي للإنتاجية %
١٩٩٧	١٩٢٠	١٠٠	١٠٧٥٦٧	١٠٠	٥٦٠٢٤	١٠٠
١٩٩٨	١٥٠٠	٧٨,١٣	٨٨٩٥٢	٨٢,٦٩	٥٩٣٠١	١٠٥,٨٥
١٩٩٩	٢٦٧٠	١٣٩,٠٦	١١٢٧٧٤	١٠٤,٨٤	٤٢٢٣٧	٧٥,٣٩
٢٠٠٠	٢٩٢٢	١٥٢,١٩	١٤٦٣٧٥	١٣٦,٠٨	٥٠٠٩٤	٨٩,٤٢
٢٠٠١	٢٣١٢	١٢٠,٤٢	١٤٥٠٠٥	١٣٤,٨٠	٦٢٧١٦	١١١,٩٥
٢٠٠٢	٢٨٦٧	١٤٩,٣٢	١٥٠٤٥٥	١٣٩,٨٧	٥٢٤٧٨	٩٣,٦٧
٢٠٠٣	٢١٨٨	١١٣,٩٦	٢١١٠٥٠	١٩٦,٢٠	٩٦٤٥٨	١٧٢,١٧
٢٠٠٤	٢٠٤٨	١٠٦,٦٧	٢٢٦٦٩٥	٢١٠,٧٥	١١٠٦٩١	١٩٧,٥٨
٢٠٠٥	٢٤٥٠	١٣٧,٦٠	٢٤٦٧٨٠	٢٢٩,٤٢	١٠٠٧٢٧	١٧٩,٧٩
٢٠٠٦	١٧٦٠	٩١,٦٧	١٧٦١٠٠	١٦٣,٧١	١٠٠٠٠٠	١٧٨,٤٩
٢٠٠٧	٢٣٦٩	١٢٣,٣٩	٢٣٤٤٩٤	٢١٨	١٠٥١٣٠	١٨٧,٦٥

المصدر : حسبت و حللت بناءً على المعلومات الواردة في المجموعات الإحصائية الزراعية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ و سجلات دائرة الإحصاء في مديرية زراعة درعا .

من الجدول (١٠) نلاحظ انخفاض الرقم القياسي للمساحة على مستوى سوريا في عام ٢٠٠١ انخفاض الرقم القياسي إلى ٩١,٧٣% وفي عام ٢٠٠٧ انخفض إلى ٨٨,٣٣% إن سبب انخفاض الرقم القياسي للمساحة في سوريا هو تناقص المساحات المزروعة بمحصول البندورة البعل بسبب قلة الأمطار وعلى الرغم من تناقص المساحة نلاحظ ارتفاع ملحوظ في الرقم القياسي للإنتاج ففي عام ٢٠٠١ ارتفع الرقم القياسي للإنتاج إلى ١٠٤,٣٤% وواصل الارتفاع ليصل إلى ١٧٩,٦٥% عام ٢٠٠٧ ، إن سبب ارتفاع الرقم القياسي للإنتاج على الرغم من انخفاض الرقم القياسي للمساحة ناتج عن ارتفاع الرقم القياسي للإنتاجية ففي عام ٢٠٠١ ارتفع الرقم القياسي للإنتاجية إلى ١١٣,٧٥% وواصل الارتفاع ليصل إلى ٢٠٣,٣٧% عام ٢٠٠٧ إن سبب ارتفاع الرقم القياسي للإنتاجية هو استخدام المزارعين للتقانات الزراعية الحديثة (أصناف عالية الإنتاجية - ري حديث - السماد - مواد مكافحة)

من الجدول (١١) نلاحظ ارتفاع الرقم القياسي للمساحة على مستوى محافظة درعا ففي عام ٢٠٠١ ارتفع إلى ١٢٠,٤٢% وفي عام ٢٠٠٧ ارتفع إلى ١٢٣,٣٩% إن سبب ارتفاع الرقم القياسي للمساحة في محافظة درعا هو حفر آبار جديدة ودخول معظم هذه الآبار في الخطة الإنتاجية لمحافظة درعا نلاحظ ارتفاع الرقم القياسي للمساحة عام ٢٠٠٠ بشكل ملحوظ ليصل إلى ١٥٢,١٩% بسبب السماح بحفر الآبار في محافظة درعا عام ٢٠٠٠ ثم عاود هذا الرقم للانخفاض في عام ٢٠٠٣ ليصل إلى ١١٣,٩٦% لأنه تم في عام ٢٠٠٣ حصر للآبار الزراعية مما أدى إلى امتناع بعض أصحاب الآبار عن التصريح بامتلاكهم لآبار زراعية مما أدى إلى خروج هذه الآبار من الخطة الإنتاجية الزراعية لمحافظة درعا .

ونلاحظ ارتفاع ملحوظ في الرقم القياسي للإنتاج ففي عام ٢٠٠١ ارتفع الرقم القياسي للإنتاج إلى ١٣٤,٨% وواصل الارتفاع ليصل إلى ٢١٨% عام ٢٠٠٧ إن سبب ارتفاع الرقم القياسي للإنتاج ناتج عن ارتفاع الرقم القياسي للمساحة وارتفاع الرقم القياسي للإنتاجية ففي عام ٢٠٠١ ارتفع الرقم القياسي للإنتاجية إلى ١١١,٩٥% وواصل الارتفاع ليصل إلى ١٨٧,٦٥% عام ٢٠٠٧ إن سبب ارتفاع الرقم القياسي للإنتاجية هو استخدام المزارعين للتقانات الزراعية الحديثة (أصناف عالية الإنتاجية - ري حديث - السماد - مواد مكافحة) والخبرة المتوارثة لدى المزارعين .

الفصل الرابع

تسويق محصول البندورة في محافظة درعا

١ - المسالك التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا

لا توجد آلية محددة لتسويق محصول البندورة في محافظة درعا بل توجد مسارات تسويقية متعددة وبشكل عام يمكن أن نميز المسارات التسويقية الآتية :

١-١ - المسلك التسويقي الأول :

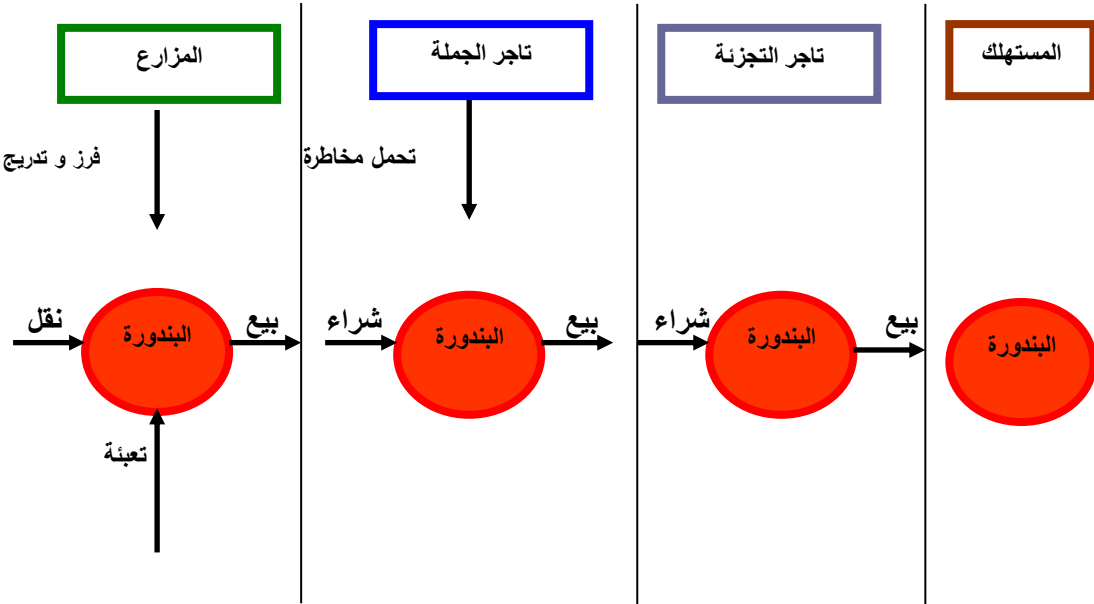
مزارع ← تاجر جملة في سوق الهال ← تاجر تجزئة ← مستهلك نهائي

في هذا المسار يقوم المزارع بعملية فرز و تدريج و تجميع للثمار بشكل أولي مبسط (عملية الفرز هنا تتضمن استبعاد الثمار التالفة والمصابة) ومن ثم يقوم المزارع بتعبئتها بعبوات فلين سعة العبوة من (١٠ - ١٥) كغ سعر العبوة (١٥ - ٢٠) ليرة سورية (سعر العبوة حسب حالتها الفنية) ومن ثم يقوم المزارع بنقل محصول البندورة إلى سوق الهال ، وفي أسواق الهال (دمشق - درعا - طفس) إما أن يقوم ببيعها إلى تاجر محدد يتعامل معه سابقاً أو يقوم بمفاضلة بين الأسعار بين مجموعة من التجار واختيار التاجر الذي يدفع السعر الأعلى ، ومن ثم يقوم ببيع بضاعته بأعلى سعر ممكن ويتقاضى التاجر عمولة (كمسيون) تتراوح بين ٥ - ٧ % من قيمة البضاعة تحدد حسب الزبون عن طريق سمسار متواجد في السوق مهمته تقريب وجهة النظر بين البائع و المشتري ، وبعدها يقوم تاجر الجملة ببيع البضاعة إلى تاجر التجزئة المتواجدين في السوق للشراء و يتقاضى تاجر الجملة ربح يتمثل في الفرق بين سعر الشراء من المزارع و سعر البيع لتاجر التجزئة وهامش الربح يتحدد حسب السوق والكميات المعروضة وينخفض كلما زادت الكميات المعروضة في السوق .

نلاحظ في هذا المسار أن المزارع قام بالوظائف التسويقية الفيزيائية (النقل) و بالوظائف التسويقية التيسيرية (الفرز و التدريج و التعبئة والتمويل) بينما قام تاجر الجملة بالوظائف التسويقية التبادلية (بيع و شراء) و بالوظائف التسويقية التيسيرية (تحمل المخاطرة) و إن كانت درجة المخاطرة ضئيلة جداً في هذا المسار .

نجد أن المزارع قام بإجراء الوظائف التسويقية السابقة مقابل هامش ربح ضئيل مقارنة بالتكاليف التسويقية التي يتحملها (هامش الربح الذي يحصل عليه المزارع يقدر بحوالي ٠,٦٥٩ ل س / كغ بينما التكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع في هذا المسار تقدر بحوالي ٢,١٣١ ل س / كغ) بينما يتقاضى تاجر الجملة في سوق الهال كمسيون (٥ - ٧) % من قيمة البضاعة ، وأيضاً هامش ربح يقدر عادة بحوالي ٠,٥ ليرة سورية لكل كيلو غرام من محصول

البندورة ، هذا وقد بلغ الإنتاج المسوق إلى أسواق الهال حوالي ٦٢,٩٨ % من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة .
المخطط الآتي يوضح هذا المسار :



مخطط رقم (٢٠) يبين المسلك التسويقي الأول لمحصول البندورة

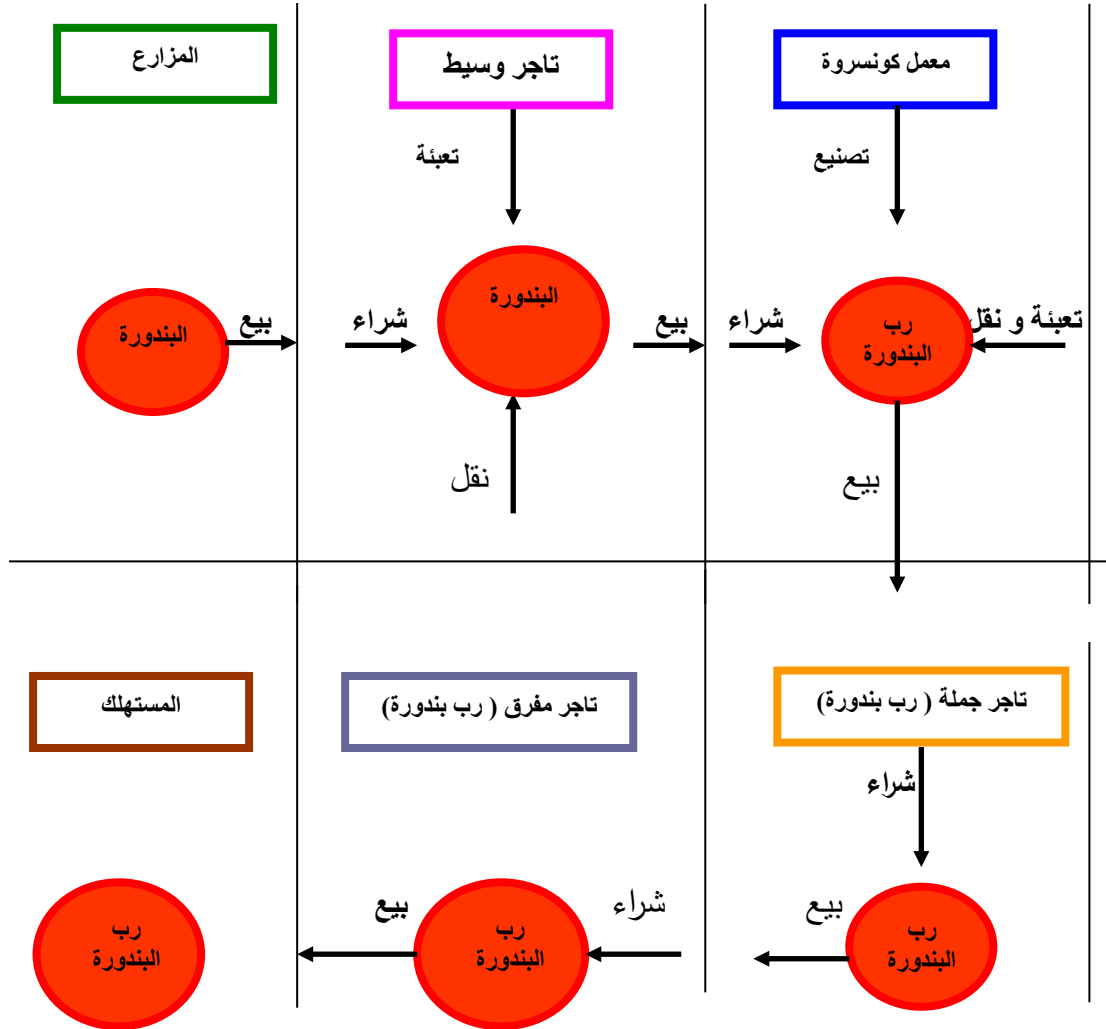
ملاحظة : قد يمر هذا المسلك التسويقي عبر تاجر الشحن الذي يقوم بشراء محصول البندورة من تاجر الجملة ونقله إلى محافظات أخرى .

٢-١ - المسلك التسويقي الثاني :

مزارع ← تاجر وسيط ← معمل الكونسروة ← تاجر جملة (رب بندورة) ← تاجر مفرق (رب بندورة) ← مستهلك

في هذا المسار يقوم المزارع ببيع محصول البندورة في أرض المزرعة لتاجر وسيط يعمل بين المزارع ومعمل الكونسروة ، يقوم التاجر الوسيط بتعبئة محصول البندورة بعبوات بلاستيكية سعة العبوة ٢٥ كغ سعر العبوة (١٠٠-٥٠) ليرة سورية (تعود ملكية العبوة للتاجر الوسيط) ومن ثم يقوم التاجر الوسيط بنقل المحصول إلى معمل الكونسروة حيث يقوم المعمل بشراء محصول البندورة من التاجر الوسيط وتصنيعه إلى رب البندورة وتعبئته بعبوات (زجاجية - تنك - بلاستيكية) بسعات وأحجام مختلفة وبيعه إلى تاجر جملة (رب بندورة) الذي يقوم بتخزينه وبيعه

إلى تاجر مفرق (رب بندورة) الذي يقوم بدوره ببيعه إلى المستهلك النهائي هذا وقد بلغ الإنتاج المسوق إلى معامل الكونسروة حوالي ٣٢,٠٧% من إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة .
المخطط التالي يوضح هذا المسار :



مخطط رقم (٢١) يبين المسلك التسويقي الثاني لمحصول البندورة

ملاحظة : قد يقوم معمل الكونسروة ببيع الإنتاج (رب البندورة) لتاجر مصدر يقوم بتصدير رب البندورة إلى الأسواق الخارجية .

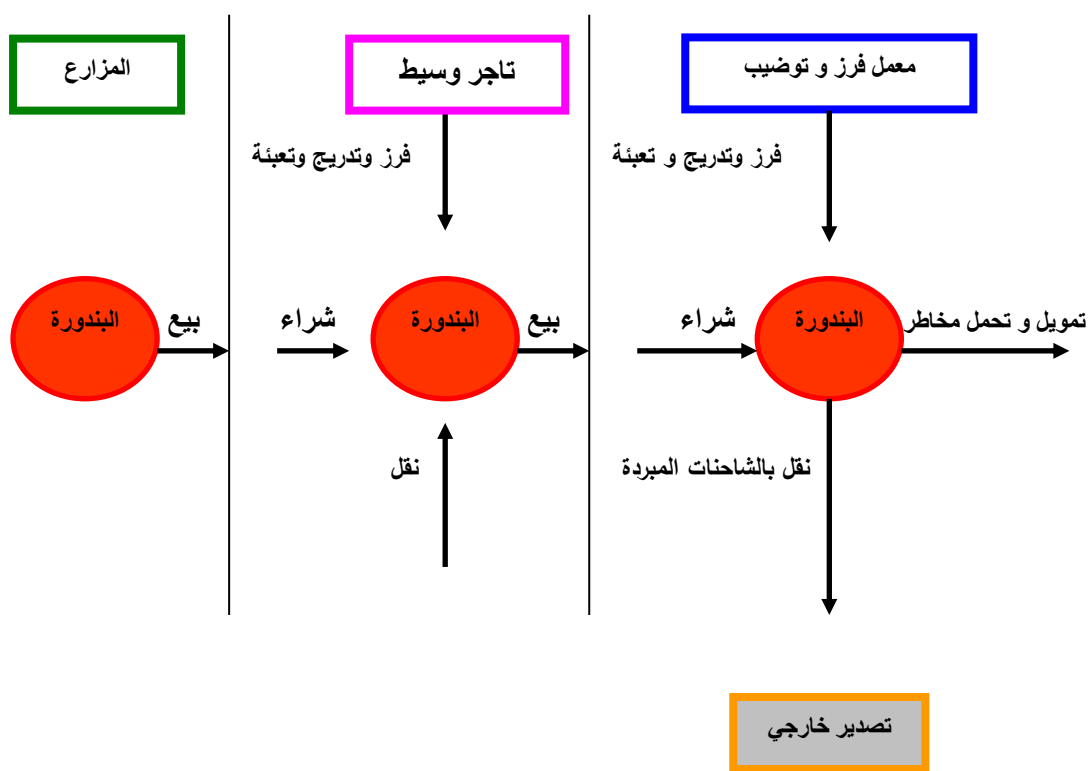
- في حالات قليلة قد يقوم المزارع مباشرة بتسويق إنتاجه إلى معمل الكونسروة وهذه الحالات نادرة لأنها تتطلب من المزارع امتلاك العبوات البلاستيكية مرتفعة الثمن .

- قد يمر هذا المسار عبر تاجر الجملة بسوق الهال لكنه غير موجود في محافظة درعا لأن المزارع إما أن يبيع إنتاجه إلى التاجر الوسيط أو يسوق إنتاجه مباشرة إلى معمل الكونسروة .

مزارع ← تاجر وسيط ← معمل الفرز و التوضيب ← تصدير خارجي

في هذا المسار يقوم المزارع ببيع محصول البندورة لتاجر وسيط يعمل بين المزارع و معمل الفرز و التوضيب ، حيث يقوم التاجر الوسيط بعملية و فرز و تدريج لمحصول البندورة ومن ثم تعبئته بعبوات بلاستيكية سعة ٢٥ كغ تعود ملكيتها للتاجر الوسيط ومن ثم يقوم التاجر الوسيط بنقل الإنتاج إلى معمل الفرز و التوضيب حيث يقوم معمل الفرز و التوضيب بإعادة فرز و تدريج ثمار البندورة حسب (اللون - الحجم - درجة النضج) ومن ثم تعبئتها بعبوات كرتونية أو بلاستيكية مختلفة الأحجام حسب الطلب ومن ثم نقلها بواسطة شاحنات مبردة وتصديرها إلى الدول المستوردة هذا وقد بلغ الإنتاج المسوق إلى معامل الفرز و التوضيب حوالي ٤,٩٥ % من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة .

المخطط التالي يوضح هذا المسار :



مخطط رقم (٢٢) يبين المسلك التسويقي الثالث لمحصول البندورة

ملاحظة : في حالات قليلة قد يقوم المزارع مباشرة بتسويق إنتاجه مباشرة إلى معمل الفرز و التوضيب وهذه الحالات نادرة لأنها تتطلب من المزارع امتلاك العبوات البلاستيكية مرتفعة الثمن .

- قد يمر هذا المسلك التسويقي عبر تاجر الجملة بسوق الهال .

٢ - التكاليف التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا

التكاليف التسويقية : ما تتحمله المنشآت و الهيئات التسويقية من تكاليف ثابتة و متغيرة لإيصال المحاصيل من المنتجين إلى المستهلكين ، و للتكاليف التسويقية علاقة قوية مع الهوامش التسويقية فكلما ارتفعت التكاليف التسويقية أدى ذلك إلى ارتفاع الهوامش التسويقية .

التكاليف التسويقية = الهوامش التسويقية - الأرباح

الأهداف الرئيسية لدراسة التكاليف التسويقية :

- ١- دراسة توزيع التكاليف التسويقية لمحصول معين على مختلف الوسطاء و الهيئات التسويقية و الوظائف و المهام التسويقية المختلفة .
- ٢- مقارنة التكاليف التسويقية للمحاصيل بتكاليفها الإنتاجية و بالأسعار .
- ٣- رسم سياسة تسويقية لتحقيق الكفاءة التسويقية ومحاولة تحسين ورفع الكفاءة لإحدى الوظائف أو المهام التسويقية أو مجموعة منها لمحصول زراعي معين أو لمجموعة من المحاصيل الزراعية .

العوامل التي تؤدي إلى تباين التكاليف التسويقية للمحاصيل الزراعية :

- يعزى تباين نصيب المنتجين الزراعيين من الأسعار التي يدفعها المستهلك إلى أسباب عديدة ترجع في غالبيتها إلى الخواص المتباينة للمحاصيل و أثرها على التكاليف التسويقية .
- و نجل أهم خواص المحاصيل المؤدية إلى حدوث هذا التباين في التكاليف التسويقية* :
- ١- طبيعة المحصول من ناحية سرعة تلفه : فالمحاصيل سريعة التلف تزداد تكاليفها التسويقية خاصة إذا كانت ستنقل إلى مسافات بعيدة .
 - ٢- موسمية الإنتاج الزراعي و الطلب المستمر على مدار العام يزيد الحاجة إلى التخزين مما يؤدي إلى ارتفاع التكاليف التسويقية .
 - ٣- رغبات المستهلكين : تؤثر على التكاليف التسويقية مثلاً إذا رغب المستهلك بنوع معين و حجم معين من العبوات يؤدي ذلك إلى ارتفاع التكاليف التسويقية .
 - ٤- حجم المحصول : كلما ازداد حجم المحصول فانه يحتاج إلى تكاليف نقل و تخزين أكثر الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع التكاليف التسويقية .
 - ٥- عدد الوسطاء خلال المسلك التسويقي : فكلما ازداد عدد الوسطاء خلال المسلك التسويقي ارتفعت قيمة التكاليف التسويقية .

*ياسين ، محمد محمود و عبد العزيز ، علي محمود ، (١٩٩٨) ، " تسويق المنتجات

الزراعية "، منشورات جامعة دمشق ، ص ٩٣-٩٥

عناصر التكاليف التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا :

أولاً : التكاليف التسويقية للمزارع (المنتج) :

- المزارع يسوق إنتاجه إلى تاجر جملة في سوق الهال :

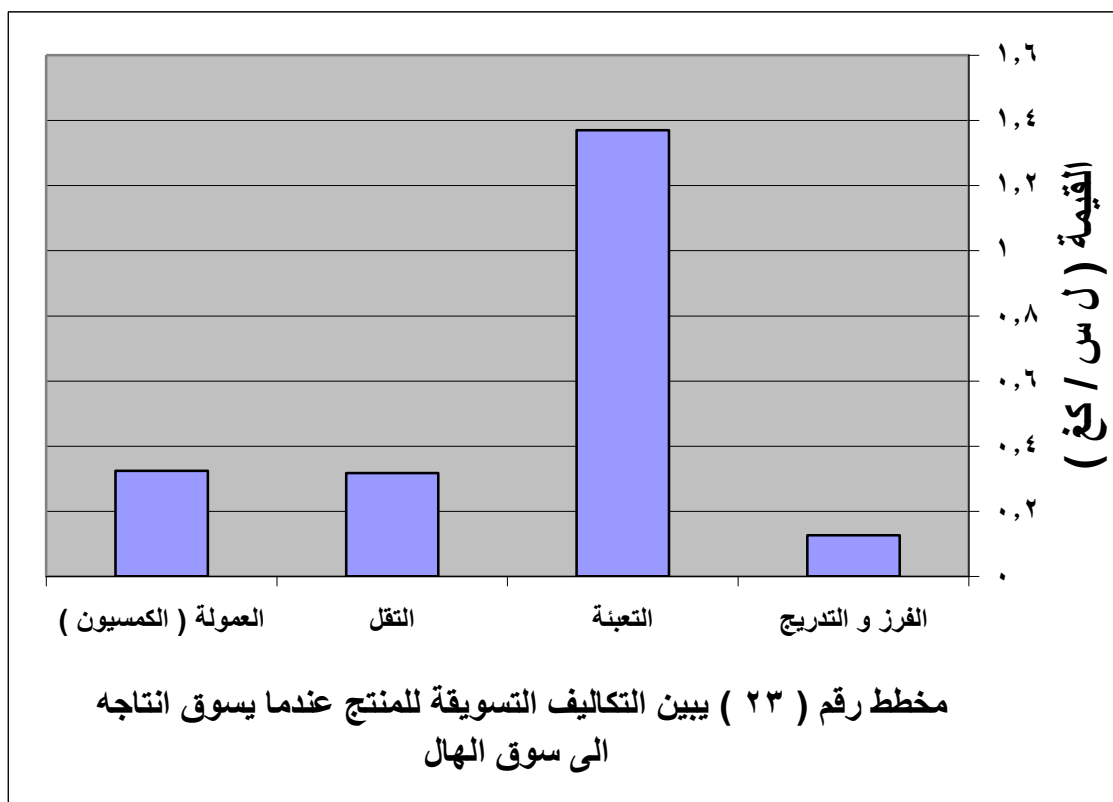
يقوم المزارع بعملية فرز و تدريج لمحصول البندورة و تقدر تكلفة هذه العملية بحوالي ٠,١٢٦ ليرة سورية / الكيلو غرام و هي تشكل حوالي ٥,٩١ % من إجمالي التكاليف التسويقية لمحصول البندورة في هذا المسلك التسويقي ، و بعد عملية الفرز و التدريج يقوم المزارع بتعبئة محصول البندورة بعبوات من الفلين سعة (١٠ - ١٥) كيلو غرام و تقدر تكاليف التعبئة بحوالي ١,٣٧ ليرة سورية / الكيلو غرام و هي تشكل حوالي ٦٤,٢٨ % من إجمالي التكاليف التسويقية لمحصول البندورة في هذا المسلك التسويقي ، و بعدها يقوم المزارع بنقل إنتاجه إلى سوق الهال و تقدر تكلفة هذه العملية بحوالي ٠,٣١١ ليرة سورية / الكيلو غرام وهي تشكل حوالي ١٤,٥٩ % من إجمالي التكاليف التسويقية لمحصول البندورة في هذا المسلك التسويقي و بعد أن يصل الإنتاج إلى سوق الهال حيث يتواجد تجار الجملة يقوم المزارع ببيع إنتاجه إلى تاجر الجملة الذي يتقاضى عمولة (كمسيون) (٥ % - ٧ %) من إجمالي قيمة المحصول المسوق و تقدر تكلفة العمولة (الكمسيون) بحوالي ٠,٣٢٤ ليرة سورية / الكيلو غرام و هي تشكل حوالي ١٥,٢٠ % من إجمالي التكاليف التسويقية لمحصول البندورة في هذا المسلك التسويقي .

جدول (١٥) يبين التكاليف التسويقية للمنتج في حال التسويق إلى تاجر الجملة في سوق الهال :

الوحدة : ليرة سورية / الكيلو غرام

عناصر التكاليف التسويقية	التكلفة	النسبة المئوية %
الفرز و التدريج	٠,١٢٦	٥,٩١ %
التعبئة	١,٣٧	٦٤,٢٨ %
النقل	٠,٣١١	١٤,٥٩ %
العمولة (الكمسيون)	٠,٣٢٤	١٥,٢ %
إجمالي التكاليف التسويقية	٢,١٣١	١٠٠ %

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على استمارة الاستبيان .



- المزارع يسوق إنتاجه إلى معمل كونسروة :

في هذا المسلك التسويقي لا يتحمل المزارع أي تكاليف تسويقية لأن المزارع يقوم ببيع محصول البندورة لتاجر وسيط ، هذا التاجر الوسيط يتحمل كل التكاليف التسويقية (تعبئة - نقل) لا يقوم التاجر الوسيط بعملية فرز وتدريج لمحصول البندورة و يقوم بتعبئة المحصول بعبوات بلاستيكية سعة (٢٥) كيلو غرام تقدر تكلفة هذه العملية بحوالي ٠,٠١٢ ليرة سورية / الكيلو غرام وهي تشكل ١٢,٥% من التكاليف التسويقية للتاجر الوسيط و بعد التعبئة يقوم التاجر الوسيط بنقل الإنتاج إلى أرض معمل الكونسروة حيث تقدر تكلفة هذه العملية بحوالي ٠,٠٨٤ ليرة سورية / الكيلو غرام وهي تشكل ٨٧,٥% من التكاليف التسويقية للتاجر الوسيط في هذا المسلك التسويقي نلاحظ أن معمل الكونسروة لا يحمل التاجر الوسيط أي عمولة (كمسيون) على قيمة الإنتاج مثل التاجر في سوق الهال .

أما عندما يقوم المزارع بتسويق إنتاجه من محصول البندورة إلى معمل الكونسروة مباشرة دون بيعه إلى التاجر الوسيط فانه يتحمل التكاليف التسويقية نفسها التي يتحملها التاجر الوسيط .

جدول (١٦) يبين التكاليف التسويقية للمنتج في حال التسويق إلى معمل كونسروة :

الوحدة : ليرة سورية / الكيلو غرام

عناصر التكاليف التسويقية	التكلفة	النسبة المئوية %
الفرز و التدريج	٠	%٠
التعبئة	٠,٠١٢	%١٢,٥
النقل	٠,٠٨٤	%٨٧,٥
العمولة (الكمسيون)	٠	%٠
إجمالي التكاليف التسويقية	٠,٠٩٦	%١٠٠

المصدر : حسب من قبل الباحث بناءً على استمارة الاستبيان .

ملاحظة : عملية التعبئة تتم بعبوات بلاستيكية سعة ٢٥ كغ وعمر هذه العبوات يقدر بخمس سنوات مما يؤدي إلى انخفاض تكاليف التعبئة في هذا المسار وكذلك عملية النقل تتم إلى معامل الكونسروة التي تقع بالقرب من مناطق الإنتاج الأمر الذي يساهم في خفض تكاليف النقل .

- المزارع يسوق إنتاجه إلى معمل فرز و توضيب :

في هذا المسلك التسويقي لا يتحمل المزارع أي تكاليف تسويقية لأن المزارع يقوم ببيع محصول البندورة لتاجر وسيط هذا التاجر الوسيط يتحمل كل التكاليف التسويقية (فرز و تدريج - تعبئة - نقل) يقوم التاجر الوسيط بعملية فرز وتدرج لمحصول البندورة تقدر تكلفة هذه العملية بحوالي ٠,١٢٦ ليرة سورية / الكيلو غرام وهي تشكل ٣٧,٣ % من التكاليف التسويقية للتاجر الوسيط و بعدها يقوم بتعبئة المحصول بعبوات بلاستيكية سعة (٢٥) كيلو غرام تقدر تكلفة هذه العملية بحوالي ٠,٠١٢ ليرة سورية / الكيلو غرام وهي تشكل ٣,٥ % من التكاليف التسويقية للتاجر الوسيط و بعد التعبئة يقوم التاجر الوسيط بنقل الإنتاج إلى أرض معمل الفرز و التوضيب حيث تقدر تكلفة هذه العملية بحوالي ٠,٢ ليرة سورية / الكيلو غرام وهي تشكل ٥٩,٢ % من التكاليف التسويقية للتاجر الوسيط في هذا المسلك التسويقي نلاحظ أن معمل الفرز و التوضيب لا يحمل التاجر الوسيط أي عمولة (كمسيون) على قيمة الإنتاج مثل التاجر في سوق الهال .

أما عندما يقوم المزارع بتسويق إنتاجه من محصول البندورة إلى معمل الفرز و التوضيب مباشرة دون بيعه إلى التاجر الوسيط فانه يتحمل التكاليف التسويقية نفسها التي يتحملها التاجر الوسيط. **ملاحظة :** في بعض الأحيان تتم عملية التعبئة بعبوات فلينية ولكن هذه الحالة نادرة جداً بسبب ارتفاع أسعار العبوات الفلينية .

جدول (١٧) يبين التكاليف التسويقية للمنتج في حال التسويق إلى معمل فرز و توضيب :

الوحدة : ليرة سورية / الكيلو غرام

عناصر التكاليف التسويقية	التكلفة	النسبة المئوية %
الفرز و التدريج	٠,١٢٦	٣٧,٣%
التعبئة	٠,٠١٢	٣,٥%
النقل	٠,٢	٥٩,٢%
العمولة (الكمسيون)	٠	٠%
إجمالي التكاليف التسويقية	٠,٣٣٨	١٠٠%

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على استمارة الاستبيان .

ملاحظة : عملية التعبئة تتم بعبوات بلاستيكية سعة ٢٥ كغ وعمر هذه العبوات يقدر بخمس سنوات مما يؤدي إلى انخفاض تكاليف التعبئة في هذا المسار .

ثانياً : التكاليف التسويقية لتاجر الجملة :

تقدر التكاليف التسويقية لتاجر الجملة بحوالي ٠,٩٦ ليرة سورية / الكيلو غرام تتضمن : أجرة المحل و أجرة العمال و بدل خدمات الجهات العامة (كهرباء - ماء - هاتف -) و رسوم وضرائب ومصاريف أخرى (مواصلات)

تم احتساب التكاليف التسويقية لتاجر الجملة كما يلي :

الهامش التسويقي = سعر البيع لتاجر التجزئة - سعر الشراء من المزارع

الهامش التسويقي = ٧,٢٥ - ٥,٧٩ = ١,٤٦ ل س / كغ

التكاليف التسويقية = الهامش التسويقي - الربح

التكاليف التسويقية = ١,٤٦ - ٠,٥ = ٠,٩٦ ل س / كغ

ملاحظة : تم حساب التكاليف التسويقية لتاجر الجملة بشكل إجمالي و لم تحسب موزعة على عناصر التكاليف التسويقية (أجرة المحل و أجرة العمال و بدل خدمات الجهات العامة و رسوم وضرائب ومصاريف أخرى) بسبب عدم قيام تجار الجملة بالتصريح عن الكميات المشتراة و لو بشكل تقريبي و لكن تم الاكتفاء بالتصريح عن هامش الربح الذي يحصل عليه تاجر الجملة بشكل تقريبي ، و منه تم حساب إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر الجملة.

ثالثاً : التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة :

تقدر التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة بحوالي ١,٠٧ ليرة سورية / الكيلو غرام تتضمن أجرة المحل و أجرة العمال و بدل خدمات الجهات العامة (كهرباء - ماء - هاتف -) و رسوم وضرائب ومصاريف أخرى (مواصلات) ونسبة الفاقد و التالف التي تشكل حوالي (١٥% - ٢٠%) من محصول البندورة إضافة إلى أجور نقل محصول البندورة من سوق الهال إلى محل التجزئة و ثمن أكياس التعبئة للمستهلك .

تم احتساب التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة كما يلي :

الهامش التسويقي = سعر البيع للمستهلك - سعر الشراء من تاجر الجملة

الهامش التسويقي = ١٠,٣٣ - ٧,٢٥ = ٣,٠٨ ل / س / كغ

التكاليف التسويقية = الهامش التسويقي - الربح

التكاليف التسويقية = ٣,٠٨ - ٢,٠١ = ١,٠٧ ل / س / كغ

ملاحظة: تم حساب التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة بشكل إجمالي و لم تحسب موزعة على عناصر التكاليف التسويقية (أجرة المحل و أجرة العمال و بدل خدمات الجهات العامة و رسوم وضرائب ونسبة الفاقد و التالف التي تشكل حوالي (١٥% - ٢٠%) من محصول البندورة إضافة إلى أجور نقل محصول البندورة من سوق الهال إلى محل التجزئة و ثمن أكياس التعبئة للمستهلك ومصاريف أخرى) بسبب عدم قيام تاجر التجزئة بحصر الكميات المشتراة من تاجر الجملة و لو بشكل تقريبي و لكن تم الاكتفاء بالتصريح عن هامش الربح الذي يحصل عليه تاجر التجزئة بشكل تقريبي ، و منه تم حساب إجمالي التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة.

رابعاً : التكاليف التسويقية لمعمل الكونسروة :

تقدر التكاليف التسويقية لمعمل الكونسروة بحوالي ١٤ ليرة سورية / الكيلو غرام تتضمن ثمن العبوات سواء كانت (زجاجية - بلاستيكية - تنك) و تقدر تكلفة التعبئة و الطباعة الموجودة على العبوات بحوالي ١٣ ل / س / كغ و تقدر تكلفة النقل إلى تاجر الجملة لرب البندورة بحوالي ١ ل / س / كغ .

خامساً : التكاليف التسويقية لمعمل الفرز و التوضيب:

تقدر التكاليف التسويقية لمعمل الفرز و التوضيب بحوالي ٣,٥ ليرة سورية / الكيلو غرام تتضمن إعادة الفرز و التوضيب و إعادة التعبئة بعبوات خاصة و أجره العمال و بدل خدمات الجهات العامة (كهرباء - هاتف - ماء) و رسوم و ضرائب مفروضة على معمل الفرز و التوضيب و أجور النقل بالشاحنات المبردة و نسبة الفاقد و التالف و الاهتلاكات (اهتلاك آلات الفرز و التوضيب و اهتلاك المباني) و مصاريف أخرى .

تم حساب التكاليف التسويقية لمعمل الفرز و التوضيب كما يلي :

الهامش التسويقي = سعر البيع للدولة المستوردة - سعر الشراء من المزارع

الهامش التسويقي = ١٢,٥ - ٥ = ٧,٥ ل س / كغ

التكاليف التسويقية = الهامش التسويقي - الربح

التكاليف التسويقية = ٧,٥ - ٤ = ٣,٥ ل س / كغ

ملاحظة: تم حساب التكاليف التسويقية لمعمل الفرز و التوضيب بشكل إجمالي و لم تحسب موزعة على عناصر التكاليف التسويقية (الفرز و التوضيب - التعبئة - أجور العمال - بدل خدمات الجهات العامة - الرسوم و الضرائب - النقل بالشاحنات المبردة - نسبة الفاقد و التالف - اهتلاك آلات الفرز و التوضيب) بسبب عدم قيام معامل الفرز و التوضيب بالتصريح عن تكاليفهم التسويقية و لكن تم الاكتفاء بالتصريح عن هامش الربح الذي يحصلون عليه بشكل تقريبي ، و منه تم حساب إجمالي التكاليف التسويقية لمعمل الفرز و التوضيب .

الكفاءة أو القدرة التسويقية : هي زيادة المردود الذي يحصل عليه المسوق ، أي أن الكفاءة التسويقية تعني إجراء تعديلات و إدخال تحسينات تؤدي إلى خفض تكاليف العمليات التسويقية دون أن يؤثر ذلك على درجة الإشباع التي يحصل عليها المستهلك النهائي . و تقسم القدرة التسويقية الزراعية إلى قسمين * :

أ- القدرة التسويقية التكنولوجية Technological Efficiency :

تستهدف دراسة القدرة التسويقية التكنولوجية للنشاطات التسويقية المختلفة تخفيض إجمالي تكاليفها بافتراض عدم تغير في طبيعة إنتاج الحاصلات الزراعية و يتم ذلك بإتباع الأساليب التكنولوجية الحديثة التي تؤدي إلى تقليل التكاليف التسويقية فخفض تكاليف النقل أو التعبئة أو التخزين أو اكتشاف أنواع جديدة من المواد الحافظة التي تقلل من نسبة فساد المواد الغذائية المحفوظة سوف يؤدي إلى تحسين القدرة التسويقية التكنولوجية و يتطلب الأمر الاستفادة من العلوم الكيميائية و الفيزيائية و الهندسية و الإدارية .

ب- القدرة التسويقية السعرية Pricing Efficiency :

تتوقف القدرة التسويقية السعرية على المهام التسويقية كالبيع و الشراء و الأسعار بشكل يعكس رغبات المستهلكين و ربما كان المعيار الصادق لإشباع رغبات المستهلكين نتيجة لجميع النشاطات التسويقية هو الأسعار التي تدفع لقاء هذا الإشباع و لكن مدى صدق هذا المعيار يعتمد على توافر الظروف التي تؤمن حرية الاختيار للمستهلكين من المواد الغذائية المختلفة وهكذا تتوقف القدرة التسويقية السعرية على طبيعة التنافس و توازن القوى في البنيان التسويقي الزراعي لذلك لا بد من تحديد كمية المواد الغذائية بشكل يتناسب مع الاستهلاك بالاعتماد على المعلومات التسويقية و تحديد الرتب و الدرجات لمختلف السلع لتحقيق القدرة التسويقية السعرية.

*ياسين ، محمود محمد و عبد العزيز ، علي محمود ، (٢٠٠٦) ، " أسس التسويق الزراعي و الغذائي " ، منشورات جامعة دمشق ، كلية الزراعة ، ص ١١٣-١١٤ .

إن عملية قياس الكفاءة (القدرة) التسويقية هي خطوة هامة لأجل العمل على تحسينها و لهذا فان الأمر يحتاج لتحديد بعض المقاييس أو المؤشرات التي يمكن من خلالها الحكم على كفاءة (قدرة) النظام التسويقي للمنتجات (السلع) الزراعية و ذلك في ضوء مشكلة قياس المنفعة الاستهلاكية للمخرجات النهائية للعملية التسويقية والتي تمثل العقبة الرئيسة لقياس القدرة التسويقية الزراعية .

و يستخدم المقياس التالي لقياس الكفاءة التسويقية الزراعية :

معدل التكاليف التسويقية

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{\text{معدل التكاليف التسويقية}}{100} \times 100$$

التكاليف الكلية (الإنتاجية و التسويقية) للمنتج المسوق

كما أن دراسات أخرى تطبق مقياس آخر و هو :

التكاليف التسويقية و الإنتاجية

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{\text{التكاليف التسويقية}}{\text{التكاليف الكلية}} \times 100$$

القيمة الكلية للمنتج المسوق

الكفاءة التسويقية للمزارع :

- المزارع يسوق إنتاجه إلى سوق الهال :

معدل التكاليف التسويقية

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{\text{معدل التكاليف التسويقية}}{100} \times 100$$

التكاليف الكلية (الإنتاجية و التسويقية) للمنتج المسوق

$$2,131$$

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{2,131}{2,131 + 2,42} \times 100$$

$$2,131 + 2,42$$

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 48,4 \%$$

ملاحظة : تكاليف إنتاج الكيلو غرام من محصول البندورة تساوي ٢,٤٢ ل س / كغ حسب من قبل الباحث في الجدول رقم (١٥) و تم حساب تكاليف الإنتاج بناءً على النموذج المعتمد من قبل وزارة الزراعة و الإصلاح الزراعي - مديرية الاقتصاد الزراعي .

- المزارع يسوق إنتاجه إلى معمل كونسروة

$$0,096$$

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - 100 \times \text{_____}$$

$$0,096 + 2,42$$

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 96,18\%$$

- المزارع يسوق إنتاجه إلى معمل فرز و توضيب

$$0,338$$

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - 100 \times \text{_____}$$

$$0,338 + 2,42$$

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 87,74\%$$

مما تقدم نجد أن الكفاءة التسويقية عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى سوق الهال تساوي ٤٨,٤% و عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل كونسروة تساوي ٩٦,١٨% وعندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل فرز و توضيب تساوي ٨٧,٧٤% .

إن سبب ارتفاع الكفاءة التسويقية عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل كونسروة لأن المزارع لا يقوم سوى بعمليتي (التعبئة و النقل) إلى معمل الكونسروة حيث أن عملية التعبئة تتم بعبوات بلاستيكية سعة ٢٥ كغ وعمر هذه العبوات يقدر بخمس سنوات مما يؤدي إلى انخفاض تكاليف التعبئة في هذا المسار وكذلك عملية النقل تتم إلى معامل الكونسروة التي تقع بالقرب من مناطق الإنتاج الأمر الذي يساهم في خفض تكاليف النقل .

إن سبب ارتفاع الكفاءة التسويقية عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل الفرز و التوضيب لأن المزارع لا يقوم إلا بعمليات (الفرز و التدرج و التعبئة و النقل) حيث أن عملية التعبئة تتم بعبوات بلاستيكية سعة ٢٥ كغ وعمر هذه العبوات يقدر بخمس سنوات مما يؤدي إلى انخفاض تكاليف التعبئة في هذا المسلك التسويقي .

جدول (١٨) يبين التكاليف الإنتاجية لمحصول البندورة في محافظة درعا عام ٢٠٠٧

فائدة رأس المال = ٤,٥ % من المستلزمات

البيان	التكلفة ليرة سورية / الهكتار
العمليات الزراعية	
الحراثة	٥٠٠٠
تسميد عضوي و معدني	١٥٠٠
مد الشبكة	٣٠٠٠
زراعة و ركش و ترقيع	٢٥٠٠
ري	٢٠٠٠٠
مكافحة	٤٠٠٠
جني	٨٠٠٠
مجموع العمليات الزراعية	٤٤٠٠٠
قيمة مستلزمات الإنتاج	
بذور و تشتيل	٣٣٠٠٠
السماذ العضوي	٣٢٠٠٠
السماذ الكيماوي	٣٠٠٠٠
مواد مكافحة	٣٠٠٠٠
وقود و كهرباء	٣٠٠٠٠
مجموع قيمة مستلزمات الإنتاج	١٥٥٠٠٠
مجموع التكاليف	١٩٩٠٠٠
نفقات نثرية	٩٥٠٠
فائدة رأس المال	٦٩٧٥
إجمالي التكاليف الكلية	٢١٥٩٧٥
وسطي المردود	١٠٥١٣٠
وسطي المردود بعد حسم أجور الأرض	٨٩٣٦٠
تكلفة إنتاج كيلو غرام من محصول البندورة	٢,٤٢ ليرة سورية / الكيلو غرام

نفقات نثرية = ٥ % من مجموع التكاليف

أجور الأرض = ١٥ % من المردود

المصدر : حسبت من قبل الباحث من خلال الاستقصاء الميداني .

٤ - أسعار محصول البندورة في محافظة درعا

السياسة السعرية

تعد السياسات السعرية من أهم العوامل الاقتصادية لتوجيه الموارد و كفاءة استخدامها في العمليات الإنتاجية و التسويقية المختلفة و قد أدى تطبيق سياسة التحرر الاقتصادي إلى تحرير أسعار المدخلات و النواتج في سورية حيث يتم تحرير الأسعار في معظم الحالات عن طريق تفاعل قوى العرض و الطلب ، و قد تميزت السياسة السعرية الزراعية في سورية بعد عام ١٩٨٦ بالمؤشرات التالية:

١- تلازم السياسة السعرية مع سياسة التنمية الزراعية واعتبار الأسعار وسيلة لتنفيذ الخطط الإنتاجية فيما يتعلق بالمحاصيل الرئيسية .

٢- تحديد الأسعار استناداً إلى دراسة تكاليف الإنتاج وإعطاء هوامش ربحية مناسبة .

٣- رفع الدعم تدريجياً عن مستلزمات الإنتاج .

وقد تم اعتماد أنظمة متعددة لتسعير المنتجات الزراعية بما في ذلك السلع الغذائية وهي : التسعيرة الرسمية : وتحدد من قبل المجلس الزراعي الأعلى ويتم تطبيقها على بعض المحاصيل مثل القطن و الشوندر السكري .

التسعيرة التأشيرية : وتحدد أيضاً من قبل المجلس الزراعي الأعلى ويتم تطبيقها على محاصيل العنب (العصير) التفاح ، الحمضيات ، الثوم ، البصل ، القمح ، مع الأخذ بعين الاعتبار حرية التوريد للمنتجين بهذه الأسعار لمؤسسات القطاع العام المتخصصة مع التزام مؤسسات القطاع العام بشراء كل ما يعرض عليها بهذه الأسعار .

الأسعار التموينية : ويتم تحديد هذه الأسعار بواسطة لجان يرأسها مندوب من وزارة التموين والتجارة الداخلية وفق حالات العرض والطلب لأهم منتجات الخضر والفاكهة والمنتجات الحيوانية . وكذلك يتم تحديد أسعار السلع الغذائية الأخرى المستوردة كالأرز والشاي والبن ... وعادة تكون الأسعار التموينية قريبة نسبياً من الأسعار الحرة .

الأسعار الحرة : وتشتمل بقية المنتجات مثل اللحوم والبيض وبعض المنتجات النباتية .

الأسعار التصديرية : ويتم تحديدها من قبل لجنة يرأسها مندوب من وزارة التموين والتجارة الداخلية وهي خاصة بتحديد الأسعار التصديرية للخضار والفواكه .

نظام الأسعار والتسعير للخضار في سورية :

إن آلية تحديد السعر في أسواق الخضار والفاكهة يتم وفقاً لظروف العرض والطلب مع الأخذ بنظر الاعتبار تلك الضوابط المحددة للتحكم إلى حد ما في التقلبات السعرية وتحقيق الاستقرار سعري ، ويتم وضع هذه الضوابط عن طريق نظام للتسعير يعتمد على تحديد الحد الأعلى للسعر خلال فترة زمنية معينة قد تطول فترتها الزمنية أو تقصر حسب ظروف العرض والطلب ومقدار توفر السلعة في السوق ، و في المحافظات تحدد هذه الأسعار من قبل لجان تسمى لجنة تحديد الأسعار بالمحافظة تضم ممثلين عن مديرية الزراعة والإصلاح الزراعي و مديرية التجارة الداخلية واتحاد فلاحي المحافظة و فرع حزب البعث في المحافظة و ممثلين عن تجار سوق الهال بالمحافظة.

أسعار محصول البندورة في سوريا :

في عام ١٩٩٧ كان متوسط سعر التجزئة لكل كيلو غرام من محصول البندورة في سوريا حوالي ١٤,٥ ل س / كغ و أصبح متوسط السعر عام ٢٠٠٧ حوالي ١٨,٤١ ل س/كغ .
جدول (١٩) يبين تطور الوسط السنوي لأسعار التجزئة لمحصول البندورة في مراكز المحافظات السورية من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : ليرة سورية / الكيلو غرام

المحافظة السنة	دمشق	حلب	حمص	حماة	طرطوس	اللاذقية	ادلب	الرقبة	دير الزور	الحسكة	السويداء	درعا
1997	16	21	13	14	15	13	13	12	15	14	15	13
1998	15	18	16	14	16	15	13	14	14	18	15	12
1999	13	16	11	12	15	12	12	10	12	12	13	11
2000	12	15	9	10	10	10	8	10	8	9	9	8
2001	13	16	11	12	15	12	12	10	12	12	13	11
2002	14	14	13	13	16	13	14	13	13	15	14	13
2003	15	15	11	11	15	14	11	14	12	14	13	13
2004	12	15	16	10	11	11	10	13	11	12	11	12
2005	14	17	13	13	14	14	12	13	11	14	12	13
2006	23	18	22	20	18	18	18	18	18	19	20	21
2007	21	18	19	21	16	19	20	17	17	19	17	17

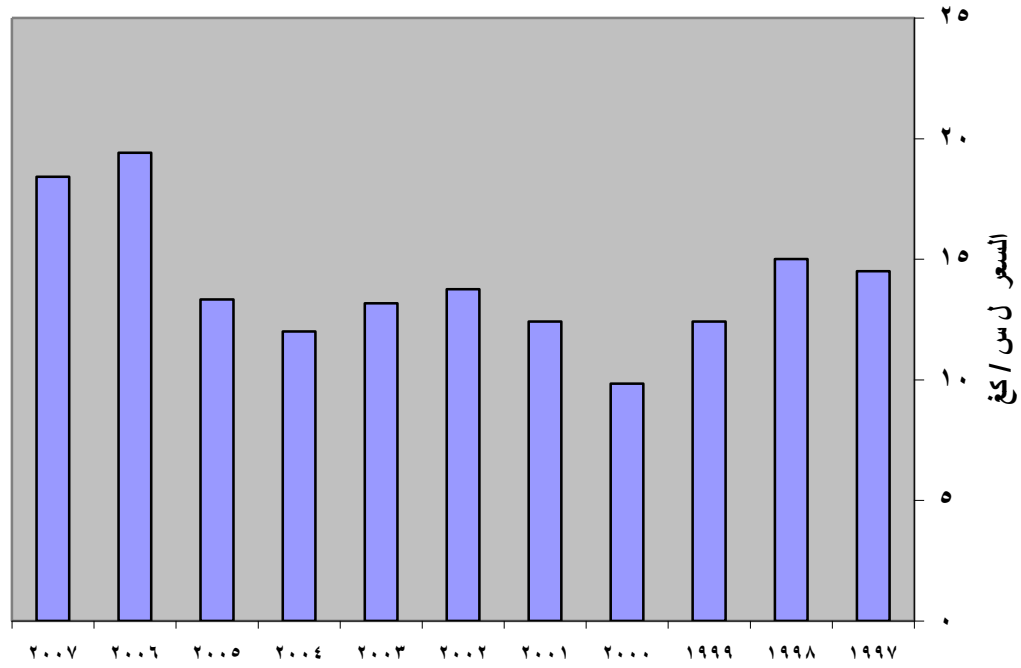
المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على المعلومات الواردة في المجموعات الإحصائية الصادرة عن رئاسة مجلس الوزراء (المكتب المركزي للإحصاء) من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ .

جدول (٢٠) يبين تطور الرقم القياسي لأسعار التجزئة لمحصول البندورة في سوريا و في محافظة درعا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧ :

السنة	أسعار محافظة درعا ل س/كغ	أسعار سوريا ل س/كغ	الرقم القياسي لمحافظة درعا %	الرقم القياسي لسوريا %
1997	13	14.5	100	100
1998	12	15	92	103
1999	11	12.4	85	86
2000	8	9.8	62	68
2001	11	12.4	85	86
2002	13	13.75	100	95
2003	13	13.17	100	91
2004	12	12	92	83
2005	13	13.3	100	92
2006	21	19.42	162	134
2007	17	18.41	130	127

المصدر : حسب من قبل الباحث بناءً على المعلومات الواردة في المجموعات الإحصائية الصادرة عن رئاسة مجلس الوزراء (المكتب المركزي للإحصاء) من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧

من الجدول (٢٠) نلاحظ حدوث انخفاض تدريجي في أسعار محصول البندورة في سوريا و في محافظة درعا من عام ١٩٩٨ حتى عام ٢٠٠٠ حيث انخفضت أسعار التجزئة لمحصول البندورة في سوريا عام ٢٠٠٠ بمقدار ٣٢% وفي محافظة درعا بمقدار ٣٨% وبعد عام ٢٠٠٠ عاودت الأسعار للارتفاع التدريجي حتى عام ٢٠٠٥ و بعد عام ٢٠٠٥ ارتفعت أسعار التجزئة لمحصول البندورة بشكل كبير ففي عام ٢٠٠٧ ارتفعت الأسعار بشكل قياسي حيث وصل معدل الزيادة في سعر الكيلو غرام من محصول البندورة في سوريا حوالي ٢٧% و وصل معدل الزيادة في سعر الكيلو غرام من محصول البندورة في محافظة درعا حوالي ٣٠% والسبب الرئيسي في ارتفاع أسعار محصول البندورة هو ارتفاع أسعار جميع المواد بشكل عام.



مخطط رقم (٢٤) يبين تطور متوسط أسعار التجزئة لمحصول البندورة في سوريا من عام ١٩٩٧ حتى عام ٢٠٠٧

أسعار محصول البندورة في محافظة درعا :

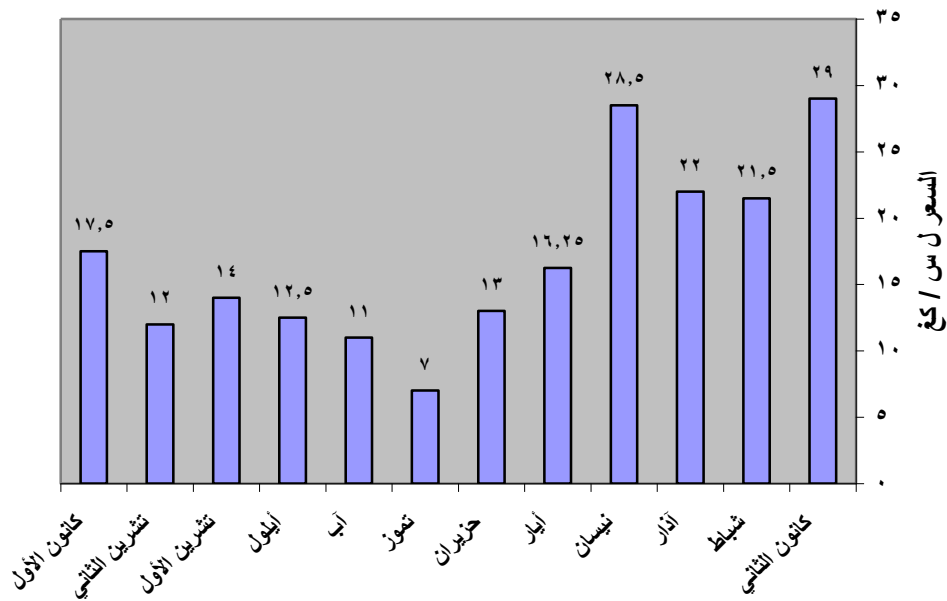
في عام ١٩٩٧ كان الوسط السنوي لسعر التجزئة لكل كيلو غرام من محصول البندورة حوالي ١٣ ليرة سورية / الكيلو غرام و في عام ٢٠٠٧ أصبح السعر حوالي ١٧ ليرة سورية / الكيلو غرام (جدول ١٩) و كان المتوسط الشهري لأسعار التجزئة لمحصول البندورة لعام ٢٠٠٧ في شهر كانون الثاني حوالي ٢٩ ليرة سورية / الكيلو غرام و في شهر حزيران ١٣ ليرة سورية / الكيلو غرام و في شهر تموز ٧ ليرة سورية / الكيلو غرام و في شهر آب ١١ ليرة سورية / الكيلو غرام نلاحظ انخفاض أسعار البندورة في أشهر (حزيران - تموز - آب) و هي أشهر الذروة في إنتاج محصول البندورة في محافظة درعا ، إن سبب انخفاض الأسعار في هذه الأشهر هو وجود كميات كبيرة جداً معروضة في الأسواق تفوق الكميات المطلوبة .

جدول (٢١) يبين الوسط الشهري لأسعار التجزئة لمحصول البندورة في محافظة درعا لعام ٢٠٠٧ :

الوحدة : ليرة سورية / الكيلو غرام

الشهر	متوسط السعر
كانون الثاني	٢٩
شباط	٢١,٥
آذار	٢٢
نيسان	٢٨,٥
أيار	١٦,٢٥
حزيران	١٣
تموز	٧
أب	١١
أيلول	١٢,٥
تشرين أول	١٤
تشرين ثاني	١٢
كانون أول	١٧,٥
المتوسط	١٧

المصدر : التقارير الشهرية للأسعار الحرة للمنتجات الزراعية لعام ٢٠٠٧ - مديرية الزراعة و الإصلاح الزراعي بدرعا - دائرة التسويق الزراعي .



مخطط رقم (٢٥) يبين المتوسط الشهري لأسعار التجزئة لمحصول البندورة في محافظة درعا لعام ٢٠٠٧

الأسعار التي يحصل عليها مزارع البندورة في محافظة درعا :

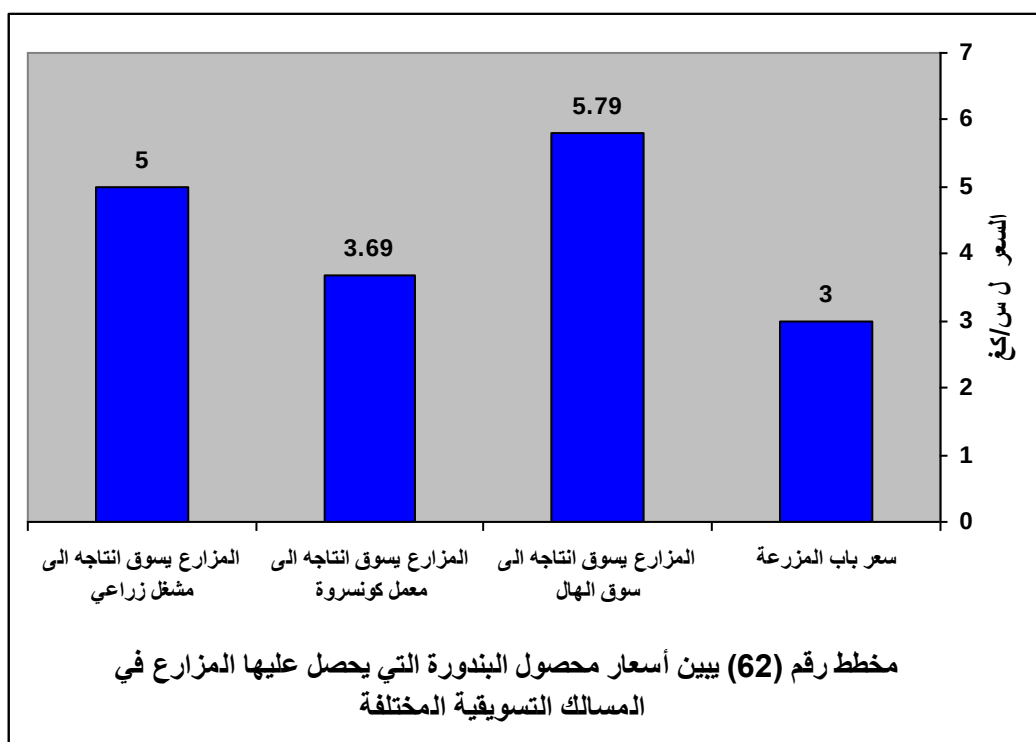
من خلال الدراسة الميدانية تبين أن المزارع يقوم بتسويق إنتاجه من خلال عدة مسالك تسويقية و بالتالي فهو يحصل على أسعار مختلفة حسب المسلك التسويقي، فقد بلغ سعر باب المزرعة حوالي ٣ ل س / كغ و وصل السعر الذي يحصل عليه مزارع البندورة عندما يسوق محصول البندورة إلى أسواق الهال حوالي ٥,٧٩ ل س / كغ أما عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل الكونسروة فإنه يحصل على ٣,٦٩ ل س / كغ و عندما يبيع المزارع محصوله لمعمل الفرز و التوضيب فإنه يبيعه بسعر ٥ ل س / كغ .

جدول (٢٢) يبين أسعار محصول البندورة التي يحصل عليها المزارع من خلال المسالك التسويقية المختلفة لعام ٢٠٠٧ :

الوحدة : ليرة سورية / الكيلو غرام

السعر	المسلك التسويقي
٣	سعر باب المزرعة
٥,٧٩	المزارع يسوق إنتاجه إلى تاجر جملة
٣,٦٩	المزارع يسوق إنتاجه إلى معمل كونسروة
٥	المزارع يسوق إنتاجه إلى معمل فرز و توضيب

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على استمارة الاستبيان .



٥ - الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا

مفهوم الهوامش التسويقية

الهامش التسويقي : الفرق في سعر السلعة بين مرحلتين متتاليتين من مراحل انتقالها من المنتج إلى المستهلك خلال المسلك التسويقي .

الهامش التسويقي = (سعر البيع - سعر الشراء) على مستوى مرحلة تسويقية واحدة أو على مستوى المسلك التسويقي كله .

الهامش التسويقي = التكاليف التسويقية + الأرباح

الهامش التسويقي = السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي - سعر باب المزرعة
يتم احتساب الهوامش التسويقية من أجل :

- ١ - حساب تكاليف الخدمات التسويقية المضافة للسلعة .
- ٢ - حساب أرباح الوسطاء .
- ٣ - بيان الأهمية النسبية لبنود التكاليف التسويقية .
- ٤ - حساب حصة المزارع من سعر المستهلك .
- ٥ - حساب حصة الهوامش التسويقية من سعر المستهلك .

تقدير الهوامش التسويقية* :

يتم تقدير الهوامش التسويقية للمنتجات الزراعية بالطرق التالية:

■ يتم اختيار كمية محدودة من السلعة أو حمولة شاحنة منها ، وتتم متابعة مسيرها خلال المسالك التسويقية المختلفة وتسجيل أسعار البيع في كل مرحلة مع تسجيل التكاليف التي تدفع أثناء تحركها من نقل وتخزين ورسوم أسواق ووسطاء ، كما تحسب الكميات المفقودة أو التالفة ، وتقدر قيمتها بحيث تضاف هذه القيمة إلى التكاليف التسويقية ، والعيب في هذه الطريقة أنها تحتاج إلى جهد ووقت كبيرين خصوصاً إذا ما تغير شكل السلعة أثناء انتقالها في المسلك التسويقي .

■ يتم تحديد المسالك التسويقية المختلفة للسلعة ثم يتم تقدير قيمة وكمية السلعة التي تتعامل معها كل هيئة تسويقية داخلية في المسلك التسويقي ، ثم يحتسب معدل الهامش التسويقي لكل هيئة بقسمة الفرق بين قيمة الشراء وقيمة المبيع على الكمية التي تتعامل بها وتجمع هذه القيم للهيئات المختلفة للحصول على الهوامش التسويقية الكلية وبعد ذلك يتم حساب معدل الهوامش التسويقية للسلعة أثناء مرورها في المسالك التسويقية المختلفة باستعمال المتوسط المرجح حسب الكميات التي تمر في كل مسلك منها .

تجدر الإشارة هنا بأنه يجب أخذ الكميات التالفة والمفقودة في الاعتبار عند حساب الهوامش التسويقية .

■ تحدد المسالك التسويقية التي تمر فيها السلعة ثم تجمع الأسعار عند كل مرحلة تسويقية ، وتحسب الهوامش التسويقية بطرح سعر البيع من سعر الشراء في كل مرحلة مع الاهتمام بحساب التكاليف المختلفة من نقل وتخزين ورسوم مختلفة وقيمة التغير والتلف بين كل مرحلتين، وعند إتباع هذا الأسلوب يجب التأكد من أن العينة التي تجمع منها الأسعار ممثلة للمجموع وكذلك يجب معادلة السلعة عند تغيير شكلها وأن تقدر الأسعار في فترة زمنية قصيرة.

طرق احتساب الهوامش التسويقية * :

تأخذ الهوامش التسويقية عند دراستها شكلين :

الأول :ويؤخذ من حساب الحصة التي يحصل عليها المنتج من سعر المستهلك .
والثاني: من حساب حصة التاجر من سعر المستهلك عند كل مرحلة من مراحل العملية التسويقية .

ويمكن التعبير عن الهوامش التسويقية إما بالقيمة المطلقة والتي تعرف بأنها : الفرق بين سعري البيع والشراء في مرحلتين مختلفتين مقوماً بالوحدات النقدية ، أو بالفروق النسبية (المئوية) وهو عبارة عن الربح المطلق مقسوماً على سعر البيع ومضروباً في ١٠٠ .
والهوامش التسويقية ونسبة ما تشكله من سعر المستهلك يتباين حسب عوامل عديدة منها طبيعة السلعة حيث كلما كانت السلعة سريعة التلف، ازدادت الهوامش التسويقية و بنفس الوقت فإن تطور وظائف التخزين طبقاً للتطور الاقتصادي العام ترتب أيضاً زيادات في الهوامش التسويقية .

*ياسين ، محمود محمد و عبد العزيز ، علي محمود ، (٢٠٠٦) ، " أسس التسويق الزراعي و الغذائي " ، منشورات جامعة دمشق ، كلية الزراعة ، ص ١٣٣ - ١٦٩ .

أ - في حال التسويق إلى تاجر الجملة في سوق الهال :

١ - الهامش التسويقي للمزارع :

الهامش التسويقي المطلق = ٥,٧٩ - ٣ = ٢,٧٩ ليرة سورية / الكيلو غرام

$$100 \times 2,79$$

الهامش التسويقي النسبي = — = ٢٧%

$$10,33$$

(ملاحظة : سعر باب المزرعة = ٣ ل س / كغ حسب من الاستقصاء الميداني)

نلاحظ ارتفاع نسبي في الهامش التسويقي للمزارع في هذا المسار على الرغم من انخفاض الربح الذي يحصل عليه في هذا المسار (ارتفاع الهامش التسويقي ناتج عن العمليات التسويقية التي يقوم بها المزارع (فرز و تدرج - عبوات - نقل -)

٢ - الهامش التسويقي لتاجر الجملة :

الهامش التسويقي المطلق = ٧,٢٥ - ٥,٧٩ = ١,٤٦ ليرة سورية / الكيلو غرام

$$100 \times 1,46$$

الهامش التسويقي النسبي = — = ١٤,١٣٣%

$$10,33$$

نلاحظ انخفاض الهامش التسويقي لتاجر الجملة و هذا يدل على انخفاض التكاليف التسويقية لتاجر الجملة حيث تقتصر التكاليف التسويقية لتاجر الجملة على عمليتي البيع و الشراء و تحمل المخاطرة و إن كانت ضئيلة في هذا المسلك التسويقي .

٣ - الهامش التسويقي لتاجر التجزئة :

الهامش التسويقي المطلق = ١٠,٣٣ - ٧,٢٥ = ٣,٠٨ ليرة سورية / الكيلو غرام

$$100 \times 3,08$$

الهامش التسويقي النسبي = — = ٢٩,٨١٦%

$$10,33$$

نلاحظ أن الهامش التسويقي لتاجر التجزئة مرتفع وذلك بسبب تعدد الخدمات المطلوبة من تاجر التجزئة ، فمن الضروري التعامل مع كل مستهلك على حدة ، كما أن العمليات التسويقية تتضمن بيع كميات صغيرة و هناك نسبة كبيرة من الفاقد بالإضافة إلى ما يتطلبه التعامل مع المستهلك من تقديم الكثير من الخدمات التي يحتاجها المستهلك و السبب الآخر لارتفاع الهامش التسويقي لتاجر التجزئة هو ارتفاع هامش الربح الذي يضعه تاجر التجزئة و الذي يقدر بحوالي ١٩,٤٦% من سعر المستهلك النهائي .

جدول (٢٣) يبين الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا خلال أشهر

حزيران و تموز و آب عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى سوق الهال لعام ٢٠٠٧

المصدر : حسبت و حلت من قبل الباحث بناءً على المعلومات الواردة في استمارات الاستبيان

نلاحظ أن المزارع حصل على ٥٦,٠٥% من سعر الكيلو غرام الواحد الذي باع به تاجر التجزئة

البيان	القيمة ل س / كغ	% من سعر المستهلك
سعر باب المزرعة	٣,٠٠	٢٩,٠٤%
تكاليف الفرز و التدرج	٠,١٢٦	١,٢٢%
تكاليف التعبئة	١,٣٧	١٣,٢٦%
تكاليف النقل	٠,٣١١	٣,٠١%
تكاليف العمولة (الكمسيون)	٠,٣٢٤	٣,١٤%
هوامش ربحية للمزارع	٠,٦٥٩	٦,٣٨%
التكاليف التسويقية لتاجر الجملة	٠,٩٦	٩,٢٩%
هوامش ربحية لتاجر الجملة	٠,٥٠	٤,٨٤%
التكاليف التسويقية لتاجر التجزئة	١,٠٧	١٠,٣٦%
هوامش ربحية لتاجر التجزئة	٢,٠١	١٩,٤٦%
السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي	١٠,٣٣	١٠٠%

للمستهلك النهائي بينما حصل تاجر الجملة على ١٤,١٣% من سعر المستهلك و حصل تاجر التجزئة على ٢٩,٨٢% من سعر المستهلك النهائي .

ب - في حال التسويق إلى معمل كونسروة :

١ - الهامش التسويقي للمزارع :

الهامش التسويقي المطلق = ٣ - ٣,٦٩ = ٠,٦٩ ليرة سورية / الكيلو غرام

$$100 \times 0,69$$

$$\text{الهامش التسويقي النسبي} = \frac{5 \times 1,352}{51} = 6,76\%$$

(ملاحظة: تم ضرب الهامش التسويقي للمزارع بالرقم ٥/ لأن إنتاج كيلو غرام من رب البندورة يحتاج ٥/ كيلو غرام بندورة)
نلاحظ انخفاض الهامش التسويقي للمزارع لأنه لا يقوم سوى بعملتي (التعبئة و النقل) إلى معمل الكونسروة .

٢ - الهامش التسويقي لمعمل الكونسروة :

$$\text{الهامش التسويقي المطلق} = 41 - 25 = 16 \text{ ليرة سورية / الكيلو غرام (رب البندورة)}$$

$$100 \times 16$$

$$\text{الهامش التسويقي النسبي} = \frac{31,37}{51} = 31,37\%$$

نلاحظ أن الهامش التسويقي لمعمل الكونسروة مرتفع نسبياً والسبب الرئيسي لذلك هو ارتفاع أسعار العبوات (الزجاجية و البلاستيكية و التتاك) المستخدمة في تعبئة رب البندورة .

٣ - الهامش التسويقي لتاجر جملة (رب البندورة)

$$\text{الهامش التسويقي المطلق} = 46 - 41 = 5 \text{ ليرة سورية / الكيلو غرام (رب البندورة)}$$

$$100 \times 5$$

$$\text{الهامش التسويقي النسبي} = \frac{9,8}{51} = 9,8\%$$

نلاحظ انخفاض الهامش التسويقي بسبب انخفاض التكاليف التسويقية لتاجر جملة (رب البندورة)

٤ - الهامش التسويقي لتاجر مفرق (رب البندورة)

$$\text{الهامش التسويقي المطلق} = 51 - 46 = 5 \text{ ليرة سورية / الكيلو غرام (رب البندورة)}$$

$$100 \times 5$$

$$\text{الهامش التسويقي النسبي} = \frac{9,8}{51} = 9,8\%$$

نلاحظ انخفاض الهامش التسويقي بسبب انخفاض التكاليف التسويقية لتاجر مفرق (رب البندورة)

جدول (٢٤) يبين الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا خلال أشهر حزيران و تموز و آب عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل كونسروة لعام ٢٠٠٧

المصدر : حسبت و حللت من قبل الباحث بناءً على المعلومات الواردة في استمارات الاستبيان
 ملاحظة : إنتاج كيلو غرام من رب البندورة يحتاج ٥/ كيلو غرام بندورة .
 نلاحظ أن المزارع حصل على ٣٦,١٨% من سعر الكيلو غرام الواحد (رب البندورة) الذي باع
 به تاجر التجزئة (رب البندورة) للمستهلك بينما حصل معمل الكونسروة على ٤٤,٢٢% من سعر

البيان	القيمة ل س / كغ	% من سعر المستهلك
سعر باب المزرعة	١٥,٠٠	% ٢٩,٤١
تكاليف الفرز و التدرج	٠,٠٠٠	% ٠,٠٠
تكاليف التعبئة	٠,٠٦	% ٠,١٢
تكاليف النقل	٠,٤٢٠	% ٠,٧٨
تكاليف العمولة (الكمسيون)	٠,٠٠٠	% ٠,٠٠
هوامش ربحية للمزارع	٢,٩٩	% ٥,٨٦
تكاليف إنتاج ١ كغ من رب البندورة	٦,٥٥٠	% ١٢,٨٤
التكاليف التسويقية لمعمل الكونسروة لكل ١ كيلو غرام من رب البندورة	١٤,٠٠	% ٢٧,٤٥
هوامش ربحية لمعمل الكونسروة	٢,٠٠	% ٣,٩٢
تكاليف التسويق لتاجر الجملة (رب بندورة)	١	% ١,٩٦
هوامش ربحية لتاجر الجملة (رب بندورة)	٤	% ٧,٨٤
تكاليف التسويق لتاجر المفرق (رب بندورة)	١	% ١,٩٦
هوامش ربحية لتاجر المفرق (رب بندورة)	٤	% ٧,٨٤
السعر الذي يدفعه المستهلك النهائي	٥١,٠٠	% ١٠٠

المستهلك وحصل تاجر الجملة (رب البندورة) على ٩,٨% من سعر المستهلك و حصل تاجر
 التجزئة على ٩,٨% من سعر المستهلك .

ج - في حال التسويق إلى معمل فرز و توضيب :

١ - الهامش التسويقي للمزارع :

الهامش التسويقي المطلق = ٥ - ٣ = ٢ ليرة سورية / الكيلو غرام

١٠٠×٢

الهامش التسويقي النسبي = — = ١٦ %

١٢,٥

إن الهامش التسويقي للمزارع في هذا المسار مرتفع نسبياً رغم قلة التكاليف التسويقية للمزارع في هذا المسار حيث يقوم المزارع بعمليات (الفرز وتدرج و التعبئة و النقل) و تكاليف هذه العمليات منخفض لان عملية التعبئة تتم بعبوات بلاستيكية سعة ٢٥ كغ وعمر هذه العبوات يقدر بخمس سنوات مما يؤدي إلى انخفاض تكاليف التعبئة في هذا المسار وكذلك عملية النقل تتم إلى معامل فرز و توضيب تكون في بعض الأحيان بالقرب من مناطق الإنتاج الأمر الذي يساهم في خفض تكاليف النقل (ارتفاع الهامش التسويقي في هذا المسلك التسويقي ناتج عن ارتفاع هامش الربح الذي يحصل عليه المزارع عندما يسوق إلى مشغل زراعي) .

٢ - الهامش التسويقي لمعمل الفرز و التوضيب:

الهامش التسويقي المطلق = ١٢,٥ - ٥ = ٧,٥ ليرة سورية / الكيلو غرام

١٠٠×٧,٥

الهامش التسويقي النسبي = — = ٦٠ %

١٢,٥

نلاحظ أن الهامش التسويقي لمعمل الفرز و التوضيب مرتفع جداً وهذا الارتفاع ناتج عن ارتفاع التكاليف التسويقية لمعمل الفرز و التوضيب و ارتفاع نسبة الربح التي يحصل عليها معمل الفرز و التوضيب نتيجة عملية التصدير .

جدول (٢٥) يبين الهوامش التسويقية لمحصول البندورة في محافظة درعا خلال أشهر حزيران و تموز و آب عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل فرز و توضيب لعام ٢٠٠٧

البيان	القيمة ل س / كغ	% من سعر المستهلك
--------	--------------------	-------------------

سعر باب المزرعة	٣	% ٢٤,٠٠
التكاليف التسويقية للمزارع	تكاليف الفرز و التدريج	% ١,٠٤
	تكاليف التعبئة	% ٠,٠٩٦
	تكاليف النقل	% ١,٦
	تكاليف العمولة (الكمسيون)	% ٠,٠٠
هوامش ربحية للمزارع	١,٦٥٨	% ١٣,٢٦٤
التكاليف التسويقية لمعمل الفرز و التوضيب	٣,٥	% ٢٨,٠٠
هوامش ربحية لمعمل الفرز و التوضيب	٤	% ٣٢,٠٠
سعر البيع للدولة المستوردة	١٢,٥٠	% ١٠٠

المصدر : حسبت و حللت من قبل الباحث بناءً على المعلومات الواردة في استمارات الاستبيان

نلاحظ أن المزارع حصل على ٤٠% من سعر الكيلو غرام الواحد الذي باع به معمل الفرز و التوضيب للدولة المستوردة بينما حصل معمل الفرز و التوضيب على ٦٠% من سعر الكيلو غرام الواحد الذي باع به معمل الفرز و التوضيب للدولة المستوردة .

جدول (٢٦) يبين الهوامش التسويقية المختلفة لمحصول البندورة :

الوحدة : ليرة سورية / الكيلو غرام

البيان	المطلق	النسبي%
--------	--------	---------

الهامش التسويقي للمزارع يسوق إنتاجه إلى سوق الهال	٢,٧٩	٢٧%
الهامش التسويقي للمزارع يسوق إنتاجه إلى معمل كونسروة	٠,٦٩	٦,٧٦%
الهامش التسويقي للمزارع يسوق إنتاجه إلى معمل فرز و توضيب	٢	١٦%
الهامش التسويقي لتاجر الجملة	١,٦٤	١٤,١٣%
الهامش التسويقي لتاجر التجزئة	٣,٠٨	٢٩,٨٢%
الهامش التسويقي لمعمل الكونسروة	١٦	٣١,٣٧%
الهامش التسويقي لمعمل الفرز و التوضيب	٧,٥	٦٠%
الهامش التسويقي لتاجر جملة (رب البندورة)	٥	٩,٨%
الهامش التسويقي لتاجر مفرق (رب البندورة)	٥	٩,٨%

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على استمارة الاستبيان

جدول (٢٧) يبين الهوامش التسويقية و التكاليف التسويقية و الأسعار و الأرباح لمحصول البندورة في محافظة درعا لعام ٢٠٠٧ :

الوحدة : ليرة سورية / الكيلو غرام

البيان	الهامش التسويقي	التكاليف التسويقية	الربح	السعر
--------	-----------------	--------------------	-------	-------

المزارع (يسوق إلى سوق الهال)	٢,٧٩	٢,١٣	٠,٦٦	٥,٧٩
المزارع (يسوق إلى معمل كونسروة)	٠,٦٩	٠,٠٩٦	٠,٥٩٤	٣,٦٩
المزارع (يسوق إلى معمل فرز و توضيب)	٢	٠,٣٣٨	١,٦٦٢	٥
تاجر الجملة	١,٤٦	٠,٩٦	٠,٥	٧,٢٥
تاجر التجزئة	٣,٠٨	١,٠٧	٢,٠١	١٠,٣٣
معمل الكونسروة	١٦	١٤	٢	٤١
معمل الفرز و التوضيب	٧,٥	٣,٥	٤	١٢,٥
تاجر جملة (رب بندورة)	٥	١	٤	٤٦
تاجر مفرق (رب بندورة)	٥	١	٤	٥١

المصدر : حسبت من قبل الباحث بناءً على استمارة الاستبيان

نلاحظ ارتفاع الهامش التسويقي للمزارع عندما يسوق إنتاجه إلى سوق الهال حيث بلغ الهامش التسويقي للمزارع حوالي ٢,٧٩ ل س / كغ هذا الارتفاع ناتج عن ارتفاع التكاليف التسويقية للمزارع و البالغة حوالي ٢,١٣١ ل س / كغ و ارتفاع التكاليف التسويقية ناتج عن قيام المزارع بالعديد من الوظائف التسويقية (فرز و تدريج - تعبئة - نقل) بالإضافة إلى فرض عمولة على المزارع في سوق الهال من قبل تاجر الجملة و على الرغم من ارتفاع التكاليف

التسويقية للمزارع نلاحظ انخفاض هامش الربح الذي يحصل عليه والمقدر بحوالي ٠,٦٥٩ ل س / كغ بسبب تحكم التجار بالأسعار و كثرة المعروض مقارنة مع الطلب .

و تبين أن هناك انخفاض في الهامش التسويقي للمزارع عندما يسوق إنتاجه إلى معمل كونسروة حيث بلغ الهامش التسويقي للمزارع حوالي ٠,٦٩ ل س / كغ هذا الانخفاض ناتج عن قلة الوظائف التسويقية التي يقوم بها المزارع (يقوم المزارع بالتعبئة بعبوات بلاستيكية تستخدم مرات عديدة و يقوم بنقل الإنتاج إلى معامل الكونسروة التي تقع بالقرب من مناطق الإنتاج) بالإضافة إلى أنه لا يتم فرض عمولة (كمسيون) على المزارع في هذا المسلك التسويقي .

و من الجدول (٢٤) نلاحظ ارتفاع الهامش التسويقي للمزارع عندما يسوق إنتاجه إلى معمل فرز و توضيب حيث بلغ الهامش التسويقي للمزارع حوالي ٢ ل س / كغ على الرغم من قلة الوظائف التسويقية التي يقوم بها المزارع (يقوم بالتعبئة بعبوات بلاستيكية تستخدم مرات عديدة)بالإضافة إلى أنه لا يتم فرض عمولة (كمسيون) على المزارع في هذا المسار إن السبب الرئيسي لارتفاع الهامش التسويقي في هذا المسار هو ارتفاع هامش الربح الذي يحصل عليه المزارع و البالغ حوالي ١,٦٦٢ ل س / كغ .

و هناك ارتفاع في الهامش التسويقي لتاجر الجملة حيث بلغ الهامش التسويقي لتاجر الجملة حوالي ١,٤٦ ل س / كغ ، إن السبب الرئيسي لارتفاع الهامش التسويقي لتاجر الجملة هو ارتفاع هامش الربح الذي يحصل عليه تاجر الجملة و البالغ حوالي ٠,٥ ل س / كغ .

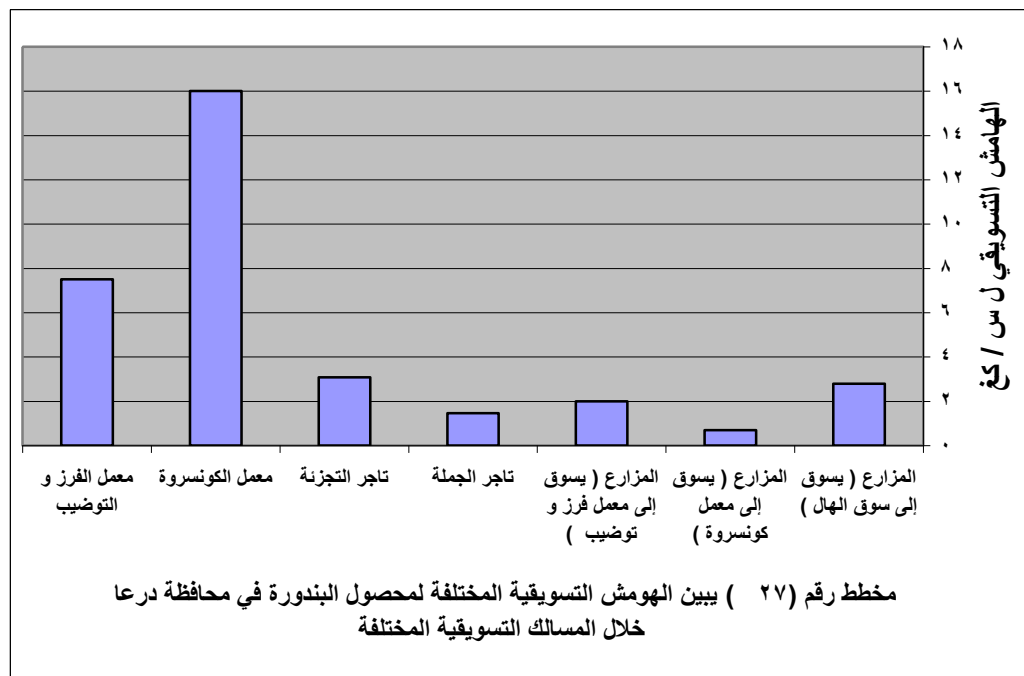
نلاحظ أيضاً ارتفاع الهامش التسويقي لتاجر التجزئة حيث بلغ الهامش التسويقي لتاجر التجزئة حوالي ٣,٠٨ ل س / كغ ، إن السبب الرئيسي لارتفاع الهامش التسويقي لتاجر التجزئة هو ارتفاع هامش الربح الذي يحصل عليه تاجر التجزئة و البالغ حوالي ٢,٠١ ل س / كغ بالإضافة لارتفاع التكاليف التسويقية التي يتحملها تاجر التجزئة و المقدرة بحوالي ١,٠٧ ل س / كغ .

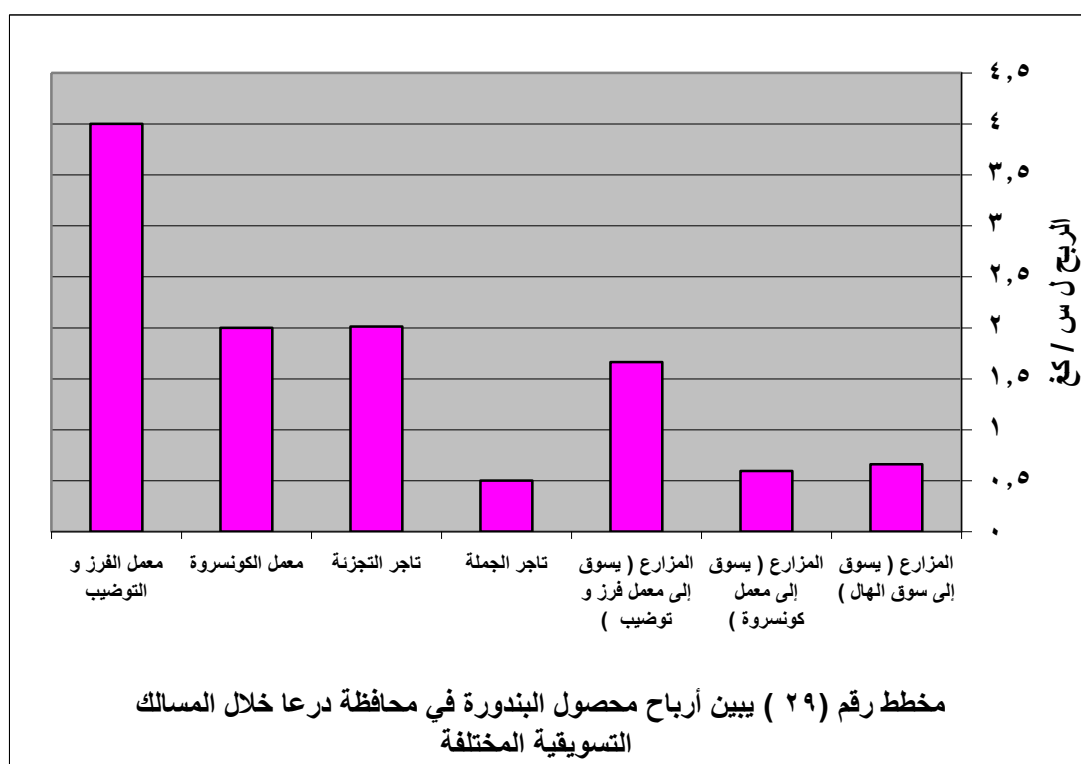
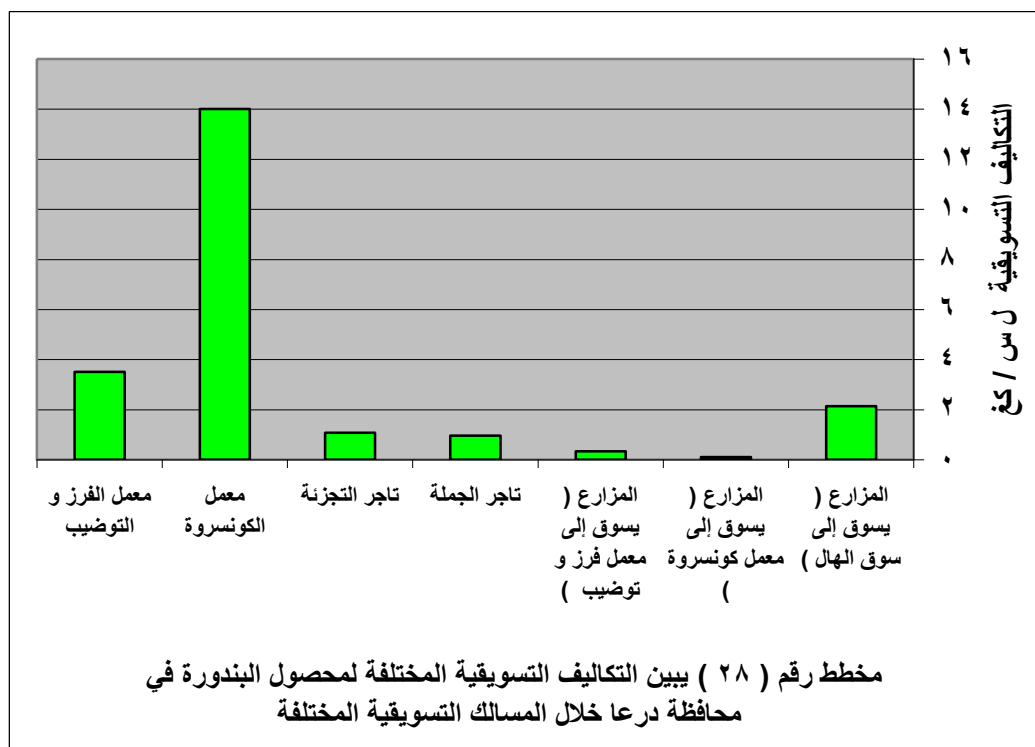
و نجد أن هناك ارتفاع واضح في الهامش التسويقي لمعمل الكونسروة ، حيث بلغ الهامش التسويقي لمعمل الكونسروة حوالي ١٦ ل س / كغ رب البندورة ، إن السبب الرئيسي لارتفاع الهامش التسويقي لمعمل الكونسروة هو ارتفاع التكاليف التسويقية التي يتحملها معمل الكونسروة و المقدرة بحوالي ١٤ ل س / كغ بسبب ارتفاع أسعار العبوات المستخدمة في تعبئة رب البندورة بسبب الاعتماد على العبوات المستوردة .

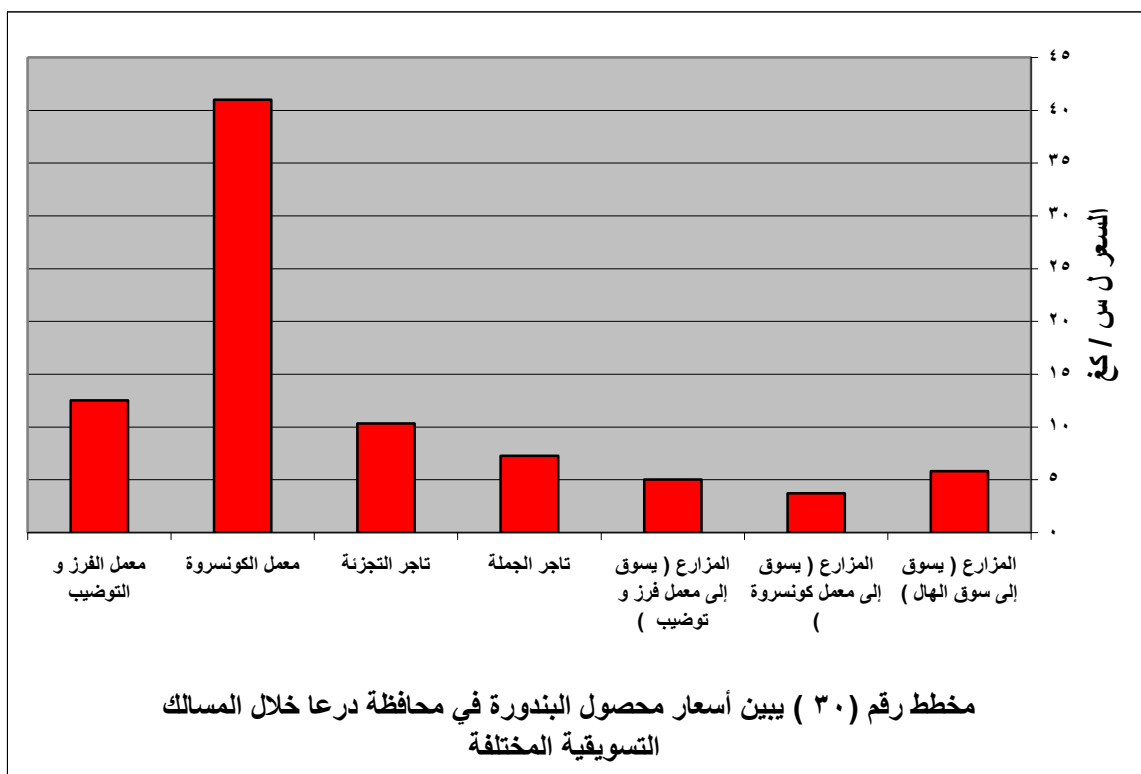
و من نفس الجدول السابق يتبين لنا ارتفاع الهامش التسويقي لمعمل الفرز و التوضيب حيث بلغ الهامش التسويقي لمعمل الفرز و التوضيب حوالي ٧,٥ ل س / كغ إن السبب الرئيسي لارتفاع الهامش التسويقي لمعمل الفرز و التوضيب هو ارتفاع التكاليف التسويقية التي

يتحملها معمل الفرز و التوضيب و ارتفاع هامش الربح الذي يحصل عليه معمل الفرز و التوضيب و المقدّر بحوالي ٤ ل س / كغ .

ونلاحظ ارتفاع الهامش التسويقي لتاجر الجملة و تاجر المفرق (رب البندورة) حيث بلغ الهامش التسويقي لتاجر الجملة و تاجر المفرق (رب البندورة) حوالي ٥ ل س / كغ إن السبب الرئيسي لارتفاع الهامش التسويقي لتاجر الجملة و تاجر المفرق (رب البندورة) هو ارتفاع هامش الربح الذي يحصل عليه تاجر الجملة و تاجر المفرق (رب البندورة) و المقدّر بحوالي ٤ ل س / كغ .







الفصل الخامس

تحليل نتائج الدراسة الميدانية

اختيار العينة

تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية البسيطة حيث تم اختيار العينة على مرحلتين :

المرحلة الأولى : مرحلة اختيار القرى

تم اختيار ١٠% من إجمالي عدد قرى المحافظة و البالغ حوالي ١٣٨ قرية و بناءً عليه تم اختيار عينة من القرى مكونة من ١٤ قرية و تم اختيار هذه القرى من كل المناطق الإدارية في المحافظة (درعا - ازرع - الصنمين) حيث تم اختيار ٦ قرى من منطقة درعا و البالغ عدد قراها حوالي ٦٠ قرية و تم اختيار ٤ قرى من منطقة ازرع و البالغ عدد قراها حوالي ٤١ قرية و تم اختيار ٤ قرى من منطقة الصنمين و البالغ عدد قراها حوالي ٣٧ قرية و تم اختيار القرى بالطريقة العشوائية البسيطة .

المرحلة الثانية : مرحلة اختيار المزارعين

تم اختيار عينة مكونة من ١٠% من إجمالي عدد مزارعي البندورة في محافظة درعا والبالغ عددهم حوالي ٨٠٠ مزارع و بناءً عليه تم اختيار عينة مكونة من ٨٠ مزارع موزعين على مناطق (درعا - ازرع - الصنمين) حسب مساهمة كل منطقة في إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة لذلك تم اختيار ٣٨ مزارع من منطقة درعا و التي تساهم بحوالي ٤٦% من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة و تم اختيار ٣٠ مزارع من منطقة ازرع و التي تساهم بحوالي ٣٨ % من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة و تم اختيار ١٢ مزارع من منطقة الصنمين و التي تساهم بحوالي ١٦% من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة و تم اختيار جميع المزارعين بالطريقة العشوائية البسيطة .

و بناء على ذلك تم جمع البيانات و تبويبها بشكل مناسب و استخدمت في تحليلات اقتصادية و رياضية مع الاستعانة ببرنامج Excel و برنامج التحليل الإحصائي Spss.

من خلال الدراسة الميدانية تبين أن متوسط إنتاج مزارع البندورة في محافظة درعا حوالي ٢٩٩,٢ طن و أن متوسط المساحة التي يزرعها مزارع البندورة في محافظة درعا حوالي ٢٦,٥ دونم و أن ٨١,٣٣ % من الأراضي المزروعة بمحصول البندورة هي أراضي مستأجرة و ١٨,٦٧ % من الأراضي المزروعة بمحصول البندورة هي ملك لنفس المزارع و وجد أن ٧٠% من أساليب الزراعة المتبعة في زراعة محصول البندورة هي زراعة مكشوفة و أن ٣٠% هي زراعة مغطاة وتبين أن ١٠٠% من الأراضي المزروعة بمحصول البندورة تروى من الآبار وإن ١٠٠% من أساليب الري هي أساليب حديثة (ري بالتنقيط) و أن عملية فرز محصول البندورة تتم بشكل يدوي و التعبئة تتم بعبوات فلينية و بلاستيكية حسب المسلك التسويقي حيث يتم تسويق ٦٢,٩٨% من إنتاج المحافظة من محصول البندورة إلى أسواق الهال و يسوق ٣٢,٠٧% من إنتاج المحافظة من محصول البندورة إلى معامل الكونسروة و يسوق ٤,٩٥% من إنتاج المحافظة من محصول البندورة إلى معامل الفرز و التوضيب و إنه يتم نقل محصول البندورة بسيارات بيك أب وتبين أن ١٠,٦% من هذه السيارات مملوكة للمزارع نفسه و أن ٦٤,٧% من السيارات مستأجرة و أن ٢٤,٧% تعود ملكيتها للوسيط الذي يعمل بين مزارع البندورة ومعامل الكونسروة و معامل الفرز و التوضيب .

و من خلال الدراسة تبين أيضاً أن وسطي السعر الذي يحصل عليه المزارع عندما يسوق محصول البندورة إلى سوق الهال حوالي ٥,٧٩ ل / س / كغ و أن أعلى سعر يحصل عليه المزارع في هذا المسلك التسويقي هو ٨ ل / س / كغ و أن أدنى سعر يحصل عليه المزارع في هذا المسلك التسويقي هو ٣,٥ ل / س / كغ .

إن وسطي السعر الذي يحصل عليه المزارع عندما يسوق محصول البندورة إلى معمل كونسروة حوالي ٣,٦٩ ل / س / كغ و أن أعلى سعر يحصل عليه المزارع في هذا المسلك التسويقي هو ٥ / ل / س / كغ و أن أدنى سعر يحصل عليه المزارع في هذا المسلك التسويقي هو ٢,٥ ل / س / كغ .

إن وسطي السعر الذي يحصل عليه المزارع عندما يسوق محصول البندورة إلى معمل فرز و توضيب حوالي ٥ ل / س / كغ و أن أعلى سعر يحصل عليه المزارع في هذا المسلك التسويقي هو ٦ ل / س / كغ و أن أدنى سعر يحصل عليه المزارع في هذا المسلك التسويقي هو ٤ ل / س / كغ .

ملاحظة : ١٠٠% من المساحة المزروعة تروى بالآبار لأنه في عام الدراسة (٢٠٠٧) تم منع زراعة البندورة على السدود بسبب انخفاض المستوى التخزيني لهذه السدود بسبب قلة الأمطار .
دراسة تحليلية لتطور المساحة و الإنتاج و الإنتاجية لمحصول البندورة في سوريا و في محافظة درعا

تطور المساحة

تبين من خلال تحليل نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة خطية بين المساحة و الزمن على مستوى سوريا لأن معامل الارتباط ($r = 0.56$) غير معنوي ($p > 0.05$) و كذلك لا توجد علاقة خطية بين المساحة و الزمن على مستوى محافظة درعا لأن معامل الارتباط ($r = 0.051$) أيضاً غير معنوي ($p > 0.05$).

تطور الإنتاج

عند دراسة العلاقة بين الإنتاج و الزمن على مستوى سوريا تبين أنه توجد علاقة خطية معنوية بين الإنتاج كعامل تابع (y) و الزمن كعامل مستقل (x) لأن معامل الارتباط ($r = 0.897$) معنوي ($F = 37.2$; $P < 0.05$) و يمكن كتابة هذه المعادلة الخطية بالشكل التالي :

$$y = 311114.9 + 31806.055 x$$

و بدراسة هذه المعادلة الخطية تبين أن كل سنة زيادة تؤدي إلى زيادة في الإنتاج قدرها 31806.055 طن و أن عامل الزمن كان معنوياً داخل المعادلة الخطية (t = 6.105 ; p < 0.05) و أن 80.5% من التغيرات في الإنتاج تتأثر بعامل الزمن (R²= 0.805 ; P < 0.05) بينما 19.5% من تغيرات الإنتاج تعود إلى عوامل أخرى مثل ارتفاع الإنتاجية.

وعلى مستوى محافظة درعا أظهر التحليل الإحصائي أنه توجد علاقة خطية معنوية بين الإنتاج كعامل تابع (y) و الزمن كعامل مستقل (x) لأن معامل الارتباط (r) = 0.884 معنوي (F = 32.088 ; P < 0.05) و يمكن كتابة العلاقة الخطية بين الإنتاج والزمن على الشكل التالي :

$$y = 79917.2 + 14653.9 x$$

و يتضح من خلال المعادلة الخطية السابقة أن زيادة السنوات بمقدار سنة واحدة تؤدي إلى زيادة في الإنتاج قدرها 14653.9 طن و أن تأثير السنوات على الإنتاج معنوي (t = 5.665 ; p < 0.05) و أن عامل الزمن يؤثر على الإنتاج بنسبة 78.1% (R²= 0.781 ; P < 0.05) بينما 21.9% من التباينات في الإنتاج تتأثر بعوامل أخرى مثل ارتفاع الإنتاجية .

تطور الإنتاجية

بدراسة تطور إنتاجية محصول البندورة في سوريا تبين وجود علاقة خطية معنوية بين الإنتاجية كعامل تابع (y) و الزمن كعامل مستقل (x) لأن معامل الارتباط (r = 0.973) معنوي (F = 158.8; P < 0.05) و المعادلة الخطية هي :

$$y = 17261.364 + 2643.182 x$$

و بدراسة هذه المعادلة الخطية تبين أن كل سنة زيادة تؤدي إلى زيادة في الإنتاجية قدرها 2643.182 طن و أن عامل الزمن أيضاً كان معنوياً داخل المعادلة الخطية (t = 12.6 ; p < 0.05) و أن 94.6% من تطور الإنتاجية مرتبط بعامل الزمن (R²= 0.946 ; P < 0.05) بينما هناك 5.4% من تطور الإنتاجية يعود إلى عوامل أخرى مثل استخدام التقانات الزراعية الحديثة .

أما في محافظة درعا أظهر تحليل النتائج باستخدام برنامج التحليل الإحصائي Spss أنه توجد علاقة خطية معنوية بين إنتاجية محصول البندورة كعامل تابع (y) و الزمن كعامل مستقل (x) لأن معامل الارتباط (r = 0.849) معنوي (F = 23.309; P < 0.05) و يمكن تمثيل العلاقة الخطية بين الإنتاجية و الزمن بمعادلة خطية :

$$y = 35692.43 + 6715.7 x$$

و يتضح من خلال هذه المعادلة أن تقدم الزمن بمقدار سنة واحدة يؤدي إلى زيادة إنتاجية محصول البندورة في محافظة درعا بمقدار 6715.7 طن و أن عامل الزمن أيضاً كان معنوياً داخل المعادلة الخطية ($t = 4.828$; $p < 0.05$) و أن 72.1 % من التباينات المفسرة في الإنتاجية تعود للزمن ($R^2 = 0.721$; $P < 0.05$) بينما 27.9 % من التباينات غير المفسرة في الإنتاجية ترجع إلى عوامل أخرى مثل استخدام التقانات الزراعية الحديثة و تزايد مستوى الخبرة لدى المزارعين .

دراسة تحليلية للعلاقة بين إجمالي التكاليف التسويقية وكل من تكاليف (الفرز و التدريج و التعبئة و النقل و العمولة)

المزارع يسوق إنتاجه إلى سوق الهال

عند دراسة العلاقة ما بين التكاليف التسويقية كعامل تابع و تكاليف الفرز و التدريج كعامل مستقل تبين عدم وجود علاقة خطية معنوية بين هذه العوامل لأن معامل الارتباط $r = 0.164$ (غير معنوي ($p > 0.05$) .

و عند دراسة العلاقة ما بين التكاليف التسويقية كعامل تابع و تكاليف النقل كعامل مستقل تبين عدم وجود علاقة خطية معنوية بين هذه العوامل لأن معامل الارتباط $r = 0.225$ (غير معنوي ($p > 0.05$) .

و بدراسة العلاقة ما بين التكاليف التسويقية كعامل تابع و تكاليف التعبئة كعامل مستقل تبين وجود علاقة خطية معنوية بين التكاليف التسويقية كعامل تابع (Y) و تكاليف التعبئة كعامل مستقل (X) لأن معامل الارتباط ($r = 0.840$) معنوي ($F = 122.4$; $P < 0.05$) و يمكن كتابة المعادلة التي تعبر عن هذه العلاقة الخطية كما يلي :

$$Y = 0.398 + 1.265 X$$

من خلال المعادلة الخطية السابقة نلاحظ أن عامل التعبئة داخل المعادلة الخطية له تأثير معنوي على التكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع عندما يسوق إنتاجه إلى سوق الهال ($t = 4.06 ; p < 0.05$) و أن 70.6 % من التباينات المفسرة في إجمالي التكاليف التسويقية تعود إلى عامل التعبئة ($R^2 = 0.706 ; P < 0.05$) و 29.4 % من التباينات غير المفسرة في إجمالي التكاليف التسويقية تعود إلى عوامل أخرى .

و باتباع نفس أسلوب التحليل لإيجاد العلاقة بين إجمالي التكاليف التسويقية و تكاليف العمولة (الكمسيون) التي يتحملها المزارع عندما يسوق إنتاجه إلى سوق الهال نجد أنه توجد علاقة خطية معنوية بين إجمالي التكاليف التسويقية كعامل تابع (Y) و تكاليف العمولة (الكمسيون) كعامل مستقل (X) لأن معامل الارتباط ($r = 0.778$) معنوي ($F = 78.2 ; P < 0.05$) يمكن كتابة هذه المعادلة الخطية بالشكل التالي :

$$Y = 1.632 + 1.543 X$$

وعند القيام بدراسة تحليلية لهذه المعادلة و اختبار تأثير عامل العمولة على إجمالي التكاليف التسويقية التي يتحملها مزارع البندورة عندما يسوق إنتاجه إلى سوق الهال تبين أن عامل العمولة له تأثير معنوي على إجمالي التكاليف التسويقية ($t = 8.84 ; p < 0.05$) و أن نسبة تأثير تكاليف التعبئة على إجمالي التكاليف التسويقية وصلت إلى 60.5 % ($R^2 = 0.605 ; P < 0.05$) وأن 39.5 % من التباينات غير المفسرة في إجمالي التكاليف التسويقية التي يتحملها مزارع البندورة عندما يسوق إنتاجه إلى سوق الهال تعود إلى عوامل أخرى .

المزارع يسوق إنتاجه إلى معمل كونسروة

عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل كونسروة أظهر تحليل نتائج الدراسة الميدانية أنه لا توجد علاقة خطية معنوية بين إجمالي التكاليف التسويقية و تكاليف التعبئة لأن معامل الارتباط $r = 0.226$) غير معنوي ($p > 0.05$) و أن العلاقة بين إجمالي التكاليف التسويقية كعامل تابع (Y) و تكاليف النقل كعامل مستقل (X) كانت علاقة خطية معنوية لأن معامل الارتباط ($r = 0.959$) معنوي ($F = 181.1 ; P < 0.05$) يمكن كتابتها بالشكل التالي :

$$Y = 0.0135 + 0.982 X$$

وبدراسة تحليلية لهذه المعادلة الخطية يتضح وجود تأثير معنوي لعامل النقل على إجمالي التكاليف التسويقية عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل كونسروة ($t = 13.45 ; p < 0.05$) و أن 91.9 % من التباينات المفسرة في إجمالي التكاليف التسويقية يفسرها عامل النقل ($R^2 = 0.919 ; P < 0.05$) بينما 8.1 % من التباينات في إجمالي التكاليف التسويقية عندما يسوق المزارع إنتاجه إلى معمل كونسروة هي عبارة عن تباينات غير مفسرة مرتبطة بعوامل أخرى غير النقل .

دراسة تحليلية للعلاقة بين التكاليف التسويقية و الهوامش التسويقية و الأسعار و الأرباح

أظهر تحليل الارتباط باستخدام برنامج Spss بين سعر الكيلو غرام كعامل تابع و الهوامش التسويقية كعامل مستقل عدم وجود علاقة خطية معنوية بين هذه العوامل لأن معامل الارتباط $r = 0.578$) غير معنوي ($p > 0.05$) ، و تبين عدم وجود علاقة خطية معنوية بين سعر الكيلو غرام كعامل تابع و التكاليف التسويقية كعامل مستقل لأن معامل الارتباط $(r = 0.385)$ غير معنوي ($p > 0.05$) ، و تبين وجود علاقة خطية معنوية بين سعر الكيلو غرام كعامل تابع و الأرباح كعامل مستقل لأن معامل الارتباط $(r = 0.707)$ معنوي ($F = 6.99 ; P < 0.05$) وفيما يلي المعادلة الخطية التي تمثل العلاقة بين السعر و الربح:

$$y = 1.077 + 0.0536 x$$

و بتحليل هذه المعادلة تبين أن هناك تأثير معنوي للأرباح على السعر ($t = 2.645 ; p < 0.05$) و أن 50 % من الاختلافات في السعر مرتبطة بالأرباح ($R^2 = 0.50 ; P < 0.05$) بينما 50 % من اختلافات السعر مرتبطة بعوامل أخرى غير الأرباح مثل التكاليف التسويقية .

وعند دراسة العلاقة ما بين الربح كعامل تابع و الهوامش التسويقية كعامل مستقل تبين عدم ظهور علاقة خطية معنوية بين هذه العوامل لأن معامل الارتباط $(r = 0.380)$ غير معنوي ($p >$

0.05) ، وبنفس أسلوب التحليل لدراسة العلاقة ما بين الربح كعامل تابع و التكاليف التسويقية كعامل مستقل تبين عدم ظهور علاقة خطية معنوية بين الربح و التكاليف التسويقية لأن معامل الارتباط ($r = 0.072$) أيضاً غير معنوي ($p > 0.05$) .

و تبين بالتحليل الإحصائي أنه توجد علاقة خطية معنوية بين الهوامش التسويقية كعامل تابع (y) و التكاليف التسويقية كعامل مستقل (x) لأن معامل الارتباط ($r = 0.950$) معنوي ($F = 64.759$; $P < 0.05$) وفيما يلي المعادلة الخطية التي تمثل العلاقة بين الهوامش التسويقية و التكاليف التسويقية :

$$y = 2.125 + 1.022 x$$

وجد من دراسة هذه المعادلة أن هناك تأثير معنوي للتكاليف التسويقية على الهوامش التسويقية ($t = 8.047$; $p < 0.05$) و أن 90.2 % من الاختلافات في الهوامش التسويقية مرتبطة بالتكاليف التسويقية ($R^2 = 0.902$; $P < 0.05$) بينما 9.8 % من اختلافات الهوامش التسويقية مرتبطة بعوامل أخرى غير التكاليف التسويقية مثل الربح .

دراسة تحليلية لتطور الصادرات و الواردات من محصول البندورة في سوريا تطور الصادرات

بدراسة تحليلية لتطور صادرات محصول البندورة في سوريا مع الزمن تبين أنه توجد علاقة خطية معنوية بين الصادرات كعامل تابع (y) و الزمن كعامل مستقل (x) لأن معامل الارتباط ($r = 0.939$) معنوي ($F = 73.94$; $P < 0.05$) و يمكن كتابة هذه العلاقة الخطية بالشكل التالي :

$$y = 31.328 + 21.771 x$$

و بدراسة هذه المعادلة الخطية تبين أن كل سنة زيادة تؤدي إلى زيادة في الصادرات قدرها 21.771 ألف طن و أن عامل الزمن أيضاً كان معنوياً كان داخل المعادلة الخطية ($t = 8.599$; $p < 0.05$) و أن 88.1 % من تطور الصادرات مرتبط بعامل الزمن ($R^2 = 0.881$; $P < 0.05$) بينما 11.9 % من التغيرات في الصادرات تتأثر بعوامل أخرى مثل زيادة الإنتاج و الإقبال على البندورة السورية في الخارج .

وأظهر التحليل أنه توجد علاقة خطية معنوية بين الصادرات كعامل تابع (y) و الإنتاج كعامل مستقل (x) لأن معامل الارتباط ($r = 0.914$) معنوي ($F = 50.84$; $P < 0.05$) و يمكن كتابة المعادلة بالشكل التالي :

$$y = -115.575 + 0.42 x$$

و من خلال الدراسة التحليلية لهذه المعادلة الخطية تبين أن تأثير الإنتاج على الصادرات أيضاً معنوي ($t = 7.131; p < 0.05$) و أن الصادرات تتأثر بالإنتاج بنسبة 83.6 % ($R^2 = 0.836; P < 0.05$) بينما 16.4 % من التباينات في الصادرات تتأثر بعوامل أخرى مثل الإقبال على البندورة السورية في الخارج .

تطور الواردات

و بتحليل العلاقة بين الواردات و الزمن تبين أنه توجد علاقة خطية معنوية بين الواردات كعامل تابع (y) و الزمن كعامل مستقل (x) لأن معامل الارتباط ($r = 0.908$) معنوي ($F = 23.49; P < 0.05$) و يمكن كتابة المعادلة الخطية بالشكل التالي :

$$y = -103.636 + 15.881 x$$

و بدراسة هذه المعادلة الخطية تبين أن كل سنة زيادة تؤدي إلى زيادة في الواردات قدرها 15.881 ألف طن و أن عامل الزمن أيضاً كان معنوياً كان داخل المعادلة الخطية ($t = 4.847; p < 0.05$) و أن 82.5 % من التباينات المفسرة في الواردات يفسرها عامل الزمن ($R^2 = 0.825; P < 0.05$) بينما 17.5 % من التباينات غير المفسرة في الواردات تفسرها عوامل أخرى مثل موسمية الإنتاج و ارتفاع تكاليف الإنتاج في سورية .

و أظهرت الدراسة أيضاً أنه توجد علاقة خطية معنوية بين الواردات كعامل تابع (y) و الإنتاج كعامل مستقل (x) لأن معامل الارتباط ($r = 0.777$) معنوي ($F = 7.609; P < 0.05$) و يمكن كتابة المعادلة الخطية بالشكل التالي :

$$y = -168.929 + 0.214 x$$

و من خلال الدراسة التحليلية لهذه المعادلة الخطية تبين أن تأثير الإنتاج على الواردات أيضاً معنوي ($t = 2.758; p < 0.05$) و أن الواردات تتأثر بالإنتاج بنسبة 60.3 % ($R^2 = 0.603; P < 0.05$) بينما 39.7 % من التباينات في الواردات تتأثر بعوامل أخرى مثل موسمية الإنتاج في سورية .

الفصل السادس

التشريعات و معوقات تسويق محصول البندورة و الإستراتيجية المناسبة لتسويقه بالشكل الأمثل

أولاً - الإجراءات الحكومية المتخذة لتشجيع التسويق الزراعي وفعاليتها

أ - في المجال الداخلي:

الخطوات التي اتخذتها الحكومة السورية لتشجيع التسويق الزراعي ودعمه في المجال الداخلي:

١- إحداث الشركة العامة للخضار والفواكه في عام ١٩٧٧ و مركزها دمشق، ولها فروع في المحافظات، وتهدف إلى تجميع الكميات المشتراة من المنتجين إلى وحدات التصنيع في القطاع العام وتجار الجملة وصالات العرض، أو لإعادة فرزها وتعبئتها وتصديرها وإجراء دراسات لتحسين الأصناف وتشجيع زيادة الصادرات، إلا أن دور هذه الشركة ضعيف جداً، ولا يشكل نسبة تذكر من تسويق الخضار والفواكه ومنها محصول البندورة و منذ عام ٢٠٠٠ أحدثت المؤسسة العامة لخزن وتسويق المنتجات الزراعية و الحيوانية بموجب المرسوم رقم /٥٣٤/ لعام ٢٠٠٠ م و هي مؤسسة قطاع عام تم فيها دمج الشركة العامة لخضار و الفواكه و الشركة العامة للخزن والتبريد و الشركة العامة للحوم ، لها فروعها في كافة محافظات القطر مهمتها : أولاً: تسويق المنتجات الزراعية والحيوانية داخلياً وخارجياً.

ثانياً: التخزين بشقيه المبرد والعادي لصالح المؤسسة وللغير.

ثالثاً: النقل بشقيه المبرد والعادي لصالح المؤسسة وللغير.

٢- إحداث شركات القطاع العام لصناعة الكونسروة وعددها ست شركات موزعة في دمشق واللاذقية ودرعا وادلب ودير الزور و الحسكة.

٣- الترخيص للعديد من شركات القطاع الخاص بموجب قانون الاستثمار رقم ١٠/ لعام ١٩٩١: حيث تم الترخيص للعديد من الشركات العاملة في مجال الكونسروة في مختلف أنحاء القطر .

٤- السماح بإدخال سيارات النقل الزراعي بمختلف حجومها ، وكذلك السيارات المبردة.

٥- الإعفاءات الجمركية الممنوحة لاستيراد معدات الفرز والتوضيب والتخزين وغيرها.

ب- في مجال التصدير :

اتخذت الحكومة عدة إجراءات لتشجيع عملية التصدير الزراعي أهمها :

١- قرار وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية رقم /٢٧٩/ لعام ١٩٨٧ القاضي بالسماح للمصدرين من القطاعين الخاص والمشتترك بتصدير المنتجات السورية المسموح بتصديرها وفق الأنظمة النافذة، ومنها الخضار والفواكه ومنها محصول البندورة مع الحق بالاحتفاظ بنسبة ٧٥ % من القطع لاستعماله في تسديد قيم المنتجات والمواد المسموح باستيرادها.

٢- قرار وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية رقم /١٤٥٠/ تاريخ ١١/١٩٨٩: حيث سمح للمصدرين استخدام عائدات قطع التصدير الناتجة عن تصدير تلك المواد بواقع ١٠٠ % لتأمين استيراد المواد الأولية ومستلزمات الإنتاج.

٣- قرار وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية رقم /٢٣١٥/ تاريخ ١٩٩٠ الذي يقضي السماح بتصدير سائر المنتجات الزراعية و منها محصول البندورة دون إجازة تصدير والسماح للمصدرين استيراد سيارات البيك آب الزراعية والسيارات المبردة وسيارات دبل كابين.

٤- اتخذت عدة قرارات تتضمن: إعفاء صادرات الخضار والفواكه الطازجة والمجففة والمصنعة كافة من ضريبة الإنتاج الزراعي.

٥- إعفاء صادرات الخضار والفواكه من عمولات التصدير.

٦- إلغاء رسم الدلالة (المحدد ٥ %) على مبيعات الأسواق المحلية.

٧- تخفيض ضريبة الدخل على أرباح صادرات الفواكه والخضار من ١,٩ % إلى ١ % .

٨- تخفيض ضريبة التنازل عن القطع الأجنبي الناتج عن تصدير الخضار والفواكه إلى ٥٠/ ق.س / بدلاً من ١٠٠ ق.س / عن كل دولار تصدير ، ومن ثم تخفيضها إلى ١٠ ق.س/ لكل دولار تصدير .

٩- انضمام سورية إلى اتفاقية النقل الدولية TIR بدءاً من ٢٠٠٠/١/١، وهذا يعفي الشاحنات السورية المبردة من الرسوم المفروضة عليها عند عبورها الدول المنضمة للاتفاقية، وبدوره يخفض التكاليف.

١٠- تشكيل لجنة وزارية لمتابعة أمور تسويق الخضار والفواكه.

١١- السماح لمصدري الخضار والفواكه باستيراد خطوط فرز وتحضير وتشميع الخضار والفواكه المستعملة التي لا يتجاوز سنة صنعها أربع سنوات شرط الاستيراد من بلد المنشأ، وتسديد قيمتها من قطع تصدير الخضار والفواكه.

١٢- نظراً للتطورات الاقتصادية الحالية والمتوقعة وخاصة تطبيق منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى اعتباراً من ٢٠٠٥/١/١ و توقيع الشراكة السورية . الأوروبية ومدى تأثير هذه التطورات على الصادرات الزراعية السورية للدخول إلى الأسواق الأوروبية

يتم الآن إتباع سياسة إصلاحية لأساليب الزراعة السورية لتواكب التحول الجديد والتطور الكبير ابتداءً من تهيئة المزارع السوري وصولاً إلى امتياز نوعية المحاصيل المرغوبة خارجياً إضافة إلى الاهتمام بالعملية التسويقية والتصديرية من الناحية الفنية وذلك باتخاذ الإجراءات الآتية :

■ يتم دراسة ووضع القوانين والتشريعات التي تنظم استعمال المبيدات الكيميائية ومنع استعمال المنشطات الضارة واستعمال الأسمدة العضوية والحيوية .

■ يتم توجيه المزارعين والتجار نحو إتباع أساليب حديثة في عمليات الفرز والتعبئة والتوضيب والتغليف والنقل السليم .

■ إعطاء تسهيلات لعملية التصدير من خلال تحديث وتطوير التشريعات والتعليمات النازمة لهذه العملية .

■ إصدار المرسوم التشريعي رقم ٦ لعام ٢٠٠٩ القاضي بإحداث هيئة تنمية وترويج الصادرات وتهدف الهيئة إلى تنمية وترويج الصادرات بما يتوافق مع خطط التنمية والمساهمة في تحسين جودة المنتجات السورية ورفع كفاءتها وقدرتها التنافسية والمساهمة في تشجيع الاستثمار الموجه نحو التصدير.

وتمارس الهيئة في سبيل تحقيق أهدافها وضع خطط وبرامج تنفيذ إستراتيجية تنمية وترويج الصادرات كما تهدف إلى دراسة وتحليل المؤشرات الاقتصادية وتقديم المقترحات التي من شأنها تطوير البنية التشريعية والتنظيمية والمؤسسية للتصدير .

إضافة إلى إعداد الدراسات والبحوث الميدانية حول الأسواق الخارجية وفرص التسويق وبناء قاعدة معلومات وبيانات عن التجارة الوطنية والدولية بالتنسيق والتعاون مع الجهات المعنية. كذلك تقديم خدمات استشارية وفنية للمؤسسات والشركات والمصدرين.

١٣- إعفاء العبوات المستوردة والخاصة لعمليات تعبئة المنتجات المعدة للتصدير من كافة الرسوم والضرائب .

١٤- إعطاء تسهيلات بالنقل الجوي وأسعار مشجعة للتصدير .

١٥- تشجيع إقامة جمعيات تعاونية تسويقية متخصصة من قبل الاتحاد العام للفلاحين .

١٦- المشاركة في المعارض الدولية المختصة بالزراعة .

تقييم فعالية الإجراءات السابقة و تأثيرها على إنتاج و استيراد و تصدير محصول البندورة في سوريا :

جدول (٢٨) يبين نسبة تغير الإنتاج و الصادرات و الواردات من محصول البندورة في سوريا
من عام ١٩٩٨ حتى عام ٢٠٠٧ :

الوحدة : ألف طن

السنة	١٩٩٨	١٩٩٩	٢٠٠٠	٢٠٠١	٢٠٠٢	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥	٢٠٠٦	٢٠٠٧
الإنتاج	٥٥٥	٦١٠	٧٥٣,٢	٧٧٢	٩٠٠	٩٤٥,٨	٩٦٥,٤	٩٥٧,٣	١٠٣٥,٨	١٢٢١,٤
التصدير	١٣٣	١٤٣,٣	١٩٠	١٦٨	٢١٠	٢١٧,٩	٢٦٠,٣	٣٢١,٧	٣٧٥,٦	٤٩٣,٩
الاستيراد	٠	٠	٠	٤	١٤	٥,١	١٤,٧	٧٤	٧٤,٠٢	٨٩,٢
نسبة تغير الإنتاج	٠	٥٥	١٤٣,٢	١٨,٨	١٢٨	٤٥,٨	١٩,٦	٨,١-	٧٨,٥	١٨٥,٦
نسبة تغير التصدير	٠	١٠,٣	٤٦,٧	٢٢-	٤٢	٧,٩	٤٢,٤	٦١,٤	٥٣,٩	١١٨,٣
نسبة تغير الاستيراد	٠	٠	٠	٤	١٠	٨,٩-	٩,٦	٥٩,٣	٠,٠٢	١٥,١٨
الرقم القياسي للإنتاج %	١٠٩,٩	١٣٥,٧	١٣٩,١	١٦٢,٢	١٧٠,٤	١٧٣,٩	١٧٢,٥	١٩٦,٦	٢٢٠,١	
الرقم القياسي للتصدير %	١٠٧,٧	١٤٢,٩	١٢٦,٣	١٥٧,٩	١٦٣,٨	١٩٥,٧	٢٤١,٩	٢٨٢,٤	٣٧١,٤	

المصدر: حسبت و حللت بناءً على المعلومات الواردة في المجموعة الإحصائية الزراعية لعام ٢٠٠٧ و المجموعات الإحصائية الصادرة عن رئاسة مجلس الوزراء (المكتب المركزي للإحصاء)

من الجدول السابق نلاحظ أن إنتاج محصول البندورة في سوريا عام ٢٠٠٧ زاد بمقدار ١٢٠,١ % مقارنة بعام ١٩٩٨ حيث أن إنتاج محصول البندورة في سوريا عام ١٩٩٨ كان حوالي ٥٥٥ ألف طن في حين أصبح عام ٢٠٠٧ حوالي ١٢٢١,٤ ألف طن إذاً هناك زيادة كبيرة في الإنتاج بين عامي ١٩٩٨ و ٢٠٠٧ تقدر بحوالي ٦٦٦,٤ ألف طن ونلاحظ أن تصدير محصول البندورة في سوريا عام ٢٠٠٧ زاد بمقدار ٢٧١,٤ % مقارنة بعام ١٩٩٨ حيث أن الكمية المصدرة من محصول البندورة في سوريا عام ١٩٩٨ كان حوالي ١٣٣ ألف طن في حين أصبحت عام ٢٠٠٧ حوالي ٤٩٣,٩ ألف طن إذاً هناك زيادة كبيرة في الكمية المصدرة من محصول البندورة بين عامي ١٩٩٨ و ٢٠٠٧ تقدر بحوالي ٣٦٠,٩ ألف طن على الرغم من هذه الزيادة الكبيرة في الإنتاج و التصدير إلا أننا نلاحظ أن هناك زيادة ملحوظة في الكميات المستوردة من محصول البندورة حيث بلغت الكمية المستوردة من محصول البندورة عام ٢٠٠٧ حوالي ٨٩,٢ ألف طن مع العلم أنه لم تستورد أية كمية من محصول البندورة حتى عام ٢٠٠٠ إن السبب الرئيسي لزيادة الكمية المستوردة هو ارتفاع تكاليف إنتاج الكيلو غرام من محصول البندورة في سوريا مقارنة مع الدول المجاورة (الأردن مثلاً) و موسمية الإنتاج الزراعي في سوريا .

جدول (٢٩) يبين كلفة وسعر الكيلو غرام الواحد من البندورة في سوريا و الأردن لعام ٢٠٠١
الوحدة : دولار الأمريكي / الكيلو غرام

البيان	متوسط كلفة الكيلو غرام الواحد بندورة	متوسط سعر الجملة للكيلو غرام الواحد بندورة
سوريا	٠,١٥٩	٠,١٨
الأردن	٠,٠٧٤	٠,١٨

المصدر: المنظمة العربية للتنمية الزراعية - الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية
المجلد ٢٢ - ٢٠٠٢

إن ارتفاع تكاليف إنتاج الكيلو غرام من محصول البندورة في سوريا مقارنة مع الدول المجاورة سيدفع المزارعين في الدول المجاورة في حال حصول فائض في أسواقهم لتصدير إنتاجهم إلى الأسواق السورية مستفيدين من الفروقات الكبيرة في تكاليف الإنتاج و سيلجؤون إلى المضاربة على

الأسعار أي أن المضاربة على الأسعار هي المحرك الأساسي للتبادل التجاري بين البلدان العربية

ملاحظة : سبب ارتفاع تكاليف الإنتاج في سوريا هو ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج (محروقات - بذار - سماد - مبيدات)

ثانياً - واقع ومعوقات تسويق محصول البندورة في محافظة درعا

١ - تحكم تجار سوق الهال بالمزارعين بسبب غياب الدور الرقابي للحكومة و كثرة الإنتاج المسوق إلى أسواق الهال حيث بلغت الكمية المسوقة من محصول البندورة إلى أسواق هال (دمشق - درعا - طفس) عام ٢٠٠٧ حوالي ٦٢,٩٨% من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة و بلغت الكمية المسوقة إلى سوق هال دمشق حوالي ٥٥% من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة حيث يقوم تجار سوق الهال بشراء محصول البندورة من المزارعين بالسعر الذي يضعونه و البالغ حوالي ٥,٧٩ ل س / كغ بالإضافة إلى فرض عمولة (كمسيون) على المزارع تقدر بحوالي ٥ - ٧% من إجمالي قيمة الإنتاج و قد بلغت تكاليف العمولة (الكمسيون) حوالي ٠,٣٢٤ ل س / كغ و هي تشكل حوالي ١٥,٢% من إجمالي التكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع .

٢ - ارتفاع تكاليف التعبئة بسبب ارتفاع أسعار عبوات الفلين حيث بلغ سعر العبوة ١٥ - ٢٠ ل س (سعر العبوة حسب حالتها الفنية) و من خلال الدراسة تبين أن تكاليف التعبئة تشكل أعلى نسبة في إجمالي التكاليف التسويقية للمزارع و هي تشكل حوالي ٦٤,٢٨% من إجمالي التكاليف التسويقية للمزارع .

٣ - ارتفاع تكاليف نقل محصول البندورة إلى سوق هال دمشق (٥٥% من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة يسوق إلى سوق هال دمشق) وقد بلغت تكاليف نقل الإنتاج إلى سوق الهال حوالي ٠,٣١١ ل س / كغ وهي تشكل حوالي ١٤,٥٩% من إجمالي التكاليف التسويقية التي يتحملها المزارع .

٤ - انخفاض هامش الربح الذي يحصل عليه المزارع عندما يسوق إنتاجه إلى سوق الهال بسبب تعدد العمليات التسويقية التي يقوم بها (فرز وتدرج - تعبئة - نقل) وانخفاض السعر الذي يحصل عليه في سوق الهال حيث بلغ السعر الذي يحصل عليه المزارع في سوق الهال حوالي ٥,٧٩ ل س / كغ و بذلك فهو يحصل على هامش ربح يقدر بحوالي ٠,٦٥٩ ل س / كغ بينما يحصل تاجر الجملة في سوق الهال على هامش ربح مقداره ٠,٥ ل س / كغ دون أن يقوم بأي عملية تسويقية سوى عملية التمويل و تحمل المخاطرة و إن كانت ضئيلة جداً في هذا المسلك التسويقي .

٥ - انخفاض كمية محصول البندورة المسوق إلى معامل الكونسروة في محافظة درعا حيث بلغت كمية محصول البندورة المسوقة إلى معامل الكونسروة في محافظة درعا حوالي ٣٢,٠٧ % من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة و هذه الكمية منخفضة مقارنة مع عدد معامل الكونسروة الموجودة في محافظة درعا و البالغ عددها حتى عام ٢٠٠٧ حوالي ١٥ معمل كونسروة وسبب انخفاض الكمية المسوقة إلى معامل الكونسروة هو أن هذه المعامل لم تقم باسترجار الكميات المحددة لها في قرار الترخيص بسبب انخفاض الطاقة الإنتاجية لخطوط الإنتاج .

٦ - قلة عدد معامل الفرز و التوضيب : حيث بلغ الإنتاج المسوق إلى معامل الفرز و التوضيب حوالي ٤,٩٥% من إجمالي إنتاج محافظة درعا من محصول البندورة و معامل الفرز و التوضيب الموجودة في محافظة درعا تعتمد على شراء محصول البندورة من التاجر الوسيط الذي يعمل بين المزارع ومعامل الفرز و التوضيب أو من المزارع مباشرة و إعادة فرز و توضيب و تعبئة محصول البندورة بشكل بدائي و من ثم نقله بالشاحنات المبردة إلى بلدان أخرى حسب الطلب إن قلة عدد معامل الفرز و التوضيب المتخصصة في مجال التعبئة و التغليف و النقل يقلل من المقدرة التنافسية للمنتج السوري .

٧ - تدهور أسعار محصول البندورة سنوياً في موسم الذروة في أشهر (حزيران - تموز - آب) حيث بلغت أسعار المفرق لمحصول البندورة في هذه الأشهر (١٣ - ٧ - ١١) ل س / كغ على التوالي بينما كان المتوسط السنوي لأسعار محصول البندورة في محافظة درعا عام ٢٠٠٧ حوالي ١٧ ل س / كغ إن انخفاض أسعار محصول البندورة سنوياً في موسم الذروة بسبب كثرة المعروض من محصول البندورة مقارنة مع الطلب و كثرة المعروض ناتجة بالدرجة

الأولى عن عدم التزام مزارعي البندورة في محافظة درعا بالخطة الإنتاجية و زرع مساحات كبيرة خارج الخطة .

٨ - ارتفاع تكاليف الإنتاج حيث بلغت تكاليف إنتاج الكيلو غرام من محصول البندورة في محافظة درعا عام ٢٠٠٧ حوالي ٢,٤٢ ل س / كغ وهذا الارتفاع في تكاليف الإنتاج ناتج بالدرجة الأولى عن ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج (محروقات - بذار - أسمدة - مبيدات) .

ثالثاً - الإستراتيجية المناسبة لتسويق محصول البندورة بالشكل الأمثل

انطلاقاً من العقبات و المشاكل التي تعترض واقع عملية تسويق محصول البندورة في محافظة درعا و للوصول إلى نظام تسويقي فعال كفيل بتسويق محصول البندورة في محافظة درعا بالشكل الأمثل في ضوء الاتفاقيات الزراعية ومنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى والشراكة السورية الأوروبية ومنظمة التجارة العالمية نستطيع أن نحدد الاستراتيجية المناسبة لتسويق محصول البندورة في محافظة درعا بالشكل الأمثل و ذلك من خلال :

١ - إقامة جمعيات تعاونية تسويقية لمنتجي البندورة تمكنهم من تسويق محصول البندورة بشكل جماعي مما يزيد من القدرة التفاوضية لمزارعي البندورة و يقلل من تحكم التجار بالأسعار و يقلل من دور الوسطاء و يخفض من التكاليف التسويقية .

٢ - العمل وفق مبدأ التعاقد المسبق بين المزارعين و التجار حيث يساهم هذا الأمر في استقرار الأسعار و الكميات المنتجة من محصول البندورة في محافظة درعا .

٣ - تأمين عبوات الفلين للمزارعين عن طريق الدولة بأسعار مقبولة لأن تكاليف التعبئة تشكل أعلى نسبة من إجمالي التكاليف التسويقية للمزارع حيث تشكل حوالي ٦٤,٢٨% من إجمالي التكاليف التسويقية للمزارع .

٤ - إنشاء شركات تسويقية متكاملة تتولى المهام التالية:

افتتاح مكاتب في البلدان التي نقوم بالتصدير إليها أو نستورد منها، تقوم بدراسة الأسواق والأصناف المرغوبة والأسعار وأذواق المستهلكين وشكل التغليف والعرض وإقامة معارض للمنتجات السورية في الخارج.

أن يكون في الشركة أخصائيون لدراسة المعلومات الواردة من مكاتب الشركة الخارجية، ومن ثم يقوم هؤلاء الأخصائيون بعد دراسة الأصناف بتحديد نوع المزروعات التي يجب زراعتها للوصول إلى هذه الأصناف، ومن ثم تعلن الشركة عن الأصناف والمواصفات اللازمة لها التي ستقوم بشرائها، أو تقوم بالتعاقد مع المزارعين مباشرة، وهنا يجب على الشركة أن تحدد المجال السعري الذي سيتم الشراء به معتمدة على متوسطات الأسعار في البلدان المصدر إليها. يجب أن تمتلك هذه الشركات مشاغل حديثة لإجراء عمليات الفرز والتوضيب والتغليف والتعبئة و يجب أن تمتلك هذه الشركات وحدات تبريد وشاحنات مبردة ومراكز تخزين مبردة أيضاً لإتمام عملها بالشكل الأمثل.

و هناك حاجة ملحة لأن تقوم الحكومة بتقديم تسهيلات كبيرة للمصدرين سواء تسهيلات ائتمانية أو تبسيط في الإجراءات الإدارية أو إلغاء الرسوم الجمركية والضرائب على مستلزمات عملية التصدير، وتقديم إعفاءات أو إعفاءات للمصدرين من منطلق إن الفائدة المادية غير المباشرة التي يمكن تحقيقها من خلال زيادة الصادرات اكبر من الفائدة المادية المباشرة المتمثلة بالرسوم الجمركية، وذلك على مستوى الاقتصاد الوطني ككل.

٥ - تفعيل عملية تصنيع الكونسروة من خلال إجبار معامل الكونسروة على استرجار الكميات الواردة بقرار الترخيص من خلال استخدام خطوط إنتاج ذات طاقات إنتاجية عالية و العمل على إدخال خطوط إنتاج حديثة و تشجيع إقامة معامل الكونسروة بالقرب من مناطق الإنتاج و تأمين العبوات (الزجاجية - البلاستيكية - التتاك) محلياً و بنوعيات و أسعار مقبولة و فرض رقابة على جودة المنتج خلال الزراعة و بعد القطف وخلال التصنيع و بعده و مطابقة المواصفات و المقاييس و إعطاء الأهمية القصوى للبحث العلمي و تفعيله بصورة مثالية في سبيل توفير الاختصاصيين و ذوي الخبرة في مجال التصنيع الغذائي .

٦ - إنشاء مركز معلومات خاص بالقطاع الزراعي يهيئ مناخاً أفضل للعملية التسويقية، بحيث يمكن التعرف على الزراعات الموجودة في البلدان التي نتعامل معها ومواسم نضوجها وآلية تسويقها وكيفية معالجة الأمراض فيها، كما يمكن من التعرف على أشكال العبوات التسويقية وطرق التعبئة، وهذا يساعد كثيراً في تطوير النظام التسويقي للقطاع الزراعي.

٧ - تشديد تطبيق أحكام المرسوم التشريعي رقم ٥٩ لعام ٢٠٠٥ القاضي بتطبيق مخالفات الخطة بالشكل القانوني حيث ينص هذا المرسوم على :

فرض غرامة مالية على المزارع مقدارها (٢٠٠٠ - ٥٠٠٠) ل س / كل دونم يزرع زيادة عن الخطة و مضاعفة العقوبة في حال تكرار المخالفة ، حيث أن تشديد تطبيق أحكام هذا المرسوم التشريعي يساعد في تقليل كمية الإنتاج بسبب ضبط المساحات المزروعة و بالتالي موازنة العرض مع الطلب و الحيلولة دون تدهور الأسعار و نقل المزارعين من حالة الخسارة إلى حالة الربح .

النتائج و التوصيات

١ - النتائج

١- ارتفاع التكاليف التسويقية للمزارع في حال التسويق إلى سوق الهال لأنه يقوم بالعديد من العمليات التسويقية (فرز و تدريج - تعبئة - نقل.....) و ارتفاع هذه التكاليف التسويقية ناتج بالمرتبة الأولى عن ارتفاع أسعار عبوات الفلين وهي تشكل حوالي ٦٤,٢٨% من التكاليف التسويقية و كذلك نقل الإنتاج إلى سوق الهال بدمشق و فرض عمولة (كمسيون) على المزارع من قبل تاجر الجملة وكذلك وجود العديد من الوسطاء في هذا المسلك التسويقي (حوالي ٦٢,٩٨% من إنتاج المحافظة من محصول البندورة يسوق إلى أسواق الهال و حوالي ٥٥% من إنتاج المحافظة من البندورة يسوق إلى سوق هال دمشق).

٢- ارتفاع التكاليف التسويقية لمعمل الكونسروة ناتج بالدرجة الأولى عن ارتفاع أسعار العبوات المستخدمة في تعبئة رب البندورة بسبب الاعتماد على العبوات المستوردة مرتفعة الثمن لأن العبوات المحلية غير متوفرة بالكميات و الأوقات المناسبة وكذلك نسبة التلف مرتفع في العبوات المحلية و قد تصل نسبة التالف في العبوات محلية الصنع إلى ٢٠% (يوجد معمل واحد في القطر لصناعة العبوات الزجاجية).

٣- أعلى ربح يحققه المزارع عندما يسوق إلى معمل فرز و توضيب حيث يحقق ربحاً مقداره ٢,٢٣٨ ل س /كغ بينما عندما يسوق إلى معمل كونسروة يحقق ربح مقداره ١,١٩ ل س/كغ و عندما يسوق إلى سوق الهال يحقق ربح مقداره ١,١٧٨ ل س/كغ على الرغم من ذلك نجد أن نسبة الإنتاج المسوق إلى المشاغل الزراعية هي أقل نسبة حيث يسوق ٤,٩٥% من إنتاج المحافظة من البندورة إلى معامل الفرز و التوضيب و ٣٢,٠٧% إلى معامل الكونسروة و ٦٢,٩٨% إلى أسواق الهال و السبب في ذلك هو قلة عدد معامل الفرز و التوضيب في محافظة درعا و في سوريا عموماً .

٤- السعر الذي يحصل عليه المزارع في سوق الهال حوالي ٥,٧٩ ل س/كغ و هو سعر منخفض مقارنة بالتكاليف التي يتحملها المزارع و ذلك ناتج عن تحكم التجار بالأسعار و وجود كميات كبيرة جداً معروضة بالأسواق ناتجة بالدرجة الأولى عن عدم التزام المزارعين بالخطة الزراعية وزراعة مساحات أكبر بكثير من المساحات الواجب زراعتها .

٥- ارتفاع تكاليف الإنتاج بسبب ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج .

٢ - التوصيات

- ١- تأمين عبوات الفلين للمزارعين بأسعار مقبولة
- ٢ - تشجيع إقامة جمعيات تعاونية لمنتجي و مسوقي البندورة مما يزيد من القدرة على المفاوضة و الحصول على سعر مناسب و تقليل دور الوسطاء و السماسرة .
- ٣- إلزام المعامل الزراعية القائمة باسترجار الكميات الواردة في قرار الترخيص من أجل استيعاب جزء من فائض الإنتاج و تشجيع إقامة معامل كونسروة جديدة بالقرب من مناطق الإنتاج لاستيعاب جزء من فوائض الإنتاج و تشجيع تصنيع رب البندورة منزلياً و العمل على تسويقه من خلال معارض شعبية يساعد على امتصاص جزء من فائض الإنتاج و تأمين العبوات (الزجاجية - التتاك - البلاستيكية) اللازمة لتعبئة رب البندورة بأسعار و نوعيات مقبولة عن طريق إقامة معامل لصناعة العبوات رخيصة الثمن التي تستخدم مواد بديلة مثل البولي ايثيلين و البوليسترين رخيصة الثمن نسبياً و يمكن حفظ المواد فيها لفترات مناسبة.
- ٤- تشجيع التصدير من قبل الدولة و بالتالي تشجيع إقامة معامل للفرز و التوضيب و تقديم التسهيلات لهذه المعامل مثل تسهيلات التصدير - السماح باستيراد معدات فرز و توضيب و تعبئة دون رسوم جمركية و.....

- ٥- العمل وفق مبدأ التعاقد المسبق بين المنتجين و التجار من أجل المحافظة على مستوى ثابت للأسعار و الإنتاج و تطبيق الخطة الزراعية يساعد على ضبط الكميات المنتجة و عدم إنتاج كميات كبيرة تؤدي إلى تفوق العرض على الطلب و بالتالي تدهور الأسعار و تشديد تطبيق أحكام المرسوم التشريعي رقم ٥٩ لعام ٢٠٠٥ القاضي بتطبيق مخالفات الخطة بالشكل القانوني
- ٦- توفير مستلزمات الإنتاج بأسعار مقبولة .

المراجع العلمية

المراجع العربية :

- ١- أبو قحف ، عبد السلام : (٢٠٠١) ، " التسويق الدولي " ، منشورات جامعة الإسكندرية ، كلية التجارة .
- ٢- الأشرم ، محمود : (١٩٩٤) ، " تحليل و تقويم المشاريع الزراعية " ، منشورات جامعة دمشق ، كلية الزراعة .
- ٣- الحرزلي ، توفيق (٢٠٠٧) : " الإرشاد التسويقي و تطوير التسويق " ، وزارة الفلاحة و الموارد المائية التونسية .
- ٤- الخير ، طارق و الخضر، علي و ناصر ، محمد و ترجمان ، غياث : (٢٠٠٤) " مبادئ التسويق " ، منشورات جامعة دمشق ، كلية الاقتصاد .
- ٥- الزيتوني ، بلقاسم : (٢٠٠٧) ، " المقاييس المطلوبة محلياً و عالمياً للمنتجات الزراعية " ، وزارة الفلاحة و الموارد المائية التونسية .
- ٦- الصحن ، فريد : (١٩٩٣) ، " مبادئ التسويق " ، جامعة الإسكندرية .

- ٧- العبدلي ، قحطان و العلق ، بشير : (١٩٩٩) ، " التسويق أساسيات و مبادئ " ، دار زهران للنشر ، عمان .
- ٨- الهندي ، عطية : (٢٠٠٧) ، " إمكانيات كبيرة لإنتاج و تصدير البندورة " ، المركز الوطني للسياسات الزراعية ، دمشق .
- ٩- بوراس ، متيادي : (١٩٩٢) ، " إنتاج محاصيل الخضر " ، منشورات جامعة دمشق .
- ١٠- حبيب ، مطانيوس : (١٩٩٦) ، " اقتصاديات الزراعة " ، منشورات جامعة دمشق .
- ١١- عقيلي ، عمر وصفي : (١٩٩٤) ، " مبادئ التسويق مدخل متكامل " ، دار زهران للنشر ، عمان .
- ١٢- عبد العزيز ، علي محمود : (١٩٩٤) ، " اقتصاديات الإنتاج النباتي " ، منشورات جامعة دمشق ، كلية الزراعة .
- ١٣- عبيدات ، إبراهيم محمد : (١٩٩١) ، " مبادئ التسويق " ، دار المستقبل للنشر ، عمان ، الطبعة الثانية .
- ١٤- عبد الفتاح ، سعيد محمد : (١٩٩٢) ، " إدارة التسويق " ، الدار الجامعية .
- ١٥- عبد العزيز ، سمير : (١٩٩٤) ، " دراسات الجدوى الاقتصادية و تقييم المشروعات " ، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة و النشر .
- ١٦- ياسين ، محمود محمد : (١٩٩١) ، " إدارة المزارع ٢ " ، منشورات جامعة دمشق .
- ١٧- ياسين ، محمود محمد و عبد العزيز ، علي محمود : (١٩٩٨) ، " تسويق المنتجات الزراعية " ، منشورات جامعة دمشق .
- ١٨- ياسين ، محمود محمد و عبد العزيز ، علي محمود : (٢٠٠٦) ، " أسس التسويق الزراعي و الغذائي " ، منشورات جامعة دمشق ، كلية الزراعة .
- ١٩- البنك الدولي للإنشاء و التعمير : (٢٠٠٢) ، " بناء المؤسسات من أجل الأسواق " .
- ٢٠- المجموعة الإحصائية الزراعية السنوية عام ٢٠٠٨ .
- ٢١- المنظمة العربية للتنمية الزراعية - الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية - المجلد (٢٦) - ٢٠٠٥ .
- ٢٢- المنظمة العربية للتنمية الزراعية - الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية - المجلد (٢٢) - ٢٠٠٢ .
- ٢٣- جايكا (وكالة التعاون الدولي اليابانية) : (٢٠٠٢) ، " دراسة تحسين نوعية المنتجات الزراعية في الجمهورية العربية السورية " - دمشق .
- ٢٤- مجلة جامعة دمشق للعلوم الزراعية - المجلد (٢٢) - العدد (٢) - ٢٠٠٦ .

- ٢٥- مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية و القانونية - المجلد (٢٧) - العدد (٣) - ٢٠٠٥ .
- ٢٦- منظمة الأغذية و الزراعة العالمية (مصلحة الزراعة و حماية المستهلك) : (٢٠٠٥) ، "المزارعون و محلات السوبر ماركت في أسيا " .

المراجع الأجنبية :

- 27- Kieth , R : (1985) , "The Marketing Revolutions Edited by stevend , Shaw and C .my Feron Gih, in Marketing in business Management ,The Macmillon " .
- 28- Phillip Kotler : (1976) , " Marketing management – analysis, Planning and control" .

SUMMARY

The study showed that , Dara'a produces tomatoes in large amounts . In 2007 , Dara'a's share of production (about 234494 ton) were sold in the wholesale markets of Damascus , Dara'a and Tafas .

About 62.98 % of Dara'a production was marketed to awholesale market and mostly to the market in Damascus which has 55 % of the production . some of the production (about 32 %) go to tomato paste factories , and (about 4.95 %) go to processor factories . On one hand , the study showed that marketing costs for farmers to wholesale markets (about 2.131 sp / kg) are more expensive in compare with the costs to the tomato paste and processor factories (about 0.338 sp / kg) . On the other hand , the study showed that the farmer in Dara'a gains little money in compare with his production and marketing costs (marketing to awholesale markets price 5.79 sp / kg while marketing to tomato paste factories price 3.69 sp / kg , while marketing to processo factories price 5 sp / kg) . The expensive marketing costs created expensive marketing margins .Even though , the profits of the farmer are still low in compare with the farmer marketing costs . The results showed that the profit margin for

awholesaler caused an increase of marketing margins and in consequence an increase of marketing margins for aretailer. Expensive marketing costs of tomato paste factories caused by the increase of marketing margins due to expensive containers used in tomato paste factories , Also , an increase in marketing margins is caused by the increase of profit margins and expensive marketing costs . In conclusion , too many marketing procedures of tomato , too many middlemen , and expensive marketing costs and expensive requirements led to high prices of tomato and tomato paste for consumers .

الملاحق

ملحق رقم (١)

محافظة درعا

الموقع و المساحة :

تقع محافظة درعا في الجزء الجنوبي الغربي من الجمهورية العربية السورية حيث تبعد عن محافظة دمشق حوالي /١٠١/ كم ويحد المحافظة من الجهة الغربية محافظة القنيطرة ومن الجهة الجنوبية المملكة الأردنية الهاشمية ومن الجهة الشرقية محافظة السويداء ومن الجهة الشمالية محافظة ريف دمشق .

تعتبر محافظة درعا من المحافظات المتقدمة زراعياً بشقيه النباتي والحيواني وتبلغ إجمالي مساحة المحافظة حوالي /٣٧٣٠٠٠/ هـ موزعة على خمس مناطق استقرار زراعي وهي :

١- منطقة الاستقرار الزراعي الأولى وتبلغ مساحتها /٦٣٧٢٧/ هـ .

٢- منطقة الاستقرار الزراعي الثانية وتبلغ مساحتها /١٩٥١٥١/ هـ .

- ٣- منطقة الاستقرار الزراعي الثالثة وتبلغ مساحتها /٨٩٠٤٦/ هـ .
- ٤- منطقة الاستقرار الزراعي الرابعة وتبلغ مساحتها /١٧٥٦٤/ هـ .
- ٥- منطقة الاستقرار الزراعي الخامسة وتبلغ مساحتها /٧٥١٢/ هـ .
- هذا وتبلغ إجمالي المساحة القابلة للزراعة في محافظة درعا حوالي /٢٢٣٠٨٠/ هكتار منها /٢٨٤٥١/ هـ سقي و/١٩٣٢٥٦/ هـ بعل و/١٣٧٣/ هـ قابلة للزراعة ولكنها غير مستثمرة ، قيل عن محافظة درعا تاريخياً بأنها أهراءات روما لكثرة إنتاجها من الحبوب .

المناخ:

- أ-درجات الحرارة : يعتبر مناخ درعا معتدل حيث درجات الحرارة متوسطة في فصل الصيف و تتراوح ما بين ٢٨ - ٣٨م ومعتدل شتاءً حيث إذ تتراوح درجات الحرارة ما بين ٦- ١٥ م.
- ب-الرياح : تسود المنطقة رياح متوسطة السرعة باستثناء بعض فترات أشهر السنة حيث تنشط الرياح ولفترات قصيرة وخاصة في أشهر آذار ونيسان وتشرين الثاني وكانون الأول .
- ج-الأمطار : تتراوح كميات الأمطار ما بين ١٥٠- ٤٥٠ ملم سنوياً حسب مناطق الاستقرار حيث تبدأ اعتباراً من أواخر شهر تشرين الأول حتى بداية شهر نيسان من كل عام تقريباً .

التضاريس :

تعتبر أراضي المحافظة سهلية مستوية مع وجود بعض المرتفعات والصبات البازلتية تربتها حمراء طينية تتأثر بشكل كبير بالجفاف حيث يحدث فيها تشققات عميقة وهذه التربة خصبة لكنها تفتقر للمادة العضوية و يتم تعويض هذا الفقر باستعمال المخصبات العضوية إضافة لاستعمال الأسمدة الكيماوية لرفع خصوبتها .

المياه :

- تبلغ إجمالي المساحة المروية حوالي /٢٨٤٥١/ هـ موزعة على مناطق الاستقرار كما يلي:
- منطقة الاستقرار الأولى مساحتها /١٠٩٠٧/ هـ .
- منطقة الاستقرار الثانية مساحتها /١٤٥١٦/ هـ .
- منطقة الاستقرار الثالثة مساحتها /٢٤٣٨/ هـ .
- منطقة الاستقرار الرابعة مساحتها /٥١٨/ هـ .
- منطقة الاستقرار الخامسة مساحتها /٧٢/ هـ .

السكان :

- يتبع لمحافظة درعا /٣/ مناطق إدارية وهي : منطقة درعا - منطقة ازرع - منطقة الصنمين ويتبع لكل منطقة مجموعة من النواحي وهي :
- ١- نواحي منطقة درعا وهي : بصرى - غزالة - المزيريب - داعل - الشجرة .
- ٢- نواحي منطقة ازرع وهي : الحراك - الشيخ مسكين - جاسم - تسيل - نوى .

٣- نواحي منطقة الصنمين وهي : غباغب - المسمية .

جدول (٣٠) بين أعداد نواحي و قرى و سكان مناطق محافظة درعا لعام ٢٠٠٧

اسم المنطقة	عدد النواحي	عدد القرى	عدد السكان/ نسمة
درعا	٥	٦٠	٤٥٥٨٥٤
ازرع	٥	٤١	٢٧٨٨٤١
الصنمين	٢	٣٧	١٧٩٦٧٠
المجموع	١٢	١٣٨	٩١٤٣٦٥

المصدر : مديرية الإحصاء و التخطيط بمحافظة درعا

النشاط الزراعي :

إن المساحة القابلة للزراعة في محافظة درعا حوالي /٢٢٣٠٨٠/ هـ منها /٢٨٤٥١/ هـ سقي و /١٩٣٢٥٦/ هـ بعل و /١٣٧٣/ هـ قابلة للزراعة وغير مستثمرة .
يعمل الغالبية العظمى من سكان المحافظة بالزراعة وفق خطة سنوية تقوم بإعدادها مديرية الزراعة والإصلاح الزراعي بدرعا بالتنسيق مع اتحاد فلاحي المحافظة حيث تضمنت هذه الخطة ما يلي :

محاصيل و خضار شتوية :

- القمح :بلغت المساحة المخططة حوالي /٥٥٧٠٨/ هـ منها /١١٧٤٧/ هـ سقي و /٤٣٩٦١/ هـ بعل .

- بقوليات غذائية وتقسم إلى :

أ- بقوليات غذائية مروية (فول - بازلاء) بلغت مساحتها حوالي /١٢٢٩/ هـ

ب- بقوليات غذائية بعلية (فول - بازلاء - حمص - عدس) بلغت مساحتها حوالي /١٩٦٠٦/ هـ

- محاصيل علفية وتقسم إلى :

أ - محاصيل علفية مروية : (بيقية - برسيم) بلغت مساحتها حوالي /٦٣٨/ هـ .

ب- محاصيل علفية بعلية : (بيقية - برسيم - جلبانة - كرسنة) بلغت مساحتها حوالي /٢٧١٠/ هـ

- بطاطا ربيعية : بلغت مساحتها حوالي /٨٨٢/ هـ .

- خضار شتوية : بلغت مساحتها حوالي /٥٩٧/ هـ .

محاصيل و خضار صيفية :

- التبع : بلغت مساحتها حوالي /٨٣٣/ هـ .
- خضار صيفية : بلغت مساحتها حوالي /٦٩٩٦/ هـ منها /٣٥٤٨/ هـ سقي و /٣٤٤٨/ هـ بعل وشكل محصول (البندورة) أساس الخضار الصيفية المزروعة بشكل مروي حيث بلغت المساحة المخطط زراعتها حوالي /٢٠٩٢/ هـ .
- محاصيل صيفية : بلغت مساحتها حوالي /٢٣٠٧/ هـ منها /٨٥٥/ هـ سقي و /١٤٥٢/ هـ بعل .
- ذرة علفية : بلغت مساحتها حوالي /١٥٥/ هـ .
- هذا وقد بلغ عدد أشجار الزيتون المزروعة في المحافظة حوالي ٦ ملايين شجرة منها ٤ مليون شجرة منتجة وقد بلغت المساحة المزروعة بأشجار العنب حوالي /٢٨٤٠/ هـ منها /٢٥٢٥/ هـ سقي و /٣١٥/ هـ بعل وقد بلغ عدد الأشجار حوالي /١٧٠٠٠٠٠/ شجرة .

مخطط (٣١) خريطة محافظة درعا

ريف دمشق



ملحق رقم (٢)

استمارة التكاليف التسويقية الزراعية لمحصول البندورة :

أولاً - استمارة المزارع

رقم الاستمارة :	تاريخ الاستمارة :
منفذ الاستمارة :	

المعلومات الأساسية :

اسم المحافظة	
المنطقة	
اسم صاحب المزرعة	
المساحة المزروعة	

أسلوب الإنتاج :

مكتشف	مغطى

نمط الاستثمار (ملكية الأرض) :

ملك	أجار	أخرى

مصدر الري :

آبار	سدود

برنامج الري المطبق :

حديث	عادي

في حال تطبيق برنامج الري الحديث :

تنقيط	رش	رذاذ	أخرى

البيانات التفصيلية :

المساحة المزروعة (دونم)	سعر باب المزرعة ل س / كغ	
قيمة الإنتاج (ل س / كغ)	كمية الإنتاج	
مكان التسويق	متوسط سعر الكيلو ل س / كغ	

١ - تكاليف الفرز و التدريج :

آلية الفرز و التدريج :

يدوي

آلي

--	--

يذكر موجز عن آلية الفرز و التدريج :

.....

تكاليف الفرز و التدريج :

عدد العمال	أجرة العامل باليوم	إجمالي تكلفة العمل اليومي	كمية الإنتاج المفزة يومياً

إجمالي تكلفة العمل اليومي

تكلفة الفرز و التدريج = — = ل س / كغ

كمية الإنتاج المفزة يومياً

٢- تكاليف التعبئة :

نوع العبوات المستخدمة :

خشبى	فلينى	بلاستيكى	أخرى

تكاليف التعبئة :

نوع العبوة	السعة (كغ)	ثمن العبوة	عدد العبوات	إجمالي قيمة العبوات
خشبى				
فلينى				
بلاستيكى				
أخرى				

إجمالي قيمة العبوات

تكلفة تعبئة الكيلو غرام = — = ل س / كغ
كمية المحصول

٣- تكاليف النقل :

ملكية وسائل النقل :

خاص	أجار	على عاتق الشاري

تكلفة النقل :

ملكية وسيلة النقل	كمية الإنتاج المنقول	تكلفة نقل الكيلو غرام ل س / كغ	إجمالي تكلفة النقل
خاص			
أجار			
على عاتق الشاري			

إجمالي تكلفة النقل

تكلفة نقل الكيلو غرام = — = ل س / كغ
كمية الإنتاج المنقول

٤- تكاليف العمولة :

يذكر موجز عن العمولة المفروضة على المزارع :

.....

.....

.....

تكاليف العمولة :

نوع العمولة	كمية الإنتاج	قيمة الإنتاج	نسبة العمولة	إجمالي تكلفة العمولة

إجمالي تكلفة العمولة

تكلفة الكيلو غرام من العمولة = — = ل س / كغ
كمية الإنتاج

إجمالي التكاليف التسويقية لكل كيلو غرام من محصول البندورة :

البيان	التكلفة ل س / كغ
الفرز و التدرج	
التعبئة	
النقل	
العمولة	
الإجمالي	

ملاحظات أخرى :

.....

.....

.....

ملحق رقم (٣)

ثانياً - استثمار تاجر الجملة :

المحافظة :

المنطقة :

اسم التاجر :

ما هو سعر شراء محصول البندورة من المزارع ل س / كغ

إلى من يتم بيع محصول البندورة :

ما هو سعر بيع محصول البندورة ل س / كغ

ما هي كمية محصول البندورة التالفة : %

ما هو مقدار الربح الذي تحصل عليه بعد خصم التكاليف التسويقية ل س / كغ

الهامش التسويقي = سعر البيع - سعر الشراء

الهامش التسويقي =

التكاليف التسويقية = الهامش التسويقي - هامش الربح

التكاليف التسويقية =

ما هي تكلفة كل مما يلي :

البيان	التكلفة ل. س / كغ
أجرة المحل سنوياً	
ما هي أجرة العمال سنوياً	
ما هي مصاريف بدل الخدمات العامة سنوياً (ماء - كهرباء - هاتف)	
ما هي الرسوم و الضرائب المفروضة على المحل سنوياً (مالية - بلدية)	
مصاريف أخرى :	
المجموع	

ملاحظات :

.....

ملحق رقم (٤)

ثالثاً - استمارة تاجر التجزئة :

المحافظة :

المنطقة :

اسم التاجر :

ما هو سعر شراء محصول البندورة من المزارع ل س / كغ

إلى من يتم بيع محصول البندورة :

ما هو سعر بيع محصول البندورة ل س / كغ

ما هي كمية محصول البندورة التالفة : %

ما هو مقدار الربح الذي تحصل عليه بعد خصم التكاليف التسويقية ل س / كغ

الهامش التسويقي = سعر البيع - سعر الشراء

الهامش التسويقي =

التكاليف التسويقية = الهامش التسويقي - هامش الربح

التكاليف التسويقية =

ما هي تكلفة كل مما يلي :

التكلفة ل. س / كغ	البيان
	أجرة نقل البندورة من سوق الهال إلى سوق البيع
	الفرز و التدريج والتعبئة
	أجرة المحل سنوياً
	ما هي أجرة العمال سنوياً
	ما هي مصاريف بدل الخدمات العامة سنوياً (ماء - كهرباء - هاتف)
	ما هي الرسوم و الضرائب المفروضة على المحل سنوياً (مالية - بلدية)
	مصاريف أخرى :
	المجموع

ملاحظات :

ملحق رقم (٥)

رابعاً - استثمار معمل الكونسروة :

المحافظة :

المنطقة :

اسم معمل الكونسروة :

ما هي العمليات التسويقية التي تقوم بها و ما هي تكلفة كل منها :

العملية التسويقية	التكلفة ل. س / كغ
التعبئة	
نقل المنتج إلى الأسواق المحلية	
أخرى	

ما هي كمية محصول البندورة المشتراة سنوياً : طن

ما هي تكلفة إنتاج الكيلو غرام من رب البندورة ل س / كغ

إلى من يتم بيع رب البندورة

في حال التصدير هل يتم بيع الإنتاج في أرض المعمل للمصدرين أم يتم التصدير من قبل المعمل

مباشرة

في حال التصدير :

ما هي أجرة نقل رب البندورة خارج القطر :..... ل س / طن

ما هو مقدار الرسوم و الضرائب الجمركية المفروضة :..... ل س / طن

ما هو سعر بيع رب البندورة ل س / كغ

ملاحظات.....

.....

ملحق رقم (٦)

خامساً- استمارة معمل الفرز و التوضيب :

المحافظة :

المنطقة :

اسم معمل الفرز و التوضيب :

ما هي العمليات التسويقية التي تقوم بها و ما هي تكلفة كل منها :

العملية التسويقية	التكلفة ل. س / كغ
فرز وتدرج	
تعبئة (نوع العبوات - السعر)	
أخرى	

ما هي تكلفة العمليات التالية :

البيان	التكلفة ل. س / كغ
ما هي أجرة العمال سنوياً	
ما هي مصاريف بدل الخدمات العامة سنوياً (ماء- كهرباء- هاتف)	
ما هي الرسوم و الضرائب المفروضة على المعمل سنوياً (مالية- بلدية)	
مصاريف أخرى :	
المجموع	

ما هي كمية المحاصيل المشتراة سنوياً : طن

ما هي كمية محصول البندورة المشتراة سنوياً : طن

إلى من يتم بيع محصول البندورة (الدول المستوردة)

ما هي كمية محصول البندورة التالفة : %

ما هو سعر بيع محصول البندورة للدولة المستوردة ل س / كغ

ملاحظات.....

.....