



جامعة دمشق

كلية الهندسة الزراعية

قسم الاقتصاد الزراعي

اقتصاديات إنتاج وتسويق محصول العنب في محافظة السويداء

Economics Production & Marketing Grape Crop in AL
Sweida Governorate

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد الزراعي

إعداد الطالب

مرهف جمال العنداري

المشرف العلمي

أ. د. علي عبد العزيز

أستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي

كلية الهندسة الزراعية – جامعة دمشق

دمشق 2014 - 1435

**عنوان الرسالة : اقتصاديات إنتاج وتسويق محصول العنب في
محافظة السويداء**

أعدت الرسالة من قبل : المهندس مرهف جمال الغنداري
الدرجة العلمية المكتسبة : ماجستير في الاقتصاد الزراعي
مكان وتاريخ المناقشة : كلية الهندسة الزراعية – جامعة دمشق
يوم الثلاثاء 12/16 / 2014 م

لجنة الحكم :

..... الأستاذ الدكتور : سمعان العطوان
..... الأستاذ الدكتور : علي عبد العزيز
..... الدكتور : أحمد عبد الله

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 12/16 / 2014 م .

تصريح

قدّم هذا البحث لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد الزراعي في كلية الهندسة الزراعية بجامعة دمشق تحت عنوان :

"اقتصاديات إنتاج وتسويق محصول العنب في محافظة السويداء"

وإن هذا البحث لم يسبق أن قبل للحصول على أي شهادة ، وهو غير مقدم حالياً للحصول على أية شهادة أخرى .

المرشح

مرهف جمال العنداري

Declaration

This work has been submitted for the master degree in agricultural engineering in the department of Agricultural Economy- Faculty of Agriculture – Damascus university, owing the following title : **Economics Production & Marketing Grape Crop in AL Sweida Governorate .**

This work has not been accepted for any degree, and it has not been submitted for any other degree .

Candidate

Morhaf Jamal Alendary

شهادة

نشهد أن العمل الموصوف في هذه الرسالة " **اقتصاديات إنتاج وتسويق محصول العنب في محافظة السويداء** " هو نتيجة بحث علمي قام به المرشح مرهف العنداري تحت إشراف الأستاذ الدكتور علي عبد العزيز من قسم الاقتصاد الزراعي في كلية الهندسة الزراعية بجامعة دمشق وأي مراجع أخرى موجودة في هذه الرسالة موثقة في النص .

المرشح

مرهف جمال العنداري

المشرف العلمي

أ. د علي عبد العزيز

Certificate

We certify that the work described in this thesis ' **Economics Production & Marketing Grape Crop in AL Sweida Governorate** ' . It is the result of the author Morhaf ALendary investigation under supervision of Prof.Dr.Ali Abd Alaziz , Department of Agricultural Economy , Faculty of Agriculture , Damascus university . References to other research works has been duly acknowledged within in the text .

Supervisor

Candidate

شكر وتقدير

أُتقدم في ختام عملي بإعداد هذا البحث بخالص الشكر والتقدير لكل من ساهم في إنجازه .

وأُتقدم بوافر الاحترام والشكر لأعضاء لجنة التحكيم : الأستاذ الدكتور سمعان العطوان والأستاذ الدكتور علي عبد العزيز والدكتور أحمد عبد الله ، تقديرًا لجهودهم الكبيرة التي بذلوها في قراءة ونقد وإعطاء الملاحظات وتقويم هذه الأطروحة حتى وصلت إلى الشكل الأمثل، فجزاهم الله عني كل خير ، وبارك في علمهم ومتعمهم بدوام الصحة والعافية .

كما أُتقدم بالشكر إلى عمادة كلية الهندسة الزراعية في جامعة دمشق وإلى قسم الاقتصاد الزراعي .

وأهدي عملي هذا ونجاحي إلى من دعمني وشجعني عبر مسيرة حياتي **"والدي الغالي"** أدامك الله لنا وأطال في عمرك .

وإلى الغالية الحبيبة التي أعطتني كل حنانها وعطفها **"والدي الغالية"** .

إلى حبيبتي الجميلة **"مرح كرباج"** التي وقفت إلى جانبي خطوة بخطوة في نهل العلم والمعرفة وإنجاز هذا العمل المتواضع فلها مني كل الحب .

م . مرهف العنداري

Table of contents قائمة المحتويات	
الصفحة	الموضوع
	الملخص باللغة العربية
1	1- الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة
2	1-1. المقدمة
3	1-2. أهمية البحث
4	1-3. مشكلة البحث
4	1-4. أهداف البحث
4	1-5. منهجية البحث
5	1-5-1. منطقة الدراسة
5	1-5-2. مواد البحث
5	1-5-2-1. عينة البحث
5	1-5-2-2. مصادر البيانات
6	1-5-3. طرائق البحث والتحليل
6	1-5-3-1. المؤشرات الاقتصادية المستخدمة في تحليل الإيرادات والتكاليف
8	2- الفصل الثاني : الدراسة المرجعية
15	3- الفصل الثالث: الأهمية الاقتصادية لمحصول العنب والعمليات والوظائف التسويقية التي يخضع لها.
16	3-1. تطور مساحات وإنتاج وإنتاجية الكروم في العالم
17	3-1-1. تطور مساحات الكروم عالمياً
18	3-1-2. تطور إنتاج الكروم عالمياً
19	3-1-3. تطور إنتاجية الكروم عالمياً
21	3-2. تطور مساحات وإنتاج وإنتاجية الكروم في سورية
21	3-2-1. تطور مساحات الكروم في سورية
23	3-2-2. تطور إنتاج الكروم في سورية
24	3-2-3. تطور إنتاجية الكروم في سورية
25	3-3. تطور زراعة الكروم وإنتاج العنب في السويداء
30	3-4. تكاليف إنتاج محصول العنب المروي
33	3-5. العمليات التسويقية
33	3-5-1. العمليات التسويقية التي تجرى داخل المزرعة
35	3-5-2. العمليات التسويقية التي تجرى خارج المزرعة
36	3-6. الوظائف والخدمات التسويقية لمحصول العنب
36	3-6-1. وظيفة التبادل
36	3-6-1-1. الشراء والتجميع
36	3-6-1-2. البيع

37	3-6-2- الوظائف الفيزيائية
37	3-6-2-1- الجني
37	3-6-2-2- الفرز
37	3-6-2-3- التعبئة
38	3-6-2-4- التخزين
39	3-6-2-5- النقل
39	3-6-2-6- التصنيع
39	3-6-3- الوظائف التسهيلية
39	3-6-1- التمويل
40	3-6-2- المعلومات التسويقية
40	3-6-3- تحمل المخاطر
41	3-7- دراسة تحليلية لأسعار محصول العنب
42	3-8- دراسة تحليلية لواقع تسويق محصول العنب
44	4- الفصل الرابع : تحليل النتائج والمناقشة
45	4-1- دراسة تحليلية للخصائص الاقتصادية والاجتماعية لمزارعي العينة
45	4-1-1- الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمزارعي العينة
45	4-1-1-1- التركيبة العمرية للمزارعين
46	4-1-1-2- المستوى التعليمي للمزارعين
46	4-1-1-3- الحالة الاجتماعية للمزارعين
47	4-1-1-4- عدد أفراد الأسرة
48	4-1-1-5- العمالة الأسرية الزراعية
48	4-1-1-6- عدد سنوات العمل بالزراعة (سنوات الخبرة)
49	4-1-1-7- مصادر الدخل الأخرى للمزارعين
49	4-1-2- الموصفات والخصائص المزرعية
49	4-1-2-1- صنف العنب المزروع في مناطق الدراسة
50	4-1-2-2- الملكية الزراعية
50	4-1-2-3- المكافحة الكيماوية والتسميد الكيماوي
51	4-2- دراسة تحليلية لتكاليف إنتاج محصول العنب البعل في منطقة الدراسة
53	4-2-1- مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب للموسم الزراعي 2011-2012 م
54	4-2-2- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب في عينة الدراسة
55	4-2-3- دراسة أثر عناصر التكاليف على تكاليف إنتاج العنب في حال محصول العنب البعل
56	4-2-4- متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الأولى (أقل من 20 دونم)

57	4-2-5. مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب للفئة الحيازية الأولى في محافظة السويداء للموسم الزراعي 2011-2012 م
58	4-2-6. دالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب للفئة الحيازية الأولى (أقل من 20 دونم)
58	4-2-7. متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الثانية بين (20-40) دونم
59	4-2-8. مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب للفئة الحيازية الثانية في محافظة السويداء للموسم الزراعي 2011-2012 م
60	4-2-9. دالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب للفئة الحيازية الثانية بين (20-40) دونم
60	4-2-10. متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الثالثة (أكبر من 40 دونم)
62	4-2-11. مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب للفئة الحيازية الثالثة في محافظة السويداء للموسم الزراعي 2011-2012 م
63	4-2-12. دالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب للفئة الحيازية الثالثة (أكبر من 40 دونم)
63	4-3- دراسة تحليلية لتكاليف إنتاج محصول العنب المروي في منطقة الدراسة
65	4-3-1. مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب المروي للموسم الزراعي 2011-2012 م
65	4-3-2. دراسة أثر عناصر التكاليف على تكاليف إنتاج العنب في حال محصول العنب المروي
66	4-4- مقاييس ومؤشرات تقييم الكفاءة الاقتصادية للتسويق
66	4-4-1. التكاليف التسويقية لمحصول العنب
68	4-4-2. الهوامش التسويقية (الفروق السعرية) لمحصول العنب
69	4-4-3. الكفاءة التسويقية لمحصول العنب
70	4-4-4. نصيب المنتج من سعر المستهلك
71	4-4-5. المسالك التسويقية لمحصول العنب المعد للاستهلاك
73	4-5- المشكلات والمعوقات التي تواجه إنتاج وتسويق محصول العنب في محافظة السويداء (منطقة الدراسة)
74	4-6- الوسائل و الطرائق اللازمة لتجاوز المشكلات والمعوقات التي تواجه إنتاج وتسويق محصول العنب في محافظة السويداء
75	5- النتائج و التوصيات
80	المراجع العربية
83	المراجع الإنكليزية
86	الملاحق
101	الملخص باللغة الإنكليزية

قائمة الجداول List of Tables

الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	تغير نسبة مساحات الكروم عالمياً إلى إجمالي مساحات الفواكه للفترة 1999-2011	16
2	تغير نسبة إنتاج الكروم عالمياً إلى إجمالي إنتاج الفواكه للفترة 1999-2011	17
3	تغير المساحة المحصودة للكروم عالمياً للفترة (1999-2011)	18
4	تطور إنتاج العنب عالمياً للفترة (1999-2011)	19
5	تطور إنتاجية العنب عالمياً للفترة (1999-2011)	20
6	تغير مساحات الكروم في سورية للفترة (1999-2011)	22
7	تغير إنتاج العنب في سورية للفترة (1999-2011)	23
8	النسبة المئوية لإنتاجية كروم سورية مقارنة بالمتوسط العالمي له للفترة (1999-2011)	24
9	تطور زراعة العنب في محافظة السويداء خلال الفترة (1991-2011)	27
10	تطور مساحة وإنتاج وعدد أشجار العنب لإجمالي القطاعات لعام 2011 م	29
11	توزيع أفراد العينة حسب فئات أعمارهم	45
12	الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة	47
13	عدد أفراد الأسرة في عينة الدراسة	47
14	حالة العمالة الأسرية لدى أفراد العينة	48
15	متوسط تكاليف إنتاج الدونم البعل من محصول العنب في القرى المدروسة من محافظة السويداء للموسم الزراعي (2011-2012 م)	52
16	تحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لمحصول العنب في محافظة السويداء	54
17	متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الأولى (أقل من 20 دونم)	56
18	تحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لمحصول العنب للفئة الحيازية الأولى في محافظة السويداء	57
19	متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الثانية (20-40) دونم	58
20	المؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب للفئة الحيازية الثانية للموسم الزراعي (2011-2012 م)	59
21	النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب على مستوى الفئة الحيازية الثانية في منطقة الدراسة	60
22	متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الثالثة	61

	(أكبر من 40 دونم)	
23	المؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب للفئة الحيازية الثالثة للموسم الزراعي (2011-2012 م)	62
24	متوسط تكاليف إنتاج الدونم المروي من محصول العنب في القرى المدروسة من محافظة السويداء للموسم الزراعي (2011-2012 م)	64
25	العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لمحصول العنب المروي في محافظة السويداء للموسم الزراعي (2011-2012)	65
26	هيكل التكاليف التسويقية للكغ من محصول العنب بالمتوسط في محافظة السويداء على مستوى عينة الدراسة لموسم (2011-2012 م)	67
27	هيكل التكاليف التسويقية للكيلو غرام من عنب العصير ليصبح منتج نهائي (عرق معبأ)	67
28	الهوامش التسويقية النسبية والمطلقة بالليرة للكغ لمحصول العنب وفقاً للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم (2011-2012 م)	68
29	الكفاءة التسويقية لمحصول العنب على مستوى عينة الدراسة خلال الموسم (2011-2012 م)	69
30	الربح الإجمالي للكغ المسوق لمحصول العنب على مستوى عينة الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة في محافظة السويداء خلال الموسم (2011-2012 م)	70
31	قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة لمحصول العنب في منطقة الدراسة في محافظة السويداء خلال الموسم (2011-2012 م)	70

قائمة الأشكال List of figures

الصفحة	عنوان الشكل	الشكل
28	تطور إنتاج العنب من 1991 حتى 2011 م	1
41	تذبذب أسعار مبيع العنب في الفترة (2000-2012) م	2
43	القنوات التسويقية للعنب في السويداء	3
46	التوزيع النسبي لعينة الدراسة تبعاً للمستوى التعليمي للمزارعين	4
49	مصادر الدخل لمزارعي أفراد العينة	5
50	ملكية الأراضي لدى أفراد العينة	6
51	نسب إتباع المكافحة الكيماوية لدى أفراد العينة	7
63	مقارنة بين المؤشرات الاقتصادية لكامل العينة ومؤشرات الفئات التي قسمت لها	8
71	الحلقة الأولى من المسالك التسويقية	9
72	الحلقة الثانية من المسالك التسويقية	10
72	الحلقة الثالثة من المسالك التسويقية	11

ملخص البحث

هدف البحث إلى التعرف على واقع إنتاج وتسويق محصول العنب في محافظة السويداء خلال الموسم الزراعي 2011-2012 م ، من خلال عينة عشوائية من المزارعين الذين يقومون بزراعته في منطقة الدراسة والتي شملت كل من القرى التالية (الكفر – حبران – الرحي – سهوة بلاطة – مياماس – سهوة الخضر) ، وذلك للتعرف على الخصائص الاقتصادية والاجتماعية لمزارعي العنب ودراسة تكاليف الإنتاج والكفاءة الإنتاجية لمحصول العنب ، ومعرفة العوامل والأسباب التي تؤدي إلى تذبذب إنتاجه ، والصعوبات التي تعترض تسويقه من خلال دراسة الأسعار وواقع تسويق هذا المحصول في محافظة السويداء .

وقد بينت نتائج الموسم الزراعي 2011-2012 م أن متوسط حجم الأسر 7 فرد، وأن 88.89 % من أفراد العينة يمارسون الأعمال الزراعية ، كما أن عدد أفراد الأسرة الذين يعتمدون في دخلهم على الزراعة بشكل كامل 62 % من إجمالي العينة ، وكان متوسط عدد سنوات العمل بالزراعة لدى مزارعي العينة هو 30 سنة ، وأن 78 % من إجمالي المزارعين يتمتعون بالملكية الخاصة لأراضيهم .

و تبين أن إجمالي التكاليف الكلية لمحصول العنب البعل قد بلغت 5412 ل.س / دونم ، وبلغ صافي الدخل المزرعي 2238 ل.س / دونم ، وبالتالي بلغت تكلفة 1 كغ عنب 10.61 ل.س .

كما تبين أن إجمالي التكاليف الكلية لمحصول العنب المروي قد بلغت 12830 ل.س / دونم ، وبلغ صافي الدخل المزرعي 4662.75 ل.س / دونم ، وبالتالي بلغت تكلفة 1 كغ عنب 15.33 ل.س .

وبلغت التكلفة التسويقية لمحصول العنب عبر مسلك تاجر الجملة 4.7 ل.س/ كغ، بينما بلغت عبر تاجر التجزئة 6.3 ل.س / كغ ، متمثلة بتكاليف (التعبئة ، النقل، ثمن العبوات ، الفاقد وتكاليف أخرى) . وكانت التكلفة التسويقية لمحصول العنب المعد للعصير ليصبح منتج نهائي (عرق معبأ) 20.05 ل.س / كغ ، متمثلة بتكاليف التصنيع والتعبئة والنقل .

أما بالنسبة للهامش المطلق فبلغ 3 ل.س/ كغ عبر مسلك تاجر الجملة ، وبلغ 4 ل.س/ كغ عبر مسلك تاجر التجزئة . وبلغ الهامش النسبي 14.28 % عبر مسلك تاجر الجملة ، أما عبر مسلك تاجر التجزئة فكان 17.39 % . وكانت الكفاءة التسويقية 68.93 % من خلال مسلك تاجر الجملة ، ومن خلال مسلك تاجر التجزئة 62.74 % .

وقد خلصت الدراسة إلى ضرورة العمل على استقرار وعدم تذبذب كل من المساحة المزروعة والإنتاج المحلي لمحصول العنب والقيام بحفر الآبار المخصصة للري الزراعي في منطقة الدراسة إن أمكن ذلك بغية تحويل المساحات البعلية إلى مساحات مروية الأمر الذي ينعكس إيجاباً على زيادة الإنتاج والإنتاجية في وحدة المساحة، ويساهم في التوسع في زراعة محصول العنب والحفاظ على المساحة المزروعة ، و خفض تكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي وخصوصاً المبيدات الكيميائية ، والتشجيع على طريقة التربية على أسلاك مما يخفف من عمليات الخدمة المتبعة ويساهم في مكننة عمليات الجني والتقليل من تباينات الإنتاج ، بالإضافة إلى زيادة الاهتمام بعمليات التصدير والتصنيع الغذائي .

كما أوصت الدراسة بتسهيل عمليات تسويق محصول العنب للتقليل من التكاليف التسويقية ، ودعم الوظائف التسويقية المقدمة لهذا المحصول ، بالإضافة لإيجاد منافذ تسويقية جديدة تساهم في تصريف الإنتاج بشكل أفضل وبمردودية أعلى ، وإقامة جمعيات تعاونية لمنتجي ومسوقي محصول العنب مما يساهم في الحد من احتكار الوسطاء والتجار ويساعد المنتجين على الحصول على أسعار مناسبة لمنتجاتهم ، مع أهمية تأمين الدعم الزراعي لمحصول العنب .

الفصل الأول

الإطار النظري للدراسة

1-1. المقدمة Introduction: يسود الاعتقاد بأن نشأة العنب كانت قديمة جداً في عصور جيولوجية سحيقة، منذ كانت القارات كتلة واحدة، وقبل انفصالها. فقد عثر على بذور العنب في بقايا طبقات البحيرات السويسرية ، التي ترجع إلى العصر البرونزي (سوريال ، 1985) . وتؤكد بعض الدراسات أن الكرمة قد وجدت على سطح البسيطة منذ العصر الطباشيري (الشيخ حسن ، 1997) .

كانت شجرة الكرمة سمة ملازمة تقريباً لكل الحضارات ، ولطالما حفرت ونقشت صورها ومجسماتها على الصخور ، فباتت لا ترمز لحضارة بعينها ، ووجدت رسومات على قبور الفراعنة ، تبين طرود وعناقيد العنب ، وتظهر تربية الكروم بشكل أقواس ، وتبين مراحل صناعة الخمر (حامد، 1985) . ووجدت هذه الرسومات على جدران مقابر الأسرة الخامسة والسادسة في صقارة . وعلى جدران مقابر الأسرتين الثامنة والتاسعة عشرة في طيبة (فراج ، 1988)، وزخرت الآثار الرومانية بالدلائل عليها.

تدل المعطيات التاريخية على أن الإنسان بدأ بزراعة الكرمة في سورية منذ 5000-7000 سنة. وازدهرت زراعة الكرمة في اليونان منذ 3000 سنة ، وانتقلت منها إلى إيطاليا ، وغيرها من البلدان الأوروبية ، وشمال إفريقيا بخاصة الجزائر، والمغرب، وتونس (القطب وقطنا ، 1987).

ومما يؤكد أن زراعة الكرمة قد انتقلت من بلاد الشام إلى أوروبا هو أن الصنف Dattier de Beyrouth ، أي بلح بيروت المتميز بأنه من أجود أصناف عنب المائدة في إيطاليا يحمل اسم مصدره الأساسي بيروت . ووجود الصنف Afourzeli ، أي الحفر زلي في تركيا، والأصناف Alep و Butgare في رومانيا تشير أيضاً إلى أن هذه الأصناف انتقلت إليها من سورية (ICARDA, 2001). كما وصل العنب إلى أمريكا مع الرحلات الاستكشافية التي قام بها " كريستوف كولومبس " ، ثم استورد " اللورد ديلاوير " العنب من فرنسا ، وأحضر منها زراعاً إلى أمريكا عام 1619 (فراج ، 1988) .

لقد حازت الكرمة على اهتمام الإنسان لما لثمارها من فوائد جمة ، فتؤكل طازجة أو مجففة كما تصنع منها المشروبات العادية (العصائر والشرابات) والروحية ومن مخلفات عملية التقطير يصنع الكحول والخل والخميرة . ولثمار العنب فوائد علاجية كثيرة وأهم ما فيها السكريات : الغلوكوز (سكر العنب) والفركتوز (سكر الفواكه) والأحماض العضوية والأملاح المعدنية والأنزيمات والفيتامينات B1-B2-B6. ومن العناصر المعدنية الموجودة في ثمار العنب نجد البوتاسيوم والكالسيوم والمغنيزيوم والفوسفور والحديد وغيرها .

إن غنى العنب بالكربوهيدرات والفيتامينات والأحماض العضوية والأملاح المعدنية والأنزيمات يجعله وسيلة للعلاج من أمراض عديدة ، حيث يستخدم في المصحات

لمرضى السهل وبعد العمليات الجراحية لتنشيط الكلى والطحال وعلاج الروماتيزم وأمراض القلب وأمراض جهاز التنفس.

حيث تحتوي حبة العنب على: ماء 65-85%، سكريات حتى 30%، أحماض عضوية 0.3-1.4% ، مواد بروتينية 0.15-0.9 % ، مواد بكتينية 0.3-1.0% ، أملاح معدنية 0.3-0.5% ، كما تحتوي الثمار على فيتامين C 2.32 مغ / 100 مل من عصير الثمار والذي أكثر ما يوجد في القشرة . فيتامين A 0.02-0.12 مغ / 100 مل من عصير الثمار ، فيتامين B 0.006 مغ / 100 مل من عصير الثمار .

ولشجيرة العنب قيمة جمالية رائعة، حيث يمكن أن تزين الأبنية والشرفات والمداخل، واستخدامها في تزيين الحدائق وعلى شكل مظلات أيضا" كما تنقي وترطب الجو المحيط. (حامد وآخرون ، 2006) .

تثبت الدراسات أن الموطن الأصلي للكرمة هو القفاز ومنطقة الشرق الأوسط ، ومنها انتقلت زراعة الكرم إلى شرق آسيا وإلى أوروبا وإفريقيا .

تنسب الكرم للعائلة Ampelideae التي تضم نحو 11 جنساً ، أهمها الجنس Vitis، الذي يضم أكثر من 50 نوعاً برياً (حامد وآخرون ، 2006) .

بلغت مساحات الكروم في سورية 55860 هكتار عام 2012 منها 8980 هكتار مروية أي ما يعادل 16% من إجمالي المساحة المزروعة بالكروم في حين كانت المساحة الباقية والتي بلغت 46880 هكتار أي ما يعادل 84 % بعلية . وأنتجت سورية 358000 طن من العنب منها 230477 طن مستعمل للأكل الطازج و 38023 طن مستعمل للزبيب و 34625 طن مستعمل للدبس و 54875 طن مستعمل للمشروبات. (المجموعة الإحصائية الزراعية، 2012).

أما فيما يخص منطقة الدراسة الميدانية أي محافظة السويداء، فقد بلغت مساحة الكروم 10434 هكتار منها 177 هكتار مروية أي ما يعادل 2 % في حين كانت المساحة الباقية والبالغة 10257 هكتار بعلية أي ما يعادل 98 % وبلغت كمية الإنتاج 42056 طن (817 طن من الإنتاج المروي و 41239 طن من الإنتاج البعل) . منها 13961 طن مستعمل للأكل و 3724 طن مستعمل للزبيب و 4159 طن مستعمل للدبس و 20212 طن مستعمل للمشروبات . (المجموعة الإحصائية الزراعية، 2012).

2-1. أهمية البحث: Research importance يعد محصول العنب أحد المحاصيل الهامة في سورية فهو يساهم في تأمين دخول جيدة للفلاحين، وتوفير فرص عمل لعدد كبير من سكان الريف، وتحسين العائد الاقتصادي للمنتجين، وزيادة الناتج المحلي الإجمالي، وتشجيع التجارة.

3-1. مشكلة البحث ومبرراته: Research Problem يمكن تحديد المشكلة التي يثيرها البحث كمسوغ لإجرائه بمجموعة من النقاط أهمها :

مشكلة الإنتاج والمساحات المزروعة : إذ أن هناك تفاوتاً كبيراً في الإنتاج في السنوات العشر الأخيرة نتيجة قلة كميات الهطول المطري وتوالي سنوات الجفاف الأمر الذي يؤدي إلى زيادة التكاليف المترتبة على الإنتاج ، وتراجع شديد في المساحات المزروعة بالكروم دون أن تكون هناك رؤية واضحة لمستقبل هذه التغيرات .

معوقات التسويق الداخلي وكيفية معالجتها والتغلب عليها: إذ تعاني السوق المحلية تدفق الأعناب المنتجة محلياً إليها خلال فترة محدودة، وبصورة يعجز السوق عن استيعابها، مما يتسبب بانخفاض الأسعار انخفاضاً كبيراً.

إلا أنه من أهم التحديات التي تواجه زيادة إنتاج محصول العنب هي الطرائق التقليدية المتبعة في إنتاجه حيث لا تزال طريقة التربية الزاحفة هي السائدة في الزراعة في منطقة الدراسة بالإضافة إلى الإصابة بالعديد من الآفات الحشرية وخاصة حشرة الفيلوكسيرا التي تؤدي إلى خروج مساحات متزايدة سنوياً من الكروم من الإنتاج وعدم وجود أصول تتمتع بمقاومة مطلقة ضد الإصابة بهذه الحشرة لاستبدال الأصناف المزروعة المصابة أو التوسع في هذه الزراعة حيث أن الأصول الأمريكية المقاومة تصاب بنفس الحشرة ولكن تشكل جذورها طبقات فلينية غير متحللة مما يعطي النبات المقاومة وتستمر الأشجار بالنمو والإنتاج .

1- 4. أهداف البحث: Research Objectives:

يهدف هذا البحث إلى :

- 1- دراسة واقع إنتاج محصول العنب في السويداء .
- 2- دراسة اقتصاديات الإنتاج متضمنة تكاليف إنتاج العنب في السويداء .
- 3- دراسة الوضع الحالي للتسويق المحلي لمحصول العنب .
- 4- دراسة العمليات والمسالك التسويقية لمحصول العنب .

1- 5. منهجية البحث: Research Methodology يعتمد البحث المنهج الوصفي والاقتصادي في البحث العلمي للتوصل إلى دلائل تفسر معطيات الحاضر حول كل ما يتعلق بالإنتاج والتسويق .

1-5-1. منطقة الدراسة : Study area يزرع العنب في سورية بمساحة إجمالية تقدر بحوالي 55861 هكتار عام 2012 وقد نفذت الدراسة في محافظة السويداء والتي بلغت فيها المساحة المزروعة بمحصول العنب 10434 هكتار لعام 2012 أي ما يعادل نسبة 19% من إجمالي المساحة المزروعة بالعنب في سورية (المجموعة الإحصائية الزراعية، 2012) .

وفي قرى الدراسة بلغت المساحة المزروعة لعام 2012 م في قرية الكفر 1222.3 هكتار ، والإنتاج 5500 طن ، قرية حبران 808.3 هكتار ، والإنتاج 3200 طن ، قرية الرحي 150.1 هكتار ، والإنتاج 1440 طن ، مياماس 300 هكتار ، والإنتاج 1200 طن ، سهوة الخضر 1014.8 هكتار ، والإنتاج 3560 طن، سهوة بلاطة 653.7 هكتار، والإنتاج 1820 طن (حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني)

2-5-1. مواد البحث: Research materials

1-2-5-1. عينة البحث : Research Sample تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية ، وذلك بتحديد القرى الأكثر أهمية من ناحية زراعة العنب في المحافظة وهي (الكفر – حبران – الرحي – سهوة بلاطة – مياماس – سهوة الخضر) . ومن ثم الطريقة العشوائية البسيطة وفقاً لعدد المزارعين في كل قرية ، وقد تم اختيار المزارعين من السجلات الإحصائية للحائزين الموجودة في الوحدات الإرشادية التابعة لها تلك القرى في المنطقة المدروسة بحسب قانون مورغان حيث كان حجم المجتمع المدروس لتلك القرى ما يعادل 4000 مزارع ، و بالتالي كان حجم العينة المدروسة 360 مزارع .

2-2-5-1. مصادر البيانات: Data Sources

1-2-2-5-1. البيانات الأولية: Primary Data تم الحصول عليها في البحث الميداني من خلال استمارة بحثية مخصصة للبحث ولإنجاز الدراسة أخذت بياناتها من مزارعي العنب في منطقة الدراسة للموسم 2011- 2012 م.

2-2-2-5-1. البيانات الثانوية: Secondary Data تشمل هذه البيانات المساحات المزروعة بالكروم وكميات العنب المنتجة والإنتاجية لمنطقة الدراسة. وهذه البيانات تم الحصول عليها من البيانات الرسمية ، ومن المجموعات الإحصائية لوزارة الزراعة ، ومن المجموعات الإحصائية للمكتب المركزي للإحصاء ومن مديرية الزراعة بالسويداء .

1-5-3. طرائق البحث والتحليل : Research methods and analysis

تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS في تحليل البيانات بالشكل الوصفي (متوسطات، انحراف معياري ، مخططات بيانية) والشكل الكمي (ارتباط ، انحدار، بعض الدوال الملائمة للدراسة) وذلك للوصول إلى النتائج التي تحقق غرض الدراسة .

1-3-5-1. المؤشرات الاقتصادية المستخدمة في تحليل الإيرادات والتكاليف:

تم تحليل التكاليف الإنتاجية، والعائد الاقتصادي لمحصول العنب باستخدام المؤشرات الاقتصادية التالية:

تكلفة 1 كغ (سعر التعادل) :

تكلفة 1 كغ = إجمالي التكاليف / كمية الإنتاج

مستوى الربحية = (هامش الربح / التكاليف المتغيرة) $\times 100$

المعدل العام للربحية = (هامش الربح / التكاليف الإجمالية) $\times 100$

قيمة الناتج الإجمالي : وتم حسابه بضرب كمية الإنتاج (كغ / دونم) من المحصول بسعر المبيع (ل.س / كغ) .

صافي الدخل المزرعي : ويظهر هذا المؤشر الربح بشكل سليم ، ويعتبر مقياساً واقعياً للربح نظراً لمراعاة العائدات والتكاليف غير النقدية ، وتم حسابه بطرح قيمة التكاليف الإجمالية من قيمة الناتج الإجمالي .

الهامش الإجمالي = الناتج الإجمالي – التكاليف المتغيرة

الكفاءة الاقتصادية الإجمالية (معيار الكفاءة الاقتصادية) :

الكفاءة الاقتصادية الإجمالية = قيمة الإنتاج / قيمة عوامل الإنتاج (الموارد)

والكفاءة الاقتصادية تتمثل في الأساس في تحقيق أقصى إنتاج ممكن بأقل تكلفة أي الاستخدام الأمثل والكفاءة لعناصر الإنتاج المتوفرة في المزرعة وبالتالي تحقيق الزيادة المستمرة في الإنتاج وإنتاجية العمل ، وخفض تكاليف الوحدة المنتجة ، وكذلك تخفيض عبء العمل على عنصر العمل الحي . (العطوان ، 2011) .

الكفاءة التقنية : هي مقدرة المزارعين على استخدام المهارات والخبرات الجيدة أو المعرفة الواسعة بالأسلوب الذي يتم فيه تنظيم المدخلات .

دالة الإنتاج: العلاقة بين حجم الناتج من سلعة معينة وبين كمية عوامل الإنتاج التي تضافرت في إنتاج هذه السلعة لوحدة إنتاجية معينة ولفترة زمنية معينة.

وتهدف دوال الإنتاج إلى تحقيق غرضين رئيسين :

أولهما: تقدير معدلات المدخل أو المخرج أي أنها تستخدم كمرشد للمزارع الفرد عند اتخاذ قراراته الإنتاجية.

وثانيهما : أنها تعطي فكرة عن مدى كفاءة الموارد المستخدمة في المزرعة.

وإن الغرض الأساسي من تحديد ودراسة دوال الإنتاج المزرعية هو التنبؤ بمعنى الناتج الكلي والنواتج الحدية للعناصر الإنتاجية المختلفة حتى يمكن استخدامها في رسم المستوى الإنتاجي الأمثل . والتوليفات المثلى لكل من العناصر الإنتاجية المختلفة بما يعين كل من مديري المزارع والمخططين على اتخاذ قراراتهم الإنتاجية المتصلة باستخدام وتوزيع الموارد الاقتصادية المتاحة وتسمح في الوقت نفسه بتحقيق الكفاءة الاقتصادية ، ومن ثم تعظيم كل من الدخل المزرعي الفردي والقومي .

ويمكن الاعتماد على دالة الإنتاج في التوصل إلى حل مشكلة الاختيار بالنسبة للوحدة الاقتصادية أي اختيار الطريقة المثلى التي تحقق :

- 1- أكبر قدر ممكن من الناتج الزراعي بقدر معين من التكاليف الزراعية.
- 2- إنتاج قدر معين من الناتج الزراعي بأقل قدر من التكاليف.
- 3- تعظيم صافي الدخل المزرعي أي تعظيم الربح أي الفرق بين إجمالي الدخل المزرعي وإجمالي التكاليف .

دالة كوب دوجلاس : فضل الاقتصاديون عادة استخدام هذه الدالة في تقدير دوال الإنتاج المزرعية باعتبارها أكثر الأشكال ملائمة لظروف الإنتاج الزراعي عموماً متى أمكن تضمينها العدد المناسب من المدخلات الإنتاجية ، بجانب عدة عوامل أخرى نوجزها فيما يلي :

- 1- السهولة النسبية في عملية حسابها حيث أنها خطية في الصورة اللوغاريتمية .
- 2- تعطي مباشرة المرونات الإنتاجية لكل عنصر من عناصر الإنتاج المتضمنة في الدالة .
- 3- يمكن الاعتماد على تقديراتها في أغلب الأحيان .
- 4- قد توضح ملامح تناقص الغلة بالنسبة للحجم بدون استخدام عدد كبير من درجات الحرية.
- 5- بالنسبة للأخطاء فإنها قليلة وموزعة توزيعاً معتدلاً .
- 6- تسمح بإنتاج حدي متزايد أو متناقص أو ثابت تبعاً لقيمة b ، ولكنها لا تمثل عملية إنتاجية تجمع بين الإنتاج الحدي المتزايد والمتناقص والثابت. (coelli)

الفصل الثاني

Reference Study الدراسة المرجعية

درس (Bordelon , 2001) في دراسة بعنوان (اقتصاديات إنتاج العنب في وسط أوروبا) الأهمية الاقتصادية لإنشاء كروم العنب ، مركزاً على أهمية تحديد الموقع المثالي للمزرعة بحسب عدة اعتبارات . ودرس اقتصاديات إنتاج العنب ، والتكاليف الثابتة والمتغيرة لكرومها التي تترتب على عمليات الإنشاء والعمليات اللازمة للمزرعة ، إلى جانب تكاليف إضافات الأسمدة والمبيدات وغيرها ، كتكاليف متغيرة تتبع تغير معدلات الإنتاج ، ودرس عمليات التسويق والعوامل المؤثرة في الأسعار . كما تضمنت دراسته برنامجاً لتكاليف مزارع العنب، وتوصل أخيراً إلى أن الكروم تحتاج عادة من سبع إلى عشر سنوات حتى تسترد رأس المال الذي جرى استثماره لإنشائها.

أجرى (Krishnamurthy , 2001) دراسة تقديرية بعنوان (إضافة مراكز التجميع لتصدير العنب والتطور الحقيقي الحاصل) مبيناً فيها عمليات ما قبل حصاد العنب والوظائف التي تلي حصاده ، والتي يكون من شأنها إطالة مدة التخزين، وركز البحث على عمليات التبريد الأولي ، وأشار إلى أن الهند أنشأت هيئة تعاونية من مزارعي ومصدري العنب ، ودعيت هذه الهيئة Maha grapes ، وأشار إلى أن صادرات الهند من العنب قد ارتفعت ارتفاعاً ملموساً منذ إنشاء هذه الهيئة ، على الرغم من أن الدراسة بينت أن ما يلائم التصدير من العنب الهندي لا يزيد عن 5% من إنتاج الهند من العنب ، إضافة إلى ارتفاع تكلفة العنب المعد للتصدير ، إذ تصل تكلفة العبوة سعة 4.5 - 5 كغ ما يعادل 2.25 - 2.75 جنيه إسترليني كتكاليف تبريد وتخزين وتغليف وإيجار حاويات ونقل إلى الأسواق الخارجية . كما تضمنت الدراسة جدولاً مفصلاً لتكاليف مزارع كروم عنب المائدة في الهند.

درس (Wolf , 2002) في دراسة بعنوان (تحليل لتأثير سعر الفائدة على شراء المستهلك للعنب العضوي ورغبات المشترين العضوية) حيث أوضح الزراعة العضوية للعنب في ولاية كاليفورنيا الأمريكية و أجرى الباحث اختبارات للسوق لمعرفة رغبة المستهلك ، أو توجهات المستهلك الشرائية تجاه العنب المنتج من الزراعة العضوية ، وحساسية السعر . كما أجرى مقارنة لإقبال المستهلك على العنب العضوي بإقباله على بقية الأعناب ، وكذلك لإقبال المستهلك على العنب العضوي مقارنة بإقباله على بقية المنتجات الزراعية المنتجة من الزراعة العضوية ، وبين السبل ممكنة الإتياع للتأثير في سلوك المستهلك ، ودوافع الشراء لديه ، وتحويل سلوكه باتجاه استهلاك الأعناب المنتجة في ظروف الزراعة العضوية .

درست جمعية عنب المائدة الاسترالية (ATGA, 2002) صناعة عنب المائدة الاسترالي وأوضحت حالة إنتاج العنب في استراليا، مبينة تكاليف إنتاجه بالنسبة لوحدة المساحة المزروعة، وبالنسبة لوحدة المنتجات. ودرس البحث السوق المحلية، والسوق الخارجية لعنب المائدة الاسترالي وحدد الأصناف المزروعة على مستوى تجاري في استراليا.

كما وضع استراتيجيات الإنتاج والتسويق ونقاط ضعفها وقوتها . وكانت هذه الدراسة من بين الدراسات القليلة جداً التي استخدمت تحليل SWOT أو ما يعرف بتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات .

وحددت الدراسة - لغرض إتمام هذا التحليل - العوامل الداخلية المؤثرة في هذه الزراعة ، وجرى تقسيمها إلى نقاط إيجابية ، ونقاط سلبية ، أي إلى نقاط قوة ، ونقاط ضعف . كما حددت الدراسة أيضاً العوامل الخارجية المؤثرة في هذه الزراعة ، وقسمتها إلى عوامل إيجابية ، وعوامل سلبية ، أي إلى فرص وتحديات ، وهذا التحليل يعد مثالياً لاستشراف المستقبل .

في دراسة لمنظمة الأغذية والزراعة FAO بعنوان (الزراعة السورية على مفترق طرق (2003)) ، بينت الدراسة أن مراقبة الأسعار في سورية ليست بالأمر السهل ، نظراً لقلّة الأسعار المنشورة بشأنها ، فمؤشر أسعار التجزئة المنشور في المجموعة الإحصائية الصادرة عن المكتب المركزي للإحصاء هو مؤشر واحد فقط ، بينما يجب الحصول على معدلات انكماش إجمالي الناتج المحلي من الأرقام المنشورة للقيم الحقيقية والاسمية .

وكذلك فإن مؤشر أسعار الجملة المنشور في المجموعة ذاتها يعكس أسعار الشركات العامة ، ولا يمثل الأسعار السائدة في كامل الاقتصاد . ولا يوجد نظام معلومات بشأن أسعار سوق الهال .

كما قام البحث بتحديد المتعاملين بالخضار والفواكة بحسب تصنيفهم إلى وسطاء وضمانة وعملاء وتجار جملة ونصف جملة وتجار تجزئة وأصحاب ورش تعبئة وعرف البحث كلاً منهم .

إضافة لكل ذلك فقد درس البحث أسواق الهال بتفصيل كبير مبيناً أنها أسواق مختلطة ، وليست أسواق جملة .

حدد البحث الذي أجراه (Conradie et al, 2006) بعنوان (الكفاءة الاقتصادية وحجم المزرعة في إنتاج العنب) متوسط مساحات مزارع عنب المائدة وعنب النبيذ في جنوب أفريقيا ، ومتوسط إنتاج المزرعة ، وتكلفة إنتاج وحدة الوزن من العنب . وتوصل هذا البحث إلى أن الكيلو غرام الواحد من عنب المائدة يكلف وسطياً ما يعادل أربعة أضعاف مثيله من عنب النبيذ ، إضافة إلى تكاليف ما بعد القطف (تكاليف العمليات التسويقية) المرتفعة بالنسبة لحالة عنب المائدة .

كما أدرج الباحثون برنامجاً تفصيلياً للتكاليف لثلاث سنوات 2002-2004 ولثلاث مناطق ، وتوصلوا إلى أن كفاءة إنتاج عنب المائدة تعتمد على مساحة المزرعة ، ومستوى تعليم صاحب المزرعة ، ونوع العمالة المستخدمة ، ومصدر المياه وصنف العنب المزروع .

في دراسة لباحثة من المركز الوطني للسياسات الزراعية بعنوان (تجارة عنب المائدة في سورية) ، (Baghasa , 2006) ، توصلت الدراسة إلى أن هناك أربع

دول فقط تستورد نصف الصادرات العالمية من العنب ، وأن ثلاث دول تصدر أكثر من نصف الصادرات العالمية منه ، علماً بأن الولايات المتحدة وقعت ضمن المجموعتين . وتوصل البحث إلى أن العنب البلدي يشكل 20 % من إنتاج سورية من العنب ، والعنب الحلواني يشكل 30 % منه ، وخلصت الباحثة إلى أن الدول المستوردة للعنب السوري هي سبع دول منها أربع دول أساسية تستورد 84.4 % من صادراته السورية .

درس (Black and Dyson , 2006) الأثر الاقتصادي للأبحاث المخصصة لتطوير زراعة الكرمة ، والدعم المقدم إلى مزارعي الكرمة في جنوب استراليا ، أي أثر السياسات الاقتصادية الزراعية الموجهة لتحسين إنتاج العنب في استراليا ، وتوصلوا إلى أن زيادة الإنفاق على البحث العلمي ، والتسهيلات المقدمة لكروم العنب أعطت عائدات كبيرة جداً ، وأن النتائج كانت أكثر إيجابية في منطقة River land من المناطق الباردة المركزية والجنوبية ، وأعاد الباحثان سبب ذلك إلى أن هذه المنطقة ركزت على البحث العلمي ، واستخدام التقنيات الحديثة ، وخصوصاً تقنيات الري زيادة عن بقية المناطق ، وأن الزيادة في التكاليف التي نتجت من تبني نتائج الأبحاث في بداية عمر المشروع ساعدت على تقصير الزمن اللازم للوصول إلى نقطة التعادل للمشروع.

درس (Piva et al , 2006) مستوى قبول المستهلكين لخمس أصناف من عنب المائدة في السوق الإسبانية ، تبعاً لعدة مؤشرات أهمها : اللون ، والشكل ، والحجم ، وصفة وجود البذور أو عدم وجودها ، والعصيرية والمذاق ، واستخدم الباحثون أسلوب التحليل الحسي ، لتقييم مستوى القبول للأصناف الخمسة من عنب المائدة ، واعتمدوا النمط الشبكي في هذا التحليل ، وتوصلوا إلى أن صفة عدم وجود البذور كانت الصفة الأكثر استحساناً من قبل المستهلكين وأن الصنف كاردينال Cardinal كان متميزاً عن بقية الأصناف وأن المذاق والعصيرية كانت على رأس العوامل المحددة لاختيار المشتري لصنف العنب . علماً بأن إسبانيا هي خامس أكبر مصدر للعنب في العالم ، والثاني على المستوى الأوروبي .

أجرى (Shah, 2007) دراسة اقتصادية للعنب في الهند، متوسعاً في دراسة التكاليف، واتخذ منحى خاصاً في تقسيم تكاليف المزرعة، إذ عمد إلى تقسيم التكاليف إلى أربع مجموعات هي:

- A1: وتشمل تكلفة الغراس ، والمبيدات ، والأسمدة ، والعمالة ، ومجموع الاهتلاكات ، وتكاليف الري ، وضريبة الدخل ، والعائد على رأس المال العامل.
- A2: وهي تعادل قيمة A1 مضافاً إليها الأموال المدفوعة أجور أراض.
- B: وهي تعادل A2 ، والعائد على رأس المال الثابت عدا الأرض.
- C: وهي B إضافة إلى قيمة العمل العائلي.

علماً بأنه درس هذه التكاليف منذ الإنشاء، وحتى السنة الخامسة عشرة من عمر المزرعة.

أجرى (الناصر ، 2010) دراسة بعنوان (السياسات الاقتصادية الزراعية لعنب المائدة في سورية وتحليل السوق مثال : المنطقة الجنوبية) حيث أوضح فيها أن أهمية زراعة الكروم تتناقص عالمياً نسبة إلى أهمية إجمالي الفواكه ، في حين يزداد الطلب العالمي على استهلاك العنب وأن ما تصدره سورية من العنب نسبة إلى إجمالي إنتاجها منه يتفاوت من عام إلى آخر تفاوتاً كبيراً مما يفسر عجز المصدرين عن استيعاب الزيادة في الإنتاج .

كما بين الباحث أن شح مياه الري وارتفاع تكاليفه إلى جانب نقص التمويل اللازم للإنشاء وارتفاع تكاليف التسميد إضافة إلى انتشار الكثير من الآفات وصعوبة الوقاية منها ومكافحتها ، وكثرة عمليات الخدمة أهم العوامل التي تحد من التوسع الأفقي بزراعة كروم عنب المائدة .

بين (McDonald,1995) أن القنوات التسويقية هي مجموعة المنشآت والأفراد التي تتعاون في إنتاج وتوزيع واستهلاك سلعة أو خدمة معينة يقدمها منتج محدد ، وهي تتكون من خمسة أنواع من المنشآت التسويقية وهم الموردون ، والوسطاء التجاريون ، والوسطاء الوكلاء ، والمنشآت التسهيلية و المنشآت التسويقية بالإضافة إلى المنتج والمستهلك .

وتسعى هذه القنوات إلى تحقيق أهداف التوزيع، وهي التي تمارس من خلالها الكثير من الأنشطة التسويقية، وكذلك تُجرى بواسطتها عمليات المبادلة التي تعد أساس التسويق. وأن المهمة الأساسية لوظيفة التوزيع هي التأكد من أن المنتج المناسب متاح في الوقت المناسب. ويأتي ذلك عن طريق تنظيم الموارد في قنوات يتحرك خلالها المنتج إلى المستهلكين ، وعليه تعد قنوات التسويق مسالك تتخذ لتحريك حيازة المنتج من مصدر إنتاجه الأصلي إلى موقع استهلاكه النهائي.

أشار (Ferris , 1998) في دراسة بعنوان (الأسعار الزراعية وتحليل تسويق المواد الأولية) أن المشكلات التسويقية الزراعية من أكثر المهمات المعقدة التي تعترض الاقتصاديين الزراعيين وتتطلب الإلمام بمعرفة كبيرة في مجال الاقتصاد الزراعي والرياضيات والإحصاء وغيرها .

ومن أهم المشكلات التسويقية الزراعية دراسة الأسعار من حيث القوة الشرائية للمستهلك وحصول المنتج على أسعار مجزية تحقق له زيادة في الدخل ، بتطبيق الطرائق التي تؤدي إلى خفض التكاليف التسويقية إلى أقل حد ممكن .

أوضح (العليوي ، 2002) في كتابه تحميل وتقييم المشروعات الزراعية أن تكاليف التسويق تتضمن جميع التكاليف التي تصرف على المنتج بعد قطافه حتى بيعه ، وأهم

هذه التكاليف تكاليف العبوات ، تكاليف الفرز ، التصنيف ، تكاليف التعبئة ، تكاليف التخزين ، تكاليف النقل .
وقد عَرَفَ البعض تكاليف الخدمات التسويقية بأنها التكاليف التي تتحملها المنشأة لتخزين الإنتاج التام والإعلان عنه وترويجه ونقله وتوزيعه وتحصيل قيمته، وكذلك تكاليف الأبحاث التسويقية لتصريف الإنتاج.

وقد أشار (العصفور ، 2003) في سلسلته " السياسات الزراعية " إلى أن السياسات التسويقية هي مجموعة الأفكار والإجراءات التي تتخذ بهدف التوجيه والتنظيم والإشراف والتدخل والسيطرة على سلوك وإنجاز الأنشطة التسويقية الزراعية ، بهدف تحقيق أهداف المنتجين والوسطاء والمجتمع ككل، وتحقيق التوازن بين الأهداف في آن واحد .

وتشكل هذه السياسات جزء هام من السياسات الزراعية ، حيث تلعب سياسات توفير خدمات التسويق من نقل وتخزين وفرز وتعبئة وتمويل الصفقات التجارية وغيرها من وظائف السوق ، دوراً هاماً في التنمية الزراعية ، وفي تحقيق المنفعة الاقتصادية العائدة على كل من المنتجين والمستهلكين .

أشار (ياسين وعبد العزيز ، 2007) في كتاب أسس التسويق الزراعي والغذائي إلى اهتمام عدد كبير من الاقتصاديين بدراسة التسويق وتوصل بعضهم إلى أن تكاليف التسويق قد تزيد في بعض الأحيان على تكاليف الإنتاج ، وبصورة عامة تشكل متوسط تكاليف العمليات التسويقية من 50-60 % من التكاليف الإنتاجية ، لذلك فعلى المنتج أن يسعى دائماً إلى التقليل من هذه التكاليف .

درس المركز الوطني للسياسات الزراعية (2007) القدرة التنافسية للصادرات الزراعية السورية وبين أن المشكلة في تسويق الخضار والفواكه السورية تكمن في أن العلاقة بين المتعاملين المحليين والتجار الأجانب وحتى الموزعين تحكمها قواعد وقوانين تقليدية تسهم في زيادة التكاليف التسويقية ، وأن هذه السلسلة التقليدية لا تزال حتى الآن تعتمد - في بعض مراحلها - على السماسرة اعتماداً كبيراً ، وهذا النوع من السلاسل يسبب إطالة مراحل التصدير نسبياً ، وزيادة تعقيداته ، مما يبعد بين المزارعين والأسواق الخارجية . لذلك يجب العمل على تقصير الطريق بين المزارعين والأسواق الخارجية .

درس (EL- swalhy et al, 2008) تحليل موقع العنب المصري في السوق العالمية. من خلال دراسة سوق العنب في الدول التي تستورده من مصر ، والمنافسة التي يواجهها العنب المصري في أسواق هذه الدول ، وحساسية كل من هذه الأسواق، والتوقعات المستقبلية لها ، وخلصت الدراسة إلى أن هناك خمسة متنافسين أساسيين في السوق السعودية للعنب وهم : سورية ، ومصر ، وتركيا ، وإيطاليا ، وإيران ، وأن عنب المائدة المصري يمتلك قوة كامنة كبيرة تؤهله لزيادة حصته في السوق

الأوروبية . كما بينت الدراسة بأن أسعار السوق المحلية (في مصر) أثرت تأثيراً كبيراً في الكميات المصدرة منه ، ومن ثم أثرت في قدرة العنب المصري على المنافسة في الأسواق الخارجية .

درس (Becher & Seith 2008) الفرص المتاحة لتسويق عنب المائدة المنتج في ألمانيا وتوصلا إلى أن ألمانيا تمتلك ميزة نسبية في إنتاجه. كما بينا أن تجار الجملة في السوق الألمانية يفتقرون إلى المعلومات الكافية بشأن مناطق إنتاج العنب وأنهم يأملون أن يتوفر الإنتاج المحلي من العنب في الأسواق نظراً لارتفاع أسعار الأعباب في هذه الأسواق .

كما توصل الباحثون من خلال تحليل استبياناتهم إلى أن تجار التجزئة يطالبون باعتماد نظام متكامل ، وفعال لإدارة الجودة ، بحيث يتمكنوا من إزالة الشك المحيط بالعنب في نفوس المستهلكين ، إلى جانب ذلك فقد رغب المستهلكون بأن تتم تعبئة العنب في صناديق خشبية مع إدراج ورقة تبين المواصفات الكاملة للعنب المعبأ ، وأن يجري تغليف كل عنقود بكيس ورقي مستقل.

الفصل الثالث

الأهمية الاقتصادية لمحصول العنب والعمليات والوظائف التسويقية التي يخضع لها

The economic importance of the Grape crop

Operation and marketing functions governing Grape crop

3-1- تطور مساحات وإنتاج وإنتاجية الكروم في العالم:

The evolution of areas, production and productivity of the world's chrome:

في وقت يزداد فيه الاهتمام عالمياً بزراعة الفاكهة ، تراجعت أهمية زراعة الكروم نسبة إلى إجمالي زراعة الفواكه ، ففي حين شكلت مساحة الكروم 15% من إجمالي مساحات الفواكه العالمية في موسم 1999 ، واستمرت محافظة على هذه النسبة لمدة أربعة أعوام تالية ، تراجعت بعدها لتصل إلى 13.3 % فقط من إجمالي مساحة الفواكه العالمية ، وبانحراف معياري بلغ 0.67 % كما في الجدول (1)

الجدول (1) : تغير نسبة مساحات الكروم عالمياً إلى إجمالي مساحات الفواكه للفترة (1999-2011).

السنوات	النسبة المئوية %
1999	15
2000	15
2001	15
2002	15
2003	15
2004	14.2
2005	14.1
2006	13.7
2007	13.4
2008	13.5
2009	13.5
2010	13.4
2011	13.3

مصدر البيانات : FAOSTAT

وترافق انخفاض هذه النسبة، بانخفاض نسبة إنتاج العنب إلى إجمالي الإنتاج من الفواكه عالمياً ، لكن بمعدل أكبر، وبانحراف معياري بلغ 0.6 % كما في الجدول (2). ومن ثم فإن أهمية العنب من بين مجموع الفواكه تنخفض من عام إلى آخر ، وهذا يعني أن الفرص البديلة لزراعة الكروم كانت – في كثير من الحالات – أكثر جدوى مما جعل المزارعين يتحولون عن زراعة الكروم إلى زراعة فواكه أخرى.

الجدول (2) : تغير نسبة إنتاج الكروم عالمياً إلى إجمالي إنتاج الفواكه للفترة (1999-2011) .

السنوات	النسبة المئوية %
1999	13
2000	13.5
2001	12.9
2002	12.8
2003	12.9
2004	13
2005	12.5
2006	12.2
2007	11.7
2008	12
2009	11.7
2010	11.6
2011	11.5

مصدر البيانات : FAOSTAT

أما عن تغير المؤشرات الخاصة بزراعة كروم العنب بعيداً عن المقارنة ببقية الفواكه فكانت كما يلي:

3-1-1- تطور مساحات الكروم عالمياً: Evolution spaces chrome globally تراوحت مساحة الكروم عالمياً خلال الفترة 1999-2011 بين 7237.2 ألف هكتار كأقل مساحة في موسم 1999 ، و7497.7 ألف هكتار في موسم 2003 كأكبر مساحة محصودة عالمياً ، كما في الجدول (3) .

وشكلت مساحات كروم أوروبا 60 % من المساحات العالمية للكروم في بداية الفترة، وتراجعت في نهايتها لتصبح بحدود 55% من إجمالي المساحات العالمية للكروم، وهذا يعني أن أهمية زراعة الكروم في أوروبا تتراجع بمرور الزمن، ومن ثم فإن سوقها المستوردة للعنب تتسع.

أما نسبة مساحات كروم آسيا إلى إجمالي مساحات الكروم المحصودة في العالم فقد ازدادت من 22% في بداية الفترة إلى 24% في نهايتها. كما شكلت مساحات كروم الأمريكيتين 11% من إجمالي مساحات الكروم العالمية في بداية الفترة، وارتفعت إلى 13% في نهايتها، ومن ثم فإن التناقص الذي حصل في المساحات المزروعة

بالكروم في أوروبا قد ترافق بتزايد معادل تقريباً في مساحات كروم آسيا، والأمريكتين (FAOSTAT).
وقد ازدادت المساحة المحصودة للكروم عالمياً خلال الفترة السابقة بمعدل 0.24% سنوياً .

الجدول (3) تغير المساحة المحصودة للكروم عالمياً للفترة (2011-1999) المساحة : ألف هكتار

السنوات	المساحة
1999	7237.2
2000	7290.6
2001	7350.3
2002	7390.5
2003	7497.7
2004	7350.2
2005	7350.8
2006	7420.9
2007	7350.6
2008	7490.8
2009	7450.4
2010	7440.9
2011	7420.2

مصدر البيانات : FAOSTAT

3-1-2- تطور إنتاج الكروم عالمياً : The evolution of the global production of chrome
تطور الإنتاج العالمي من العنب خلال الفترة 1999-2011 بمعدل 1.12% سنوياً ، كما في الجدول (4) . ومن ثم فقد تطور الإنتاج بصورة تزايد على تطور المساحة المحصودة التي ذكر سابقاً أنها تطورت بمعدل 0.24% سنوياً . وإن ارتفاع معدلات الإنتاجية عالمياً هو ما برر ارتفاع معدل تزايد الإنتاج عن معدل تزايد المساحة.

**الجدول (4) تطور إنتاج العنب عالمياً للفترة (1999-2011)
الإنتاج: ألف طن**

السنوات	الإنتاج
1999	61000
2000	64200
2001	61900
2002	62000
2003	64000
2004	67000
2005	67000
2006	67000
2007	66000
2008	67000
2009	67500
2010	67700
2011	68000

مصدر البيانات: FAOSTAT

3-1-3- تطور إنتاجية الكروم عالمياً : The development of productive vine yards worldwide تختلف إنتاجية الكروم بحسب الأصناف ، فقد بين (Dill,2006) أن إنتاجية الأعناب الحمراء في Mary land في الولايات المتحدة الأمريكية كانت 7.4 - 12 طن / هكتار ، كما كانت إنتاجية الأعناب البيضاء مشابهة أيضاً ، أما الأعناب السوداء فقد كانت إنتاجيتها أعلى ووصلت إلى 15.9 طن / هكتار

أخذ معدل إنتاجية الكروم عالمياً منحى متزايداً نوعاً ما خلال الفترة 1999-2003 لكنه تراجع عام 2004 ، واستمر عند المعدل نفسه حتى موسم 2008 كما في الجدول (5) ، ويبدو النصف الأول من السلسلة منطقياً ، نظراً لرفع الإنتاجية من خلال اعتماد أصناف ذات إنتاجية مرتفعة ، وتطور التقنيات المستخدمة في الإنتاج عالمياً ، كما هو الحال في التقنيات المستخدمة في كل المنتجات الزراعية ، أما النصف الثاني من السلسلة ، أي من 2005-2011 والذي سار بدون تغيير يذكر ، فقد كان منحاه عائداً إلى تفاعل عاملين متعاكسين : وهما الإنتاجية العالمية - باستثناء إنتاجية كروم أوروبا - التي أخذت منحى متزايداً حتى نهاية السلسلة . وإنتاجية كروم أوروبا التي سارت باتجاه متناقص بالمعدل نفسه تقريباً ، مما جعل معدل الإنتاجية العالمية لهذه الفترة يستمر شبه ثابت.

وبدت معدلات إنتاجية الكروم متشعبة بشكل كبير بين دول العالم، إذ وصلت قيمة الانحراف المعياري للرقم القياسي لها عام 2008 إلى 55.9 ، وكان أعلى معدل إنتاجية كروم عالمياً للعام نفسه في الهند ، إذ وصل إلى 26 طن / هكتار ، أي 284.9% من متوسط الإنتاجية العالمية ، وكانت إنتاجية الكروم في سورية 9.1 طن / هكتار ، أي 89.5% من متوسط الإنتاجية العالمية ، وجاءت الفلبين في نهاية السلسلة بمعدل 0.5 طن / هكتار أي 5.5% من متوسط الإنتاجية العالمية .

وهذه الأرقام لا يمكن اعتمادها مؤشراً على تطور زراعة الكروم في البلدان المذكورة ، كونها تتباين تبايناً كبيراً بحسب مدى ملائمة الظروف الجوية للزراعة، وبحسب الأصناف المزروعة ، إلى جانب تباينها بشدة تبعاً لطرائق الزراعة ، وما إذا كانت الزراعة بعلية أم مروية. كما أنها لا تعطي مؤشرات عن المساحة المزروعة ولا عن كمية الإنتاج .

الجدول (5) تطور إنتاجية العنب عالمياً للفترة (1999-2011) الإنتاجية : طن / هكتار

السنوات	الإنتاجية
1999	6300
2000	6300
2001	7000
2002	7000
2003	7200
2004	7300
2005	6900
2006	6900
2007	7000
2008	7000
2009	7050
2010	7100
2011	7100

مصدر البيانات : FAOSTAT

2-3- تطور مساحات وإنتاج وإنتاجية الكروم في سورية : The evolution of spaces and production and productivity of chromium in Syria

3-2-1- تطور مساحات الكروم في سورية : Evolution spaces chromium in Syria إن التطور بإنتاج محصول ما يأخذ إحدى صورتين هما : التوسع الأفقي عبر زيادة المساحة المزروعة ، والتوسع العمودي عبر رفع الإنتاجية من خلال تحسين العمليات الزراعية ، والأصناف المزروعة، ومن ثم فلا بد من دراسة تطور المساحة المزروعة (التوسع الأفقي) ، ودراسة تطور الإنتاجية (التوسع العمودي) ، ودراسة تطور الإنتاج بوصفه نتيجة للتفاعل بين هذين الشكلين من التوسع بالزراعة. إلى جانب دراسة تطور الاستهلاك ، وتطور التسويق لتحديد مبررات تغيير المساحات المزروعة .

كانت كروم العنب في سورية تغطي 20.16 % من إجمالي المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة عام 1983، لكن هذه النسبة تراجعت بشدة في السنوات الأخيرة ووصلت إلى 5.8% من إجمالي مساحات الأشجار المثمرة عام 2007 (المجموعة الإحصائية الزراعية، 1984، 1998، 2004، 2009، 2012). وإن المتبع لتطور المساحات المزروعة بالكروم في سورية خلال العقدين الماضيين يجد تناقصاً ملحوظاً فيها، ففي الوقت الذي كانت فيه المساحة 114.5 ألف هكتار عام 1998 تراجعت إلى 50 ألف هكتار عام 2003 (الكتاب السنوي للفاو حول الإنتاج ، 1998 ، 2003) .

على الرغم من تناقص المساحات المزروعة بالكروم في سورية عبر الزمن فإن هناك زيادة في الإنتاجية من عام لآخر . إلى جانب ذلك فقد تقاربت أرقام الإنتاج ، وقل تشتتها بمرور الزمن في حين كانت في بداية السلسلة متشتتة . وقد يعود السبب في ذلك إلى التحسن الدائم في عمليات الخدمة، وقلة الاعتماد على الظروف الجوية، كلما اقتربنا في السلسلة الزمنية. إلا أن الخطة الخمسية العاشرة 2006- 2010 تنبأت بتراجع إنتاج العنب في سورية خلال سنواتها بمعدل 6 % سنوياً ، ورأت أن مرد ذلك إلى استبدال زراعته في المناطق الجبلية بمحصول التفاح ذي العائد الأفضل والقابل للتخزين لفترة زمنية أطول ، وإمكانية تصديره بشكل أفضل (هيئة تخطيط الدولة ، 2006) .

بلغت مساحة الكروم في سورية 51.7 ألف هكتار عام 2011 ، وهي مساحة قليلة إذا ما قيست بالمساحة لعام 1998 والتي وصلت إلى 114.5 ألف هكتار وكان مرد التناقص الكبير في هذه المساحة إلى جملة من الأسباب من بينها الجفاف الذي ساد المنطقة في السنوات الأخيرة ، والتي أخرجت بعض المناطق المنتجة للعنب من دائرة الإنتاج ، إضافة إلى تحول بعض مزارع الكروم البعلية إلى محاصيل أخرى أعلى ربحية كالتفاح في محافظة السويداء

منطقة الدراسة ، ناهيك عن الآفات الكثيرة التي تصيب كروم العنب ، والتي جعلت بعض المزارعين يتحولون عن زراعته ، وكان تناقص المساحات المزروعة مستمراً ، وبوتيرة شبه ثابتة حتى عام 2002 ، حيث أخذت هذه المساحات بالاستقرار حتى نهاية السلسلة الزمنية في عام 2011 .

الجدول رقم (6) تغير مساحات الكروم في سورية للفترة (1999-2011) الوحدة ألف هكتار .

السنوات	المساحة
1999	70.1
2000	70.2
2001	69.5
2002	55.3
2003	50.4
2004	50.5
2005	52.2
2006	54.3
2007	57.5
2008	55.6
2009	53.4
2010	52.1
2011	51.7

مصدر البيانات: المجموعة الإحصائية المكتب المركزي للإحصاء.

وقد بلغ متوسط المساحة المزروعة بالكروم في سنوات السلسلة 1999-2011 ما يعادل 58.09 ألف هكتار ، ولكن قيمة الانحراف المعياري لها كانت مرتفعة ووصلت إلى 7.95 ألف هكتار ، أي ما يعادل 14 % سنوياً ويفسر هذا بأن اتخاذ القرار بتبني هذه الزراعة أو التحول عنها يكون سهلاً، وغير مكلف كثيراً في حالة الزراعة البعلية ، في حين أنه يكون باهظ التكلفة في حالة الزراعة المروية ، ومن ثم تتغير المساحات البعلية بشدة أكبر من تغير المساحات المروية .

لدراسة العلاقة بين مساحات الكروم في سورية والزمن فقد كان الشكل الأمثل للتعبير عن هذه العلاقة هو التابع الصحيح من الدرجة الأولى ، إذ كانت قيمة $R^2 = 0.65$ ومن خلاله حصلنا على المعادلة الآتية :

$$Y = - 52.28 X + 9162.53$$

$$t : (2.5)**$$

حيث: Y: المساحة، X: الزمن
 $F = (265)**$ من قيمة F ثبتت معنوية المعادلة على مستوى 5% ، 1% .
ومن خلال معامل الارتباط $R = -0.81$ تبين أن المساحة المزروعة بالعنب في سورية تتناقص بمرور الزمن .

2-2-3- تطور إنتاج الكروم في سورية : The evolution of the production of chromium in Syria
الكروم المزروعة ، وظروف الجفاف التي مرت بها المنطقة على إنتاج العنب ، نظراً لأن الإنتاجية لم تتطور بما فيه الكفاية ، ففي حين أنتجت سورية 590 ألف طن عنباً عام 1998 ، فإن هذا الإنتاج تراجع إلى 250.9 ألف طن عام 2011 ، أي إلى أقل من 50 % من إنتاج 1998 وبالنسبة للفترة 1999-2011 وبتأخذ سنة 1999 سنة أساس فقد كان إنتاج العنب شبه مستقر في السنوات الثلاث الأولى من السلسلة الزمنية ، في حين سار منخفضاً بشدة حتى وصل إلى 72.6 % فقط مما كان عليه في سنة الأساس عام 1999.

الجدول رقم (7) تغير إنتاج العنب في سورية للفترة (1999-2011) (الوحدة ألف طن)

السنوات	الإنتاج
1999	390
2000	410
2001	390
2002	370
2003	320
2004	250
2005	300
2006	340
2007	290
2008	280
2009	260
2010	230
2011	210

مصدر البيانات: المجموعة الإحصائية المكتب المركزي للإحصاء.

وبدراسة العلاقة بين إنتاج الكروم في سورية والزمن فقد كان الشكل الأمثل للتعبير عن هذه العلاقة هو التابع الصحيح من الدرجة الأولى ، إذ كانت قيمة $R^2 = 0.72$ ومن خلاله حصلنا على المعادلة الآتية :

$$Y = - 63.48X + 9345.87$$

$$t : (4.3)**$$

حيث: Y: الإنتاج، X: الزمن
**** (324) F** من قيمة F ثبتت معنوية المعادلة على مستوى 5% و 1% .
 ومن خلال معامل الارتباط $R = -0.85$ تبين أن إنتاج الكروم في سورية يتناقص بمرور الزمن وهذا انعكس من خلال تراجع مساحات الكروم المزروعة.

3-2-3 تطور إنتاجية الكروم في سورية : The development of productive vine yards in Syria

تبدو البيانات الصادرة عن المكتب المركزي للإحصاء، والبيانات الصادرة عن منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAO عن قيم إنتاجية مزارع العنب في سورية متضاربة تضارباً كبيراً . وكشفت الدراسة أن أرقام المجموعة الإحصائية للمكتب المركزي للإحصاء كانت محسوبة على أساس نسبة الإنتاج إلى المساحة المزروعة ، وليس إلى المساحة المحصودة كما في إحصاءات منظمة الأغذية والزراعة ، ومن ثم فالأرقام الصادرة عن المنظمة أولى بالاعتماد .
 وإن إنتاجية الكروم في سورية منخفضة مقارنة بالمتوسط العالمي، وهذا عائد إلى أن أغلب مساحات كرومها هي مساحات بعلية، ومن الطبيعي أن تكون إنتاجيتها منخفضة، ومتقلبة بين عام وآخر.
 إلا أن هذه الإنتاجية ترتفع بمعدل مقبول، طالما أن نسبتها إلى الإنتاجية العالمية تزداد بالاتجاه إيجابياً في السلسلة الزمنية كما في الجدول رقم (8).

الجدول رقم (8) النسبة المئوية لإنتاجية كروم سورية مقارنة بالمتوسط العالمي له للفترة (1999-2011).

السنوات	الإنتاجية %
1999	62
2000	65
2001	77
2002	80
2003	82
2004	84

62	2005
110	2006
90	2007
90	2008
92	2009
94	2010
95	2011

مصدر البيانات: FAOSTAT

ويظهر الجدول (8) أن إمكانية تطوير الإنتاجية في سورية قائمة ، لكن ظروف الزراعة البعلية هي ما يجعل هذه الإنتاجية تتباين بشكل ظاهر من عام لآخر .

وبدراسة العلاقة بين إنتاجية الكروم في سورية والزمن تبين أن هذه العلاقة هي علاقة متذبذبة لكنها تسير بمنحى خطي بشكل عام، إذ كانت قيمة $R^2 = 0.70$ وكانت المعادلة على الشكل التالي :

$$Y = 65.23 X + 5075.87$$

$$t : (3.2)**$$

حيث: Y: الإنتاجية، X: الزمن
 $F = (312)**$ من قيمة F ثبتت معنوية المعادلة على مستوى 5% و 1% .
ومن خلال معامل الارتباط $R = 0.84$ تبين أن إنتاجية الكروم في سورية تزداد بمرور الزمن ، مما يعني تقدم عمليات الخدمة ، والمعاملات المقدمة لمزارع العنب بمرور الزمن.

3-3- تطور زراعة الكروم وإنتاج العنب في السويداء : The development of viticulture and Grape production in Al swieda

تعد السويداء من المحافظات المنتجة للعنب بكميات كبيرة ، وتعج الآثار الموجودة في مناطق كثيرة منها شهباء ، وقنوات وغيرها بعناقيد العنب ، وأوراق العنب إلا أنها تنتج أعناباً تصنيعية وثنائية الغرض من كروم بعلية في حين أن مساحات كرومها المروية محدودة جداً إلى جانب الحداثة النسبية لزراعتها ، نظراً لندرة مياه الري وطبيعة الأرض الجبلية التي لا تتفق كثيراً مع زراعة الكروم المروية .

ومن أهم الأصناف المحلية المنتشرة في الزراعة نجد: الزيني الذي يتميز بالعناقيد كبيرة الحجم متوسطة الكثافة ، حبة العنب متطاولة قشرتها بيضاء شمعية رقيقة ، ويعد من أصناف المائدة .

البلدي الذي يتميز بالعناقيد كبيرة الحجم ، حبة العنب كبيرة الحجم اسطوانية الشكل تقريباً قشرتها سميكة لاصقة باللب ، ويعد من أفخر أصناف المائدة .

الحلواني العناقيد كبيرة الحجم جداً مكتظة بالثمار ، حبة العنب كروية الشكل ، كبيرة الحجم ، قشرتها رقيقة لاصقة باللب ، ويعد من أصناف المائدة .

الدربلي الأبيض العناقيد متوسطة الحجم غير كثيفة الثمار ، حبة العنب بيضوية الشكل بيضاء اللون ضاربة إلى الصفرة عند النضج ، قشرتها سميكة نسبياً ، اللب نصف متماسك عصيري يصلح لصناعة الزبيب .

السلطي العناقيد كبيرة الحجم ، مكتظة بالثمار ، حبة العنب متطاولة قشرتها بيضاء شمعية رقيقة ، ويعد من الأصناف ثنائية الغرض . بالإضافة إلى الأسود الرومي والشموطي وغيرها .

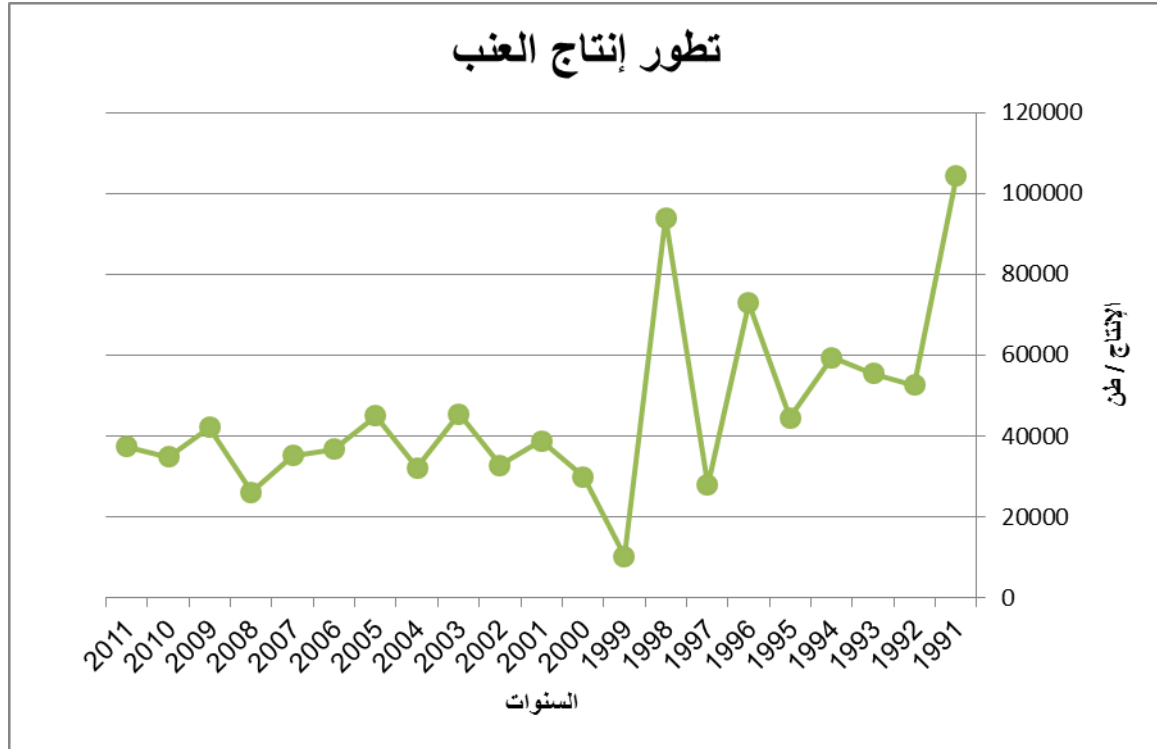
ويمكن تقسيم هذه الأصناف إلى مجموعتين بحسب استخدامهما :
المجموعة الأولى : **أصناف عنب المائدة** : وتضم الزيني والبلدي والحلواني .
المجموعة الثانية : **أصناف عنب العصير** : وتضم الدربلي الأبيض والسلطي والأسود الرومي والشموطي .

والجدول رقم (9) والشكل رقم (1) يوضحان تطور زراعة العنب في السويداء من عام 1991 حتى عام 2011 م .

جدول رقم (9) تطور زراعة العنب في محافظة السويداء خلال الفترة (1991- 2011)

معدل الشجرة : كغ		الإننتاج: طن				المساحة :هكتار					العدد: بالآلف	
إجمالي الإنتاج	بعل					سقي					السنة	
	معدل الشجرة	الإنتاج	المثمر منها	عدد الأشجار	المساحة	معدل الشجرة	الإنتاج	المثمر منها	عدد الأشجار	المساحة		
104266	15,5	104266	6734,5	9286.4	15477	0	0	0	11,9	20	1991	
52504	7.7	52494	6804.6	9414.1	15690	11.1	10	0.9	11.9	20	1992	
55333	13.8	55287	3993	5261	11087	19.2	46	2.4	5.4	9	1993	
59314	14.5	59268	4093.1	5246	11071	0	46	2.4	5.4	9	1994	
44500	10.9	44469	4092.4	5337.2	11208.1	11.9	31	2.6	5.4	9	1995	
72910	18.6	72703	4132	5355.9	11255	28.7	207	7.2	15.4	28	1996	
27795	6.6	27445	4173.7	5435.7	11410	43.8	350	8	15.4	28	1997	
93907	20	93725	4682	5812.7	11955	22.8	182	8	14.7	27	1998	
10293	2.4	10269	4244.4	5452.2	11421	2.8	24	8.5	14.7	27	1999	
29839	7.3	29675	4091	5452.5	11423	18.2	164	9	14.8	27	2000	
38755	9.6	38608	4042	5263	11156	20.4	147	7.2	11.1	24	2001	
32784	8.5	32622	3829.8	4773.6	10414	16.9	162	9.6	15.3	33	2002	
45351	11.3	45047	3985.2	4782.6	10380	33.4	304	9.1	13.1	28	2003	
32101	8	31920	3975.7	4708.7	10166	18.7	181	9.7	25.8	56	2004	
45001	11.1	44230	3988.5	4805.6	10355	74.1	771	10.4	25.7	56	2005	
36711	9.1	36367	3991.3	4883.9	10470	28.4	344	12.1	31	65	2006	
35079	8.7	34681	3982	4848	10425	21.6	398	18.4	41.4	93	2007	
26101.7	6.5	25860.678	3999.5	4839.7	10362	11.9	241	20.3	52	135	2008	
42056	10.6	41239	3903.2	4780.5	10257	37.1	817	22	76	177	2009	
34775	8.5	33953	4010.2	4701.6	10047	19.3	822	42.6	93.3	207	2010	
37297	8.9	36076	4040.5	4598.1	9603	21.8	1221	55.9	124.5	250	2011	

المصدر : مديرية زراعة السويداء .



الشكل رقم (1) : تطور إنتاج العنب من عام 1991 حتى عام 2011 م .
المصدر : مديرية زراعة السويدياء .

يتبين من الجدول أن مجموع مساحة السقي لعام 2011 في محافظة السويدياء بلغت 250 هكتار وبلغ الإنتاج منها 1221 طن حيث كانت أكبر مساحة سقي في منطقة الاستقرار الثانية في السويدياء بلغت 78 هكتار وبلغ إنتاجها 923 طن .
في حين بلغت مجموع مساحة البعل 9603 هكتار وبلغ الإنتاج منها 36076 طن حيث كانت أكبر مساحة بعل في منطقة الاستقرار الأولى في السويدياء وصلت إلى 3489 هكتار وبلغ الإنتاج منها 14001 طن .

كما يتبين من الجدول أن مساحة محصول العنب المروي تزداد بمرور الزمن حيث كانت 20 هكتار عام 1991 في حين وصلت إلى 250 هكتار عام 2011 إلا أن هناك تذبذب في الإنتاج والإنتاجية من عام لآخر بين زيادة ونقصان وذلك نتيجة التأثير بالظروف الجوية السائدة .

أما مساحة محصول العنب البعل فإنها تتناقص بمرور الزمن حيث كانت 15477 هكتار في عام 1991 في حين تراجعت إلى 9603 هكتار عام 2011 وهذا ترافق مع تناقص في الإنتاج من 104266 طن عام 1991 إلى 36076 طن عام 2011 والإنتاجية من 775 كغ / دونم عام 1991 إلى 445 كغ / دونم عام 2011 .

كما يبين الجدول رقم (10) تطور مساحة وإنتاج وعدد أشجار العنب لإجمالي القطاعات لعام 2011 بحسب المناطق الإدارية .

جدول رقم(10) تطور مساحة وإنتاج وعدد أشجار العنب لإجمالي القطاعات لعام 2011 م. المساحة / هكتار ، الإنتاج / طن

إجمالي الإنتاج	البعل				السقي				منطقة الاستقرار	المنطقة الإدارية	المحافظة
	الإنتاج	المثمر منها	عدد الأشجار	مساحة	الإنتاج	المثمر منها	عدد الأشجار	مساحة			
14142	14001	1465689	1595589	3489	141	9125	9364	16	1	السويداء	السويداء
10211	9288	1354100	1548816	3010	923	32199	36634	78	2		
5214	5155	468684	512108	962	59	2949	11984	26	2	شهباء	
30	26	5408	6734	34	4	225	29727	37	3		
7695	7603	746294	934154	2142	92	11131	30550	74	2	صلخد	
5	3	422	752	4	2	300	6290	19	3		
14142	14001	1465689	1595589	3489	141	9125	9364	16	مجموع منطقة الاستقرار الأولى		
23120	22046	2569078	2995078	6144	1074	46279	79168	178	مجموع منطقة الاستقرار الثانية		
35	29	5830	7486	37	6	525	36017	56	مجموع منطقة الاستقرار الثالثة		
37297	36076	4040597	4598153	9603	1221	55929	124549	250	مجموع محافظة السويداء		

المصدر : مديرية زراعة السويداء .

يتبين من الجدول أن مجموع مساحة السقي في منطقة السويداء لعام 2011 بلغت 94 هكتار والإنتاج 1064 طن ، في حين بلغ مجموع مساحة البعل في منطقة السويداء لنفس العام 6499 هكتار ، والإنتاج 23289 طن .

أما في منطقة شهباء فقد بلغ مجموع مساحة السقي لعام 2011 بلغ 63 هكتار والإنتاج 63 طن ، وبلغ مجموع مساحة البعل لنفس العام 962 هكتار والإنتاج 5181 طن .

وفي منطقة صلخد بلغ مجموع مساحة السقي لعام 2011 بلغ 93 هكتار والإنتاج 94 طن ، وبلغ مجموع مساحة البعل لنفس العام 2142 هكتار والإنتاج 7606 طن .

وبالتالي نجد أن أكبر مساحة سقي وأكبر إنتاج كان في منطقة السويداء لعام 2011 م يليها منطقة صلخد وأخيراً منطقة شهباء ، أما مساحة البعل فكانت أكبر مساحة وأكبر إنتاج في منطقة السويداء أيضاً لعام 2011م ، يليها منطقة صلخد وأخيراً منطقة شهباء.

4-3- تكاليف إنتاج محصول العنب المروي : Irrigated Grape crop

production costs لدراسة تكاليف كروم العنب لابد من تحديد مفردات هذه التكاليف ، وتصنيفها استناداً إلى البرامج العلمية لتصنيف هذه التكاليف ، وتحديد التكاليف الثابتة والمتغيرة ، الإنتاجية منها وغير الإنتاجية ، وتحديد بنود التكاليف التي تبدو أكثر أهمية في الإنتاج ليصار إلى العمل على تدنيها، سواء بالبحث عن العمليات البديلة التي تقلل من قيمتها ، أو تغيير أسلوبها وطريقتها ، أو كميتها ومقدارها .

تحتاج كروم العنب إلى فترة طويلة حتى تصبح منتجة ، وتحتاج من سبع حتى اثنتي عشر سنة حتى تصبح مربحة ، لذلك تعد مزارع العنب استثماراً طويلاً الأجل (dill,2006) ، ووصل (Bordelon,2001) إلى أنها تحتاج في فرنسا من 7-10 سنوات حتى تسترد رأس المال المستثمر في إنشائها . وهذا يعني أن الدخول في عملية الإنتاج أو الخروج منها هو قرار تحكمه السوق ، ويجب أن ينظر إلى قرار الاستثمار في مزارع عنب المائدة على أنه قرار استراتيجي طويل المدى (Seo,et al, 2004) .

دراسة التكاليف الثابتة لكروم العنب المروي Fixed costs for irrigated

Grape yards، جرى تقسيم هذه التكاليف إلى بنود فرعية استناداً إلى بنود تكاليف وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي وإلى مجموعة من برامج تكاليف كروم العنب التي صممتها واعتمدتها مجموعة واسعة من الباحثين في عدة مراكز أبحاث وجامعات عالمية ، وكانت هذه البنود كما يلي :

1- تكلفة استصلاح أرض المزرعة قبل الزراعة : The cost of reclaiming

the land of the farm before planting عدت وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي في برنامجي تكاليف العنب العصيري تكاليف الاستصلاح تكاليف ثابتة ، تحمل على 30 سنة من عمر المشروع ، ولا يوجد برنامج تكاليف لعنب المائدة لدى وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي ، لكن ما دامت المزارع التي بلغت أعمارها 40 سنة لم تخرج بعد من دائرة الإنتاج ، فيحمل البحث هذه التكاليف على 40 سنة ، وليس على 30 سنة كما فيهما .

2- تكاليف الإنشاء والتسوير : Costs of construction and fencing

التربية العرائشية هي أعلى طرائق تربية الكروم تكلفة ، ومن ثم فمن الطبيعي أن تكون تكاليف الإنشاء مرتفعة مقارنة بباقي بنود التكاليف ، وهذا يقلل من أهمية ما ذهب إليه المنتجون ، إذ رأى 64.2% منهم أن التكاليف الإنشائية المرتفعة تشكل معوقاً من معوقات التوسع بهذه الزراعة ، إذ أن التكاليف الإنشائية المرتفعة هي من صفات التربية العرائشية ، ومنه فتذليلها أمر يتوقف على تغيير طريقة التربية ، وتنجم التكاليف الإنشائية المرتفعة لهذه الطريقة من التربية عن كونها تحتاج إلى

إنشاء أعمدة بيتونية ثابتة مسلحة ، وأعمدة أخرى يتم تثبيتها بجوار الغراس ، وقد يستعاض عن الأخيرة بأنابيب معدنية ، إضافة إلى الحاجة للأسلاك المعدنية لصنع العريشة، وتصميم مخططات هندسية ، وغيرها .

3- تكاليف الغراس : Costs planter تتباين تكاليف الغراس تبعاً لمصدر الغراس ونوعها فالمستوردة المطعمة على أصول مقاومة أعلى من نظيرتها المحلية الموجودة لدى القطاع الخاص ، وهذه أعلى من تلك التي توفرها مشاتل وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي . أما الغراس غير المطعمة على أصول مقاومة فهي الأرخص. في حين أن أعلى فئة من الغراس كانت هي الترقيدات ، لكن قلة من المزارعين فقط توجهوا إليها . وفي جميع الحالات السابقة كانت تكلفة الغراس تكلفة مركبة من ثلاثة بنود فرعية، وهي: 1- قيمة الغراس 2- تكلفة زراعة الغراس بالتربة 3- تكلفة الغراس المستخدمة للترميم.

4- تكلفة شبكة الري : The cost of the irrigation network قدرت عدة برامج تكاليف أعمار شبكات الري بثمانى سنوات وتتكون شبكات الري في غالبيتها من مواد بلاستيكية وهذه يمكن أن تباع في نهاية الفترة ، وتقدر قيمتها في نهاية الفترة بنحو 20% من قيمتها في بدايتها ، ويسير خط اهتلاكها تبعاً لنظرية الخط المستقيم .

5- اهتلاك المحرك : Amortization Engine تعد وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي عمر المحركات المستخدمة في ضخ المياه 12.5 سنة ، وأن القيمة المادية لهذه المحركات في نهاية فترة الاستخدام معدومة . ومن ثم فيبلغ قسطها السنوي 8% من قيمتها في بداية الفترة.

6- تكاليف سنوات ما قبل الإثمار : The costs of pre- fruiting years تقدر تكاليف العمليات والمستلزمات لكل سنة من سنوات ما قبل الإثمار بما يعادل 25% من مثيلتها لسنوات الإثمار . كما في برنامج (Brown , 2003) مع حذف التكاليف المتعلقة بالإنتاج . علماً بأن مزارع هذا البرنامج دخلت طور الإثمار في السنة الثالثة من عمرها. وهذا يعني أن إمكانية تقليل فترة ما قبل الإثمار قائمة، إذا أمكن تحسين الأصناف وعمليات الخدمة..... الخ .

ملاحظة : تم حساب التكاليف الثابتة لكروم العنب المروي في السويداء لأن المساحات المروية تأخذ تابع تزايد مستمر بمرور الزمن وهذا تبين من الجدول رقم (9) بالإضافة إلى الحداثة النسبية في إنشائها والتغيرات الكبيرة التي طرأت على هذه التكاليف خلال موسم الدراسة 2011-2012 م .

Variable costs for : التكاليف المتغيرة لكروم العنب المروي في السويداء : irrigated vineyards in Al swieda

1- أجور صيانة وإصلاح المحرك: Wages , maintenance and repair engine تقدر أجور الإصلاح والصيانة بـ 8% من قيمة المحرك سنوياً .

2- تكاليف الوقود: Fuel costs وهي البند الأكثر تكلفة بين جميع بنود التكاليف الثابتة والمتغيرة، ولا توجد بدائل قائمة له .

3- تكاليف الأسمدة: Fertilizer costs متضمنة الأسمدة العضوية والأسمدة المعدنية الأساسية والأسمدة المركزة المعدنية والعضوية .

4- قيمة المبيدات الحشرية والفطرية The value of insecticides and fungicides

5- قيمة مبيدات الأعشاب والبذور The value of herbicides and seeds

6- العمالة الميكانيكية أو الآلية Mechanical labor or buttock

7- النفقات النثرية Incidental expenses

8- قيمة العبوات Value packages

9- تكاليف القطاف والتسويق The costs of harvesting and marketing

10- تكاليف العمالة اليدوية The costs of manual labor

3-5- العمليات التسويقية: marketing operation لا تزال العمليات التسويقية التي تجرى على المنتجات الزراعية عامة ، وعلى العنب بخاصة تقليدية ، وتفتقر إلى الخبرة ، كما تعجز في كثير من الحالات عن إرضاء أنواع المستهلكين ، وتعكس بدائيتها حالة من ضعف الاتصال بين المنتجين والمستهلكين النهائيين .

وكلما كانت العمليات التسويقية أضعف نقصت القيمة المضافة التي يحققها التسويق، والعكس صحيح، إذ يعول في أغلب بلدان العالم على التسويق الفعال للمنتجات الزراعية، لخلق هذه القيمة المضافة ولتوسيع الأسواق القائمة واختراق أسواق جديدة.

هناك بعض العمليات التسويقية التي تسبق القطاف ، وهذه تعد عمليات هامة للغاية وتستوجب لتحقيق نجاحها أن يجري تواصل بين المنتجين والمصدرين . وتؤثر عمليات ما قبل الحصاد في لون الحبات ، وتعمل العمليات غير المدروسة بدقة على خفض قيمة المنتج ، وخفض نسبة السكريات والأحماض العضوية في الثمار (Signes , 2007) .

وقبل الحديث عن أي عمليات تسويقية لعنب المائدة يجب مراعاة تحقق فترة أمان استخدام المبيدات الزراعية واستخدام مبيدات ذات فترة أمان قصيرة في موسم التسويق وعدم انتهاك هذه الفترة.

ويمكن تقسيم العمليات التسويقية إلى مجموعة عمليات تجرى ضمن المزرعة وأخرى تجرى خارج المزرعة.

3-5-1- العمليات التسويقية التي تجرى داخل المزرعة: Marketing operations that take place inside the farm

أ- القطاف : Harvest يجري قطاف عناقيد العنب على عدة مرات بحسب نضج كل فئة من العناقيد ، إذ لا تنضج عناقيد العنب في وقت واحد لا في المزرعة ككل ، ولا على الشجرة الواحدة ، ويراعى عند القطاف اختيار العناقيد المتماثلة من حيث درجة النضج . ويجب أن يتوقف قطاف عناقيد العنب إذا وصلت درجة الحرارة إلى 28 درجة مئوية حتى لا يحصل فقد في الوزن . (World Bank Horticulture and Livestock Program ,2010)

ب- إزالة الحبات التالفة والمعطوبة: Remove damaged berries and malfunctioning

يستخدم العاملون في قطاف عناقيد العنب مقصات صغيرة أثناء القطاف لانتزاع الحبات التالفة والمعطوبة وغير الناضجة والمخالفة للشكل العام لثمار الصنف ، ويعتمد تنفيذ هذه العملية أساساً على خبرة العاملين .

ت- الفرز والتدريج : **Sorting and grading** تستند المواصفات والمقاييس المعتمدة في كثير من البلدان على حجم الحبات لكل صنف من أصناف عنب المائدة ، إضافة إلى مجموعة مؤشرات أخرى لتحديد الدرجة التي تقع تحتها الأعناب المراد إدخالها إلى كل من هذه البلدان ، ويمكن تحديد أقطار هذه الحبات استناداً إلى أحد مقياسين : الفرجار **Calipir** ، وحلقات التحجيم **Sizing Rings** ، والعودة إلى البيانات الخاصة بحجم حبات كل صنف وتحديد الدرجة التي تقع تحتها هذه الأعناب سواء أكانت درجة ممتازة ، أم درجة أولى ، أم درجة ثانية ، وهذا ليس مقياساً وحيداً طبعاً ، بل يجب أن تكون جميع شروط الاختبارات الأخرى محققة .

ث- التعبئة الحقلية : **Packing field** تجري تعبئة العنب في عبوات بلاستيكية مستعملة غالباً وذات سعة كبيرة جداً 25 كغ ، وتدعى هذه الصناديق بالصناديق الحقلية ، وهذا يؤثر سلباً في الأعناب التي سيتم إعادة تعبئتها لغرض التصدير ، كما أنه يتسبب في تراص العناقيد الموجودة في قعر الصناديق وتراجع جودتها ، ومن العوامل التي تحول دون إقلاع المنتجين عن استخدام هذه الصناديق ما يلي :

1- تعد هذه الصناديق شائعة الاستخدام عند البيع لسوق الجملة .
2- يرغب المنتجون بتعبئة الأعناب في صناديق حقلية كون ارتفاعها كبير ، ويسمح بوضع أعناب أقل جودة في قعرها ، لكن هذا أضعف ثقة المستهلكين بالمنتجين وخفض مستوى السعر ، وحال دون السعي الدؤوب من المنتج إلى تحسين جودة إنتاجه .

3- توفر هذه الصناديق ورخص أسعارها ، إذا نسبت هذه الأسعار إلى الكميات التي تتسع لها هذه الصناديق مقارنة بأسعار الصناديق الأصغر حجماً . مما يجعل المنتج يتجه نحوها لتقليل التكاليف التسويقية، خصوصاً في حالات انخفاض الأسعار .

4- اعتاد المصدرون على أن يشتروا العنب بهذه الصناديق ، ويعيدوا تدريجه وتعبئته في مشاغلهم بعبوات تصديرية ، ويعيدوا الصناديق إلى المنتجين ليقوموا بتعبئتها ثانية .

ويشترط عند التعبئة ألا تصل الأعناب إلى قمة الصندوق، بل يترك فراغ بحدود 2.5 سم في أعلى الصندوق ، كي لا تتراص حبات العناقيد بفعل الطبقات العليا من الصناديق أثناء عملية النقل .

(World Bank Horticulture and Livestock Program ,2010)
كما ينبغي أن تبقى الصناديق الجاهزة للنقل موضوعة في الظل إلى أن يحين نقلها إلى غرف التخزين أو إلى السوق .

3-5-2- العمليات التسويقية التي تجري خارج المزرعة: Marketing operation that take place outside the farm

أ- النقل : **Transportation** يجري النقل في أغلب بلدان العالم باستخدام شاحنات مبردة لكن لاتزال هذه الطريقة غائبة عن نقل المنتج الزراعي في سورية ، ويمكن الاستفادة هنا من الأسطول الضخم الذي تمتلكه المؤسسة العامة للخزن والتسويق عبر تعاقد المنتجين معها لنقل منتجهم إلى الأسواق ، وهذا من شأنه أن يحدث أثراً إيجابياً مزدوجاً ، إذ يحسن مستوى العمليات التسويقية ، ويفعل أداء المؤسسة العامة للخزن والتسويق .

ب- التعبئة والتغليف : **Packaging** تمنع كثير من البلدان دخول الأعناب في عبوات غير مغلقة إلى أراضيها أو في عبوات بدون أغطية ، أما في السوق السورية فإن هذه العملية غير مألوفة ، ولا تتفق مع العبوات الموجودة في السوق المحلية ، لذلك فاعتماد هذه العملية أمر يحتاج إلى اعتماد عبوات جديدة تتفق مع هذا الغرض ، وهو أمر يبدو بعيداً ما لم يفرض من خلال المواصفات والمقاييس المطلوبة في السوق المحلية .

ت - المعاملة بغاز ثاني أكسيد الكبريت : **Treatment gas sulfur dioxide** هذه العملية هي إحدى العمليات التسويقية التي تسهم في إطالة عمر التخزين ولا تظهر نتائجها إلا بعد بيع العنب بفترة ولا اعتماد هذه العملية يجب إحداث تواصل بين المنتجين والحلقات التسويقية والمصدرين بشكل أساسي عبر تنظيماهم ، وتوعية المنتجين إلى أهمية هذه العملية وأخذها بالحسبان عند تداول العنب بين الوسطاء في الأسواق .

ث- وضع العلامات التجارية : **Branding** تعد هذه العملية أساسية إذ أنها تفعل عمل الرقابة على المنتجات الزراعية ، وتمكن من معرفة المنتج وتخلق مجالاً واسعاً للمنافسة بين المنتجين عبر الانطباع الذي يتولد لدى الوسطاء بشأن جودة الإنتاج المترافق مع وضع العلامات على المنتج .
وأياً كان فإن هذه العملية تتفق غالباً مع حالة المزارع الكبيرة والإنتاج الوفير والجيد ، وتفرض فرضاً من خلال المواصفات والمقاييس الضرورية لدخول الأسواق في كثير من البلدان . ويرى البحث أن تفرض هذه العملية من خلال المواصفات والمقاييس السورية لتنظيم دخول المنتجات الزراعية إلى الأسواق بعامة ، وليس لحالة العنب وحده .

(World Bank Horticulture and Livestock Program , 2010)

ج- التبريد : Cooling إن التبريد الأولي من أهم العمليات التسويقية التي يجب أن يتم إجراؤها قبل نقل العنب إلى الأسواق ، لأنها تكبح تنفس الثمار وتساعد على التقليل من نتح الماء منها ، فتحافظ عليها نظرة لوقت أطول ، ويحتاج تنفيذها إلى غرف تبريد حقلية ، ولا يقصد من التبريد الأولي الإعداد للتخزين ، لكنه عملية تسهم في خفض تنفس الثمار فتؤخر ذبولها .

(World Bank Horticulture and Livestock Program , 2010)

3-6- الوظائف والخدمات التسويقية لمحصول العنب :

Functions and marketing services to the Grape crop

تجري على محصول العنب العديد من الخدمات والوظائف التسويقية، تبدأ من عمليات الجني وتنتهي عند وصولها للمستهلك النهائي، وتقسم تبعاً لذلك إلى ثلاث مجموعات وهي : **وظيفة التبادل** التي تشمل عمليتي الشراء والبيع ، **والوظائف الفيزيائية** التي تشمل عمليات الجني والفرز والنقل والتخزين والتعبئة والتصنيع ، **والوظائف التسهيلية** التي تشمل التمويل وتحمل المخاطر والمعلومات التسويقية .

3-6-1- وظيفة التبادل: Job exchange يوصف الوضع الحالي المتعلق بوظيفة التبادل بشقيها البيع والشراء بأنه يقوم على بيع ما يتم إنتاجه دون معرفة لرغبات المستهلكين، حيث أن تجارة محصول الكرمة بين البائع (المزارع) والمشتري (التاجر) يتم معظمها تحت مبادرة الطرف الأخير.

3-6-1-1- الشراء والتجميع : Procurement and assembly نظراً لانتشار معظم المنتجين لمحصول العنب في السويداء في منطقة الدراسة ، وإدارتهم في معظم الحالات لحيازات صغيرة ، فإن هناك حاجة لتجميع هذا الإنتاج ليتم نقله إلى مراكز البيع بالجملة أو مراكز الفرز والتوضيب للتصدير ، أو الشركة العربية السورية لتصنيع العنب في السويداء التي تقوم باستقبال المحصول من المزارعين بعد إعطاءهم تكاليف توريد لهذا المحصول إلى الشركة بالإضافة لتجميع المحصول من مراكز خاصة تتبع للاتحاد العام للفلاحين متمثلاً بالجمعيات الفلاحية المنتشرة في مختلف القرى ، وخلال مراحل المسلك التسويقي يتم تجميع مختلف أنواع المحصول في كميات أكبر عند مستوى تجار الجملة في أسواق الهال أو في مراكز الجملة التي تتبع الشركة العامة للخضار والفواكه ، ثم يعاد بعد ذلك تجزئة تلك المنتجات مرة أخرى ليتم توزيعها على مختلف أسواق التجزئة وصلالات البيع .

3-6-1-2- البيع : Sales يباع معظم محصول العنب إلى الشركة العربية السورية لتصنيع العنب ، بالإضافة إلى أسواق نصف الجملة المنتشرة في المحافظة التي تعمل تحت إشراف مديرية التجارة الداخلية وحماية المستهلك ، ويوجد في هذه الأسواق الوسطاء الذين يسهلون عملية التداول مقابل عمولة تصل إلى 5 % وسطياً من قيمة المبيعات ، غير أن هذه الأسواق تفتقر غالباً إلى قاعدة بيانات كافية ومنظمة تبين

حركة التبادل فيها ،وبذلك تفقد إحدى مهماتها الرئيسية ، وهي تجميع ونشر المعلومات التسويقية الضرورية لزيادة كفاءة التسويق .
كما يباع جزء من المحصول في أسواق الهال المنتشرة في باقي المحافظات ، أما تجار التجزئة (باعة المفرق) فيمتلك معظمهم محلات تجارية في مناطق الاستهلاك المختلفة ، بينما يقوم بعضهم ببيع المنتجات على عربات متنقلة ، أو بجانب الطرقات .

3-6-2- الوظائف الفيزيائية : Physical jobs وتشمل كافة العمليات التجهيزية التي تتم على محصول العنب من أجل تحسين مواصفاتها التسويقية وإيصالها إلى المستهلك بصورتها النهائية ، فهي تتضمن عمليات الجني والفرز والتعبئة والتخزين والنقل والتصنيع .

3-6-2-1- الجني : Pixie لا يوجد هناك فرق أساسي في طريقة قطاف العنب سواء في القرى المختلفة من محافظة السويداء أو بالنسبة لحجم المزارع ، حيث يتم القطاف يدوياً باستخدام عمالة مستأجرة أو عائلية .
وتلعب طريقة القطاف دوراً أساسياً في الحفاظ على جودة الثمار وحمايتها من التلف وتأمين سلامة الأشجار من خلال منع تكسر الأغصان ، وبالتالي فهي تؤثر أيضاً وبشكل مباشر على إنتاجية الشجرة في السنة التالية .

كما تتوقف طريقة القطاف أحياناً على عملية التسويق ، فعندما يكون التسويق لصالح التصدير أو التخزين يتم الحرص على استخدام القطاف الفني ، الذي يتم من خلاله استخدام المقصات لتجنب الإساءة إلى الأغصان الغضة وتخفيض نسبة الثمار التالفة المتساقطة على الأرض ، أما عندما يكون التسويق مباشرة للشركة العربية السورية لتصنيع العنب أو لأسواق الهال المحلية فغالباً ما يتم القطاف بالطريقة التقليدية (القطاف باليد) .

3-6-2-2- الفرز : Sorting يقوم المزارعون عادة بفرز المحصول بحسب النوعية والخلو من الإصابات الحشرية والفطرية في حال التسويق إلى أسواق نصف الجملة وأسواق الهال ، أما في حال التسويق إلى الشركة العربية السورية لتصنيع العنب فلا يخضع المحصول لأي عمليات فرز .

3-6-2-3- التعبئة : Packing يرتبط حجم ونوعية العبوة غالباً بجودة الثمار ونوعها، فكلما كانت نوعية الثمار جيدة كلما صغر حجم العبوة، كي تكون هذه الثمار مرئية للمستهلك، والعكس صحيح. وعموماً تختلف أحجام العبوات بين مزارع وآخر، حيث لجأ بعض المزارعين المتميزين إلى استخدام عبوات صغيرة ، بينما قام مزارعين آخرين باستخدام العبوات الكبيرة. وغالباً ما يؤدي صغر حجم العبوة إلى زيادة تكلفة تعبئة الكيلو غرام الواحد من الثمار .

وتعد العبوات البلاستيكية الأفضل لمحصول العنب ، كونها تسمح بسهولة النقل بسبب إمكانية توضيبيها فوق بعضها البعض في وسائل النقل . وتتوقف نوعية

العبوات أيضاً على ظروف الأسعار في السوق ، ووجهات التصريف المتوقعة حيث يزداد اهتمام المزارعين بنوعية العبوات عندما تكون أسعار السوق جيدة والعكس صحيح ، كما تتوقف نوعية العبوات أحياناً على طلبات السوق التي يحددها الوسيط . ومن ناحية أخرى يؤثر حجم الإنتاج المسوق أيضاً في نوعية العبوات ، حيث يستخدم صغار المزارعين عبوات أصغر حجماً مقارنة بالمزارعين الكبار ، الذين يفضلون استخدام العبوات الكبيرة نسبياً من أجل تخفيض تكاليف التعبئة ما أمكن ، ولكن دون أن يتعارض ذلك مع متطلبات الأصناف المسوقة . وعموماً يمكن تصنيف العبوات المستخدمة في تعبئة محصول العنب تبعاً للحجم كما يلي :

- 1- عبوات حقلية (بلاستيكية) : تستخدم لتعبئة الثمار ونقلها من المزرعة إلى مكان الفرز والتوضيب أو إلى الأسواق ، حيث تصل سعتها إلى (25) كغ وسطياً وهي غالباً لا تباع إنما يمكن استخدامها لعدة سنوات أخرى ، وهي العبوات المستخدمة في التعبئة داخل المزرعة كما ذكر سابقاً .
- 2- عبوات نصف حقلية (بلاستيكية) : تناسب معظم الأصناف ، سعتها الوسطية 14 كغ / العبوة .
- 3- عبوات بلاستيكية متوسطة الحجم : وهي الأكثر استخداماً في السوق المحلية ، سعتها الوسطية 8 كغ / العبوة .
- 4- عبوات بلاستيكية صغيرة الحجم : وهي قليلة الاستخدام ، حيث يقتصر استخدامها غالباً حسب الطلب عليها ، سعتها الوسطية 5 كغ / العبوة .
- 5- عبوات الفلين (المصنوعة من البوليسترين) : تستخدم غالباً للثمار الأقل جودة أو حسب طلب السوق ، سعتها الوسطية 16 كغ / العبوة .
- 6- عبوات الكرتون : وهي نادرة الاستخدام بين المزارعين ، إذ يقتصر استخدامها على شركات التصدير والتخزين ، حيث يوضع عليها معلومات تعريفية تتعلق باسم المنتج وبلد المنشأ وغيرها ، ويبلغ متوسط سعتها 8 كغ / العبوة .

3-2-4- التخزين : Storage يلعب التخزين دوراً اقتصادياً هاماً سواءً على مستوى الاقتصاد القومي من أجل تحقيق الأمن الغذائي بالنسبة للسلع الزراعية والغذائية أو على مستوى الوحدات الاقتصادية الفردية لمواجهة الاختناقات التسويقية الناتجة عن زيادة العرض على الطلب .

ويقتصر استخدام التخزين البارد بشكل رئيسي على التجار والمصدرين الذين يسعون إلى تصريف المنتج في السوق الخارجية. وعموماً تتطلب عملية التخزين في بداية الأمر فرز الثمار في مراكز الفرز المتخصصة ، ومن ثم تخضع إلى عملية الغسل والتعقيم والتشميع والتجفيف البخار من أجل التخلص من الرطوبة الزائدة وتأمين الرطوبة المناسبة ومن ثم التغليف بأكياس مصنوعة من البولي إيثيلين . وغالباً ما يتم تخزين الدرجات الأولى وأحياناً الثانية تبعاً للنوع ، بينما يتم استبعاد الدرجات الأخرى ، وإعادة بيعها في السوق .

كما تتطلب عملية التخزين أيضاً الاعتماد مسبقاً على القطاف الفني للثمار في مرحلة النضج الفيزيولوجي (أي قبل مرحلة النضج الظاهري) ، حيث تتناقص فترة التخزين بالنسبة للثمار غير المشمعة مقارنة بالثمار المشمعة .

3-2-6-5- النقل : Transportation ينقل معظم المزارعين منتجاتهم بشكل فردي لأسواق نصف الجملة مباشرة بعد الجني وبشكل متكرر ، وذلك باستخدام شاحنات صغيرة مكشوفة ذات حمولة وسطية (3-5) طن . وفي بعض الحالات - وعندما تكون الكميات المسوقة صغيرة - يقوم الشاحن بتجميع الإنتاج من عدة مزارعين ، واحتساب التكلفة على العبوة الواحدة .

وفي كثير من الأحيان تتعرض عناقيد العنب لأشعة الشمس ولعوامل جوية أخرى أثناء النقل بالشاحنات المكشوفة ، مما يؤدي إلى نقص الرطوبة وزيادة نسبة الفاقد وتدهور النوعية .

ويتم نقل المحصول إلى الشركة العربية السورية لتصنيع العنب في معظم الحالات من خلال جرارات زراعية تجر عربات مكشوفة مقطورة خلفها تصل سعتها وسطياً حتى 7 طن.

أما بالنسبة لعملية النقل للغايات التصديرية ، فهي تعاني أيضاً من الكثير من العقبات، تتمثل أغلبها في محدودية أسطول النقل المبرد المناسب مع شروط التصدير الدولي ، حيث تمنع الحكومة السورية الشاحنات الأجنبية الفارغة من الدخول إلى أراضيها .

3-2-6-6- التصنيع : Manufacturing يتم تصنيع جزء من محصول العنب في محافظة السويداء على شكل مشروبات كحولية في الشركة العربية السورية لتصنيع العنب ، كما يصنع الجزء الآخر على شكل دبس العنب الذي يقتصر إنتاجه على المعاصر الخاصة المنتشرة في قرى الدراسة ، بالإضافة لصناعة الزبيب والخل على نطاق منزلي لتأمين حاجة الأسر الريفية التي تستهلك هذه المنتجات .

3-6-3- الوظائف التسهيلية : Enabling jobs ويقصد بها مجموعة الوظائف التي تساعد بشكل غير مباشر في زيادة فعالية العملية التسويقية من خلال تأمين الترابط والتواصل بين مختلف الأطراف التسويقية ، وتسهيل أداء العمليات التسويقية، وتشمل هذه الوظائف عمليات التمويل والمعلومات التسويقية وتحمل المخاطر .

3-6-3-1- التمويل : Funding يقصد بهذه العملية تأمين الأموال اللازمة لعمليات الإنتاج والتسويق بكافة مراحلها . فعلى صعيد الإنتاج قد يستفيد المزارعون من الحصول على قروض من المصرف الزراعي التعاوني، كما تقوم الدولة بتقديم الخدمات الإرشادية ونتائج البحوث والتقنيات الحديثة إلى المزارعين مجاناً من خلال الوحدات الإرشادية المنتشرة في كافة أرجاء المحافظة.

أما على صعيد التسويق فلا توجد مؤسسات تمويل تساهم في تمويل العملية التسويقية، وتتم هذه العملية بالاعتماد على التجار أو الوسطاء لمعرفة الأسعار مقابل حصولهم على عمولة محددة.

3-3-6-2- المعلومات التسويقية : Marketing information إن الحصول على المعلومات التسويقية الدقيقة يعزز من قدرة المنتجين على عرض منتجاتهم بالكميات والنوعيات المطلوبة في السوق وبالتوقيت المناسب ، وبالتالي تحقيق التوازن بين العرض والطلب ومنع إغراق أو كساد الأسواق .

وتبعاً لذلك يسعى المزارع إلى الحصول على المعلومات التسويقية وخاصة تلك المتعلقة بكمية العرض والطلب في السوق، ومستوى الأسعار السائدة، تبعاً لأنواع التي ينوي تسويقها وشروط التعبئة والمواصفات النوعية للمنتجات.

وبناءً على هذه المعلومات المسبقة ، يحاول المزارع ما أمكن موازنة مواعيد القطف والكميات المسوقة بالتناسب مع أسعار السوق ، إضافة إلى محاولة اختيار السوق المناسب من ناحية الأسعار السائدة ونوعية الطلب ، بما ينسجم مع نوعية منتجاته ومقدراته التسويقية .

إلا أن مصادر حصول المزارعين على هذه المعلومات غالباً ما تكون محدودة ، بما يعكس ضعف نظام المعلومات الرسمي ، وهي تتركز بشكل أساسي على الوسطاء الذين غالباً ما يمدون المزارعين بالمعلومات المتعلقة بمستوى الأسعار بشكل رئيسي، إضافة إلى حجم العرض والطلب في السوق ، ومواصفات التعبئة من حيث نوعية الصناديق والأنواع المرغوبة والتي تتوقف على طبيعة المشتريين في السوق .

3-3-6-3- تحمل المخاطر : Take risks لا يخلو العمل الزراعي بشكل عام والتسويقي بشكل خاص من تحمل المخاطر ، غير أنه لا يوجد في سورية أي استعدادات أو إجراءات للتقليل من اثر المخاطرة على المسوقين ، الأمر الذي يؤدي إلى عدم تحفيز التجار والمصدرين على الإقبال على العمليات التسويقية أو تقوية وزيادة مراكزهم التسويقية والتصديرية، فمن أجل تجنب المخاطرة تحول دور معظم التجار المحليين إلى مجرد وسطاء ، وليس تجار جملة أو نصف جملة ، وهذا بدوره قد أدى إلى ضعف النظم التسويقية السائدة في سورية ، في حين أن نظام التسويق الدولي يعمل على حماية المنتج والمسوق من مخاطر تقلب الأسعار .

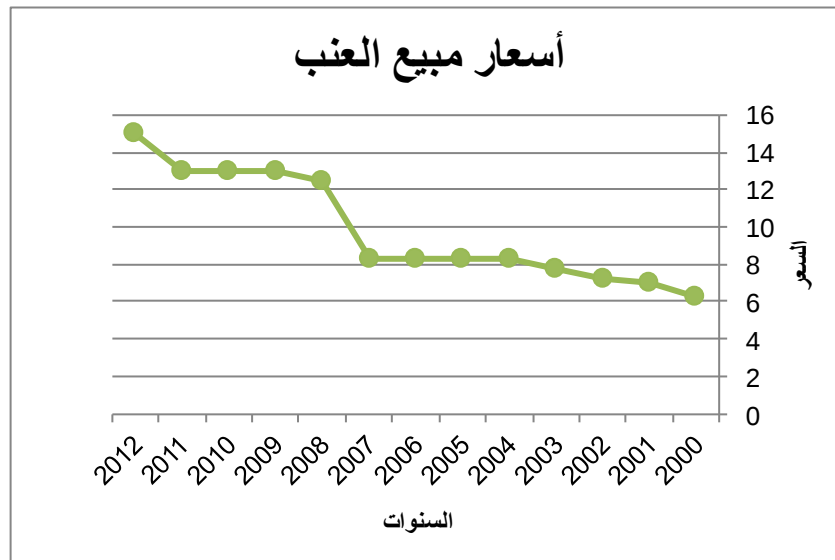
7-3- دراسة تحليلية لأسعار محصول العنب : An analytical study of the Grape crop prices

يعتبر تذبذب الأسعار المشكلة الدائمة والملازمة للنشاط الزراعي ، حيث تتأثر الأسعار بعدة عوامل كالعوامل المناخية والأرض ، كما يمكن للأسعار أن تتغير بتأثير التغيرات العالمية في العرض والطلب على السوق المحلية ، وقد يتزايد تذبذب الأسعار كلما اتسع الوقت الفاصل بين قرار الإنتاج وبين الانتهاء من الإنتاج . حيث لا يمكن ضبط تغيرات وتقلبات السوق الزراعية نتيجة لطول هذه الفترة ، بالإضافة إلى أن قابلية عوامل الإنتاج للانتقال ضعيفة وقد تنشأ بعض المشكلات نتيجة لتغيير مساحة الأرض ، أو عدد الآلات والعمالة ، وتسبب تذبذبات الأسعار تذبذبات أخرى في الدخل ، ولهذا السبب تحاول الحكومات دائماً التحكم بأسعار المنتجات الزراعية . (كورسي ، 2003) .

وتلعب الأسعار الزراعية دوراً رئيساً في تحديد مستوى الإنتاج الزراعي ، وتوجيه الإنتاج بما يضمن تحقيق الأهداف الإنتاجية الموضوعة ، لذلك يؤثر مستوى الأسعار بشكل كبير على الوضع التنافسي للمنتجات الزراعية .

وبدراسة أسعار مبيع العنب خلال الفترة (2000-2012) م نلاحظ التذبذب الواضح في سعر الكيلو غرام الواحد منه مع مرور السنوات ، ما يؤثر في مستويات الإنتاج الزراعي من العنب ويعود ذلك إلى العوامل الجوية ، وقلة كميات المياه اللازمة للمحصول بالإضافة إلى صعوبات التسويق التي تعترض المزارعين وتدفعهم إلى الابتعاد عن محصول العنب وتقليل المساحات المزروعة منه والتوسع بزراعة محصول التفاح على حساب المساحات المزروعة بمحصول العنب.

و الشكل (2) يوضح ذلك:



الشكل (2) : تذبذب أسعار مبيع العنب في الفترة (2000-2012)
المصدر : المركز الوطني للسياسات الزراعية.

3-8- دراسة تحليلية لواقع تسويق محصول العنب : An analytical study of the reality of the Grape crop marketing

يرتبط تسويق المنتجات الزراعية بالعملية الإنتاجية ارتباطاً وثيقاً، لدرجة أن بعض الاقتصاديين يعتقد أن القرار التسويقي يسبق القرار الإنتاجي ، مبرراً ذلك بضرورة معرفة كيفية تصريف المنتج قبل اتخاذ القرار الإنتاجي ، بحيث يحدد التسويق القيمة الحقيقية للإنتاج ، ويضيف المنافع الاقتصادية أو يؤدي الخدمات الاقتصادية من المنتج إلى المستهلك ويجعلها أكثر قيمةً ومنفعةً .
ويترتب على عملية التسويق نقل ملكية السلعة إلى من يطلبها في الزمان والمكان بالشكل المناسب والمطلوب.

وتبعاً لذلك أصبح التسويق ليس مجرد عملية إعلان وبيع للسلع والخدمات المنتجة، بل هو جزء لا يتجزأ من العملية الإنتاجية نفسها وهو امتداد لها ، حيث يجب أن تستمر العملية الإنتاجية حتى تصل السلع في صورتها النهائية إلى المستهلكين بالصورة التي يرغبونها في المكان والزمان المفضلين لدى المستهلكين . والنشاط التسويقي له دور هام جداً على المستوى القومي حيث يعمل على توفير الجهد والوقت اللازمين للحصول على السلع والخدمات ، وكذلك يعمل على ضمان التوازن بين الإنتاج والكميات المطلوبة للاستهلاك.

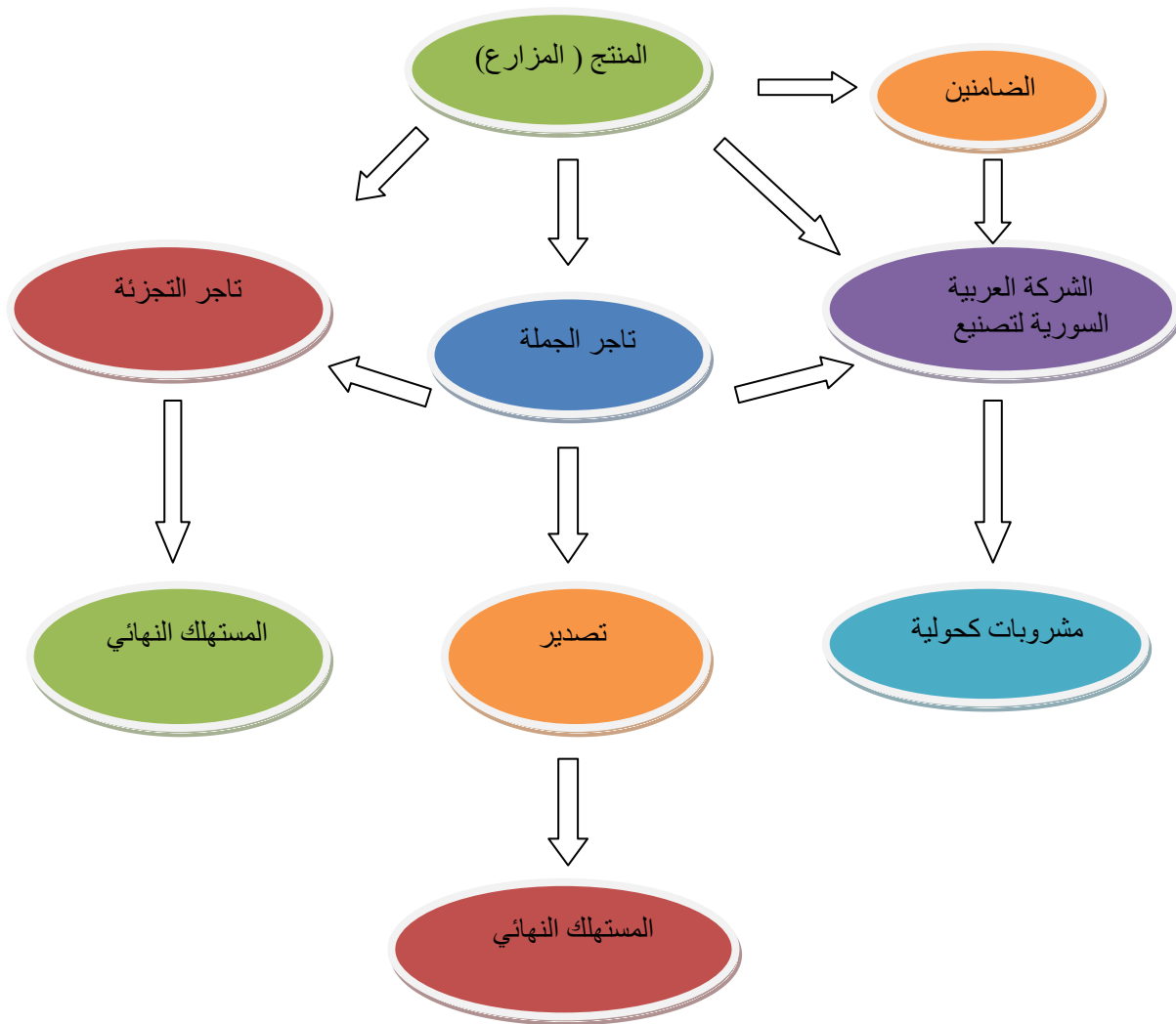
وتعتبر القنوات التسويقية أو ما يطلق عليها (المسالك التسويقية) حلقة مهمة من حلقات النظام التسويقي الزراعي ، لأنها تبين وتوضح الطرق التي ينتقل من خلالها المنتج بصورته الطبيعية أو بعدما يجرى عليه من تغيرات ، سواء أكانت تصنيعية ، أو تجهيزية من المنتج إلى المستهلك النهائي .

كما وتُعرف المسالك التسويقية على أنها المراحل التي تسلكها السلعة من المنتج حتى تصل إلى المستهلك ، وتختلف المسالك التسويقية باختلاف السلع وتختلف السلعة نفسها من منطقة إلى أخرى أو من فترة زمنية إلى أخرى . وأحياناً من جهة منتجة إلى أخرى (ياسين وعبد العزيز ، 2007) . وتتصف القنوات التسويقية في بعض الدول بالبساطة وقلة المحطات التسويقية بينما تتصف بالتعقيد في دول أخرى.

وبالنسبة لمحصول العنب في محافظة السويداء فيسوق بشكل عام في الأسواق المحلية بالسويداء وغيرها من المحافظات ، أما التسويق الخارجي فهو نادر جداً . حيث يقوم المزارع ببيع منتجه إلى الشركة العربية السورية لتصنيع العنب وبعض شركات القطاع الخاص والتي تأخذ حوالي 48% من الإنتاج حيث يصنع على شكل مشروبات كحولية و عصائر ويستخدم حوالي 9% من الإنتاج في صناعة الزبيب وحوالي 10% في صناعة الدبس والباقي الذي يشكل حوالي 33% من الإنتاج يسوق طازجاً في أسواق القطر إلى تجار الجملة مباشرة حيث يقوم المزارع بجني المحصول ونقله إلى أسواق الجملة أو نصف الجملة ، أو أن يبيع إنتاجه عن طريق التجار المحليين (تجار التجزئة) الذين يقومون بتجميع الإنتاج من المزارعين لينقل بعدها إلى الأسواق المحلية ، وبعدها يتم بيعه للمستهلك مباشرة .

ويقوم تجار الجملة بشراء المحصول إما لحسابهم الخاص ليتم توزيعه فيما بعد لتجار التجزئة (المحليين) مع أخذ عمولة محددة على ذلك، أو تصدير المحصول إلى الأسواق الخارجية. أما تجار التجزئة فيقومون ببيع إنتاجهم في محلاتهم التجارية إلى المستهلكين من السكان المحليين.

الشكل (3) : يوضح القنوات التسويقية للعنب في السويداء



الشكل (3) : القنوات التسويقية للعنب

الفصل الرابع

تحليل النتائج والمناقشة

Analysis of Results and Discussion

1-4- دراسة تحليلية للخصائص الاقتصادية والاجتماعية لمزارعي العنب An analytical study of the characteristics economic : and social development of the Grape growers and farms

يتناول هذا القسم تحليلاً للخصائص الاقتصادية والاجتماعية لمزارعي العنب المدروسة ومزارعهم ، والتي يتوقع أن تكون مؤثرة بإنتاج محصول العنب في القرى المدروسة في محافظة السويداء ، وفيما يلي وصف لهذه الخصائص :

1-1-4- الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمزارعي العنب : Social and : economic characteristics of the sample farmers

1-1-1-4- التركيبة العمرية للمزارعين : The age structure of farmers :

تراوح المدى الفعلي لأفراد العينة بين (26- 70) سنة ، وبتقسيم إجمالي العينة إلى ثلاث فئات متدرجة تصاعدياً تبعاً للعمر تبين أن 41.6 % من أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية الثانية في حين أن 37.5% منهم هم من الفئة العمرية الثالثة و 20.8 % منهم هم من الفئة العمرية الأولى وهو ما يوضحه الجدول رقم (11) .

جدول رقم (11) : توزع أفراد العينة حسب فئات أعمارهم

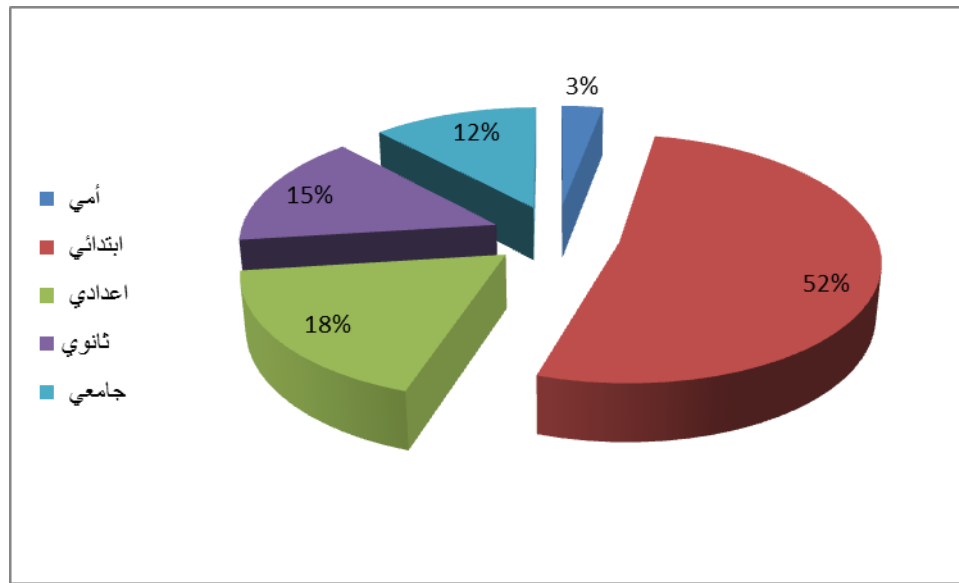
الفئة العمرية	النسبة المئوية %	متوسط الإنتاجية كغ / دونم
الأولى : 40-26	20.8	450
الثانية : 55-41	41.6	500
الثالثة : 70-56	37.5	580
المجموع	100	1530

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .
قمنا بإجراء تحليل التباين للفئات العمرية للمزارعين وذلك لمعرفة الفروق المعنوية للإنتاجية بين هذه الفئات ، وقد تبين وجود فروق معنوية بين الفئات ($P < 0.05$) ، وهذا يدل على أن التركيبة العمرية للمزارعين قد أثرت بشكل معنوي على الإنتاجية وكانت الفئة الثانية هي الأعلى إنتاجية مقارنة مع الفئة الأولى ويعود ذلك إلى قيامهم

بتطبيق كافة عمليات الخدمة التي يحتاجها المحصول في الموعد المناسب نتيجة الخبرة المكتسبة من العمل بالزراعة بزيادة عدد سنوات العمر .

4-1-1-2- المستوى التعليمي للمزارعين: Educational level of farmers

قسمت العينة إلى خمس فئات حسب المستوى التعليمي الذي حصل عليه المزارعون، كما في الشكل رقم (4) ، وكانت نسبة الأمية بين أفراد العينة 3% أما نسبة الحاصلين على الشهادة الابتدائية فشكلت النسبة الأكبر وبلغت 52% في حين كانت نسبة الحاصلين على الشهادة الإعدادية 18% والثانوية 15% والجامعية 12%.



الشكل رقم (4) : التوزيع النسبي لعينة الدراسة تبعاً للمستوى التعليمي للمزارعين المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

لدى إجراء تحليل التباين بالنسبة للمستوى التعليمي للمزارعين تبين عدم وجود فروق معنوية ($P > 0.05$) ، وهذا يدل على أن المستوى التعليمي للمزارعين لا يؤثر بشكل معنوي على الإنتاجية وإنما يؤثر بشكل ظاهري فقط .

4-1-1-3- الحالة الاجتماعية للمزارعين : The social situation of farmers

أظهر التحليل أن الغالبية العظمى من مزارعي العينة هم من المتزوجين بنسبة 98.9% في حين أن 1.1% فقط هم عازبون والجدول رقم (12) يوضح ذلك :

جدول رقم (12) : الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة

الحالة الاجتماعية	النسبة المئوية %	متوسط الإنتاج طن
عازب	1.1	3
متزوج	98.9	5
المجموع	100	8

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .
لدى إجراء اختبار T لفئات المزارعين حسب حالتهم الاجتماعية بالنسبة للإنتاج ،
تبين عدم وجود فروق معنوية ($P > 0.05$) وهذا يدل على أن اختلاف الحالة
الاجتماعية للمزارعين لا يؤثر بشكل معنوي على الإنتاج وإنما يؤثر بشكل ظاهري
فقط .

4-1-1-4- عدد أفراد الأسرة : Number of family members

بلغ متوسط عدد أفراد الأسرة في عينة المزارعين المدروسة 7 فرد وتبعاً لذلك تم
تصنيف الأسر المدروسة إلى أربع فئات حيث تبين من خلال ذلك أن 41.6 % من
مزارعي عينة الدراسة يتراوح حجم أسرهم ما بين (5-7) أفراد في حين أن 27.7 %
منهم يتراوح حجم أسرهم ما بين (8-10) أفراد وأن 16.6 % عدد أفراد أسرهم أكبر
من (11) فرد و 13.8 % من مزارعي عينة الدراسة يقل حجم أسرهم عن (4) فرد .

جدول رقم (13) : عدد أفراد الأسرة في عينة الدراسة

حجم الأسرة (فرد)	النسبة المئوية %
أقل من 4	13.8
5-7	41.6
8-10	27.7
أكبر من 10	16.6
المجموع	100

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .
لدى إجراء تحليل التباين لفئات المزارعين حسب عدد أفراد أسرهم تبين وجود فروق معنوية بين الفئات ($P < 0.05$) ، وهذا يدل على أن حجم الأسرة أثر بشكل معنوي على التكاليف ، وكانت الأسرة الأكبر حجماً هي الأقل تكاليفاً مقارنة مع الأسر الأصغر حجماً وذلك نتيجة توفر العمالة الزراعية الأسرية الكافية في تطبيق جميع عمليات الخدمة التي يحتاجها المحصول دون الحاجة إلى الاستعانة بعمالة أخرى مأجورة .

4-1-1-5- العمالة الأسرية الزراعية : family labor Farm

بينت نتائج تحليل العمالة الأسرية ، الجدول رقم (14) أن 11.11% من إجمالي أفراد العينة لا يساهمون في تلك الأعمال ، وهي نسبة تؤثر في إجمالي التكاليف رغم أن الفلاح يعتبرها عملية غير مأجورة ، وذلك لأنها تتطلب توفير عمالة مأجورة مما يؤدي إلى زيادة التكاليف المترتبة على الإنتاج ، في حين أن 88.89% من إجمالي أفراد العينة يملكون عمالة عائلية ويساهمون مع أسرهم في القيام بالأعمال الزراعية .

جدول رقم (14) : حالة العمالة الأسرية لدى أفراد العينة

العمالة العائلية	النسبة المئوية %	متوسط الأرباح ل.س	متوسط التكاليف ل.س
لا يوجد	11.11	1022	5728
عمالة عائلية	88.89	2238	5412
المجموع	100	3260	11140

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

تم حساب كل تكاليف العمل على أساس عمالة مستأجرة و بإجراء اختبار T للعمالة الأسرية الزراعية وذلك لمعرفة الفروق المعنوية للأرباح والتكاليف في حال توفر العمالة العائلية أو عدم توفرها ، تبين وجود فروق معنوية ($P < 0.05$) ، وهذا يدل على أن العمالة العائلية أثرت بشكل معنوي على التكاليف والأرباح ، وكانت الفئة التي تملك عمالة عائلية هي الأقل تكاليفاً والأعلى ربحاً مقارنة مع الفئة الأخرى التي لا تملك عمالة عائلية ، وهذا يعود إلى قيامهم بالأعمال الزراعية المطلوبة بأنفسهم دون الحاجة للاستعانة بعمالة مأجورة .

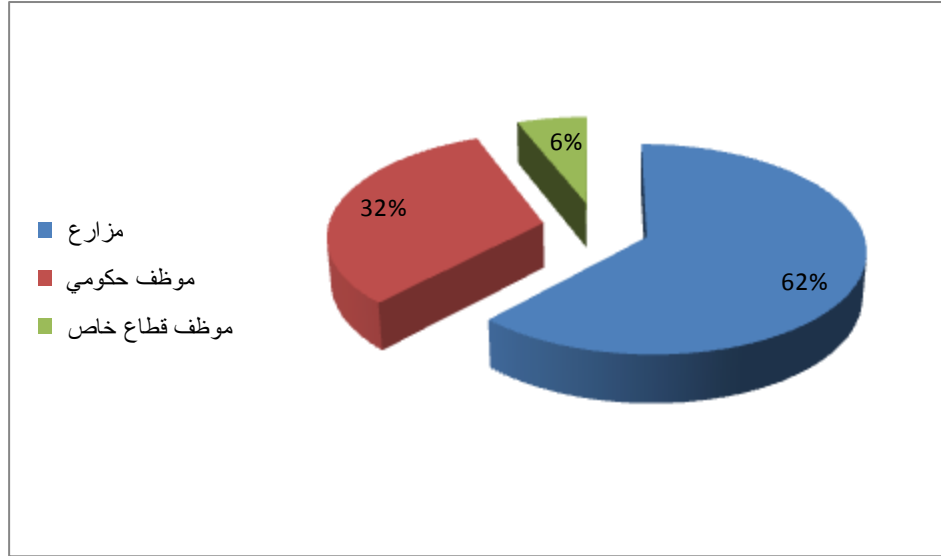
4-1-1-6- عدد سنوات العمل بالزراعة (سنوات الخبرة) : Years of work in agriculture (years of experience)

تعد خبرة المزارع ومدى ممارسته للعمل الزراعي ، عاملاً مؤثراً و مهماً في تكاليف العملية الإنتاجية ، حيث يكون قادراً بخبرته على التحديد الدقيق لكافة المستلزمات

والعمليات الضرورية وقد بلغ متوسط عدد سنوات العمل بزراعة العنب لدى أفراد العينة المدروسة 30 سنة .

4-1-1-7- مصادر الدخل الأخرى للمزارعين : Other sources of income for farmers

بينت الدراسة أن نسبة 62% من مزارعي العنب في العينة المدروسة يعتمدون في دخلهم على الزراعة بشكل مطلق ، في حين أن 32% منهم هم موظفون حكوميون و6% موظفون لدى القطاع الخاص كما يبين الشكل رقم (5) .



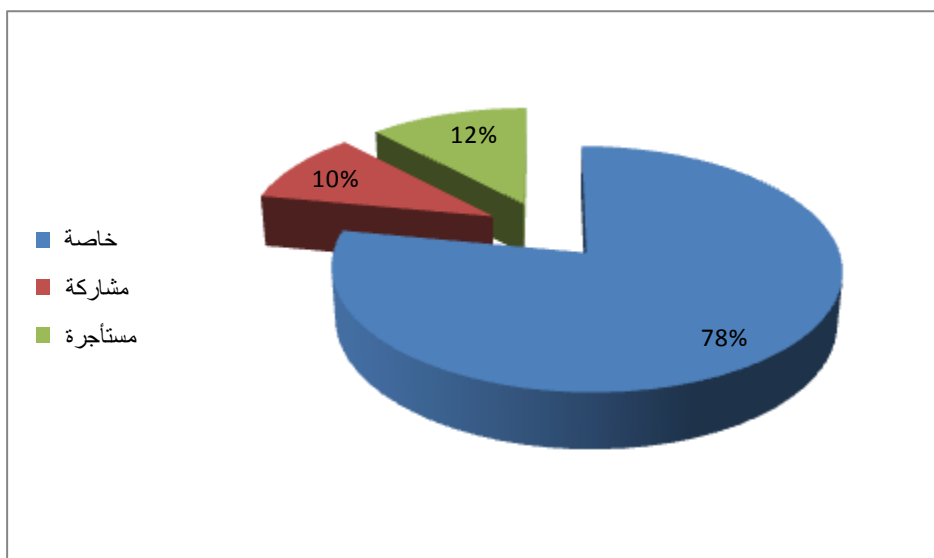
الشكل رقم (5) : مصادر الدخل لمزارعي أفراد العينة المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني لدى تحليل التباين لفئات المزارعين حسب مصادر الدخل ، تبين وجود فروق معنوية بين فئات العينة حسب مصادر دخلهم ($P < 0.05$) ، وهذا يدل على أن مصادر الدخل أثرت بشكل معنوي على التكاليف والأرباح ، وكانت الفئة التي تعتمد على الزراعة بشكل مطلق كمصدر أساسي للدخل هي الأقل تكاليفاً والأعلى ربحاً مقارنة مع الفئات الأخرى وهذا يعود إلى معرفتهم التامة بكيفية تطبيق العمليات الزراعية وكيفية تأمين مستلزمات الإنتاج الزراعي للمحصول بالطرق الأقل تكلفة .

4-1-2- المواصفات والخصائص المزرعية : Specifications and features farm

4-1-2-1- صنف العنب المزروع في مناطق الدراسة : Class vine grown in the study areas تبين من التحليل أن كافة أفراد العينة بنسبة 100% يعتمدون في زراعتهم للعنب على أصناف العنب الزيني والبلدي والحلواني والدريلي الأبيض والسلطي والأسود الرومي والشموطي وغيرها من الأصناف الأخرى الأقل انتشاراً .

قمنا بدراسة الفروق بين الأصناف من حيث التكاليف والأرباح وتبين عدم وجود فروق معنوية بين الأصناف بالنسبة للتكاليف ($P > 0.05$) ، وهذا يدل على أن اختلاف الصنف لا يؤثر على التكاليف بشكل معنوي وإنما يؤثر بشكل ظاهري فقط . إلا أن اختلاف الصنف يؤثر على الأرباح بشكل معنوي حيث كانت الأرباح الأعلى للصنف البلدي ويعود ذلك إلى ارتفاع سعر مبيع الكيلو غرام من العنب البلدي مقارنة مع الأصناف الأخرى كونه من أفخر أصناف المائدة .

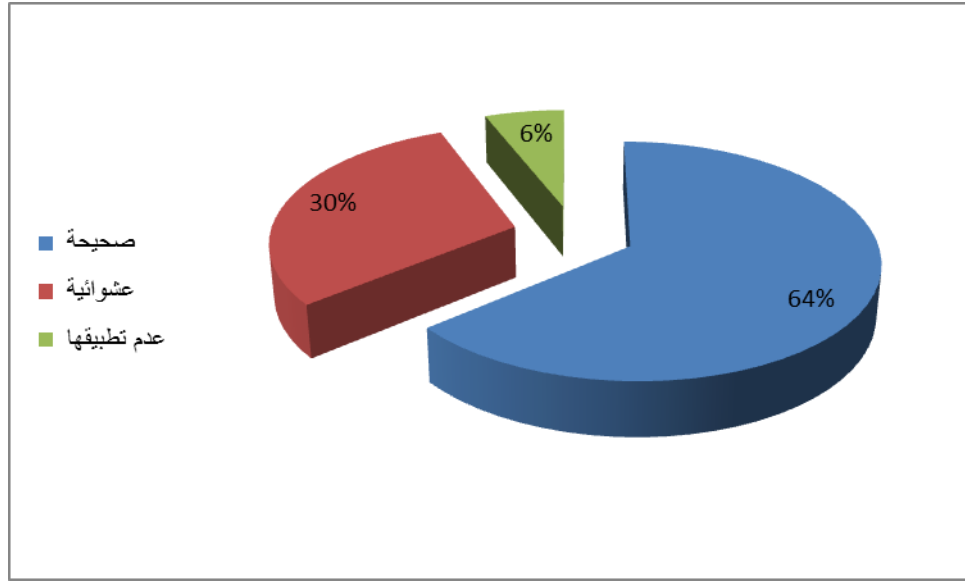
4-2-1-2 الملكية الزراعية : Royal Agricultural بينت نتائج المسح الميداني أن 78% من مزارعي العينة يتمتعون بالملكية الخاصة لأراضيهم ونسبة قليلة هي التي تملك أراضي بالمشاركة 10% أو أراضي مستأجرة 12% كم هو مبين في الشكل رقم (6) .



الشكل رقم (6) : ملكية الأراضي لدى أفراد العينة
المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني

4-2-1-3-المكافحة الكيماوية والتسميد الكيماوي : Chemical control and chemical fertilizer

أظهرت عملية تحليل البيانات أنه على الرغم من كثرة الحشرات والأمراض التي تصيب محصول العنب في منطقة الدراسة ، إلا أن نسبة المزارعين الذين يقومون بتطبيق الرش الكيماوي بالشكل الصحيح ليست كافية ، حيث كانت نسبتهم 64% من أفراد العينة المدروسة ، كما في الشكل رقم (7) .



الشكل رقم (7): نسب إتباع المكافحة الكيماوية لدى أفراد العينة.
المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

أما بالنسبة للتسميد الكيماوي فتبين أن عدد قليل من أفراد العينة يقومون بالتسميد الكيماوي بنسبة لا تتجاوز 35% على الرغم من قيام الإرشاد الزراعي بدور كبير في عملية توعية المزارعين لأهمية التسميد الكيماوي بغية زيادة الإنتاج كمّاً ونوعاً، وذلك بعد القيام بإجراء عملية تحليل التربة ومعرفة الاحتياجات السمادية للدونم الواحد .

4-2- دراسة تحليلية لتكاليف إنتاج محصول العنب البعل في منطقة الدراسة :

لتفسير قيمة الإنتاج الزراعي لابد من الربط بين قيمة الإنتاج والتكاليف المصروفة على الإنتاج ولهذا فإن دراسة تكاليف الإنتاج تعد من الموضوعات الأساسية لعلم الاقتصاد الزراعي .

وبشكل عام فإن التكاليف تعرف بأنها النفقات التي تترتب على المنتج الزراعي لأجل تحقيق العملية الإنتاجية ، وإن دراسة هذه التكاليف يعد أمراً اقتصادياً هاماً لتحقيق الكفاءة الاقتصادية لهذه الزراعة ، بهدف تدني تكاليفها الإنتاجية بالاعتماد على ترشيد استخدام الموارد الإنتاجية . العطوان (2011)

وتهتم هذه الدراسة بحساب مختلف بنود التكاليف الإنتاجية المترتبة على وحدتي المساحة والإنتاج ، إضافة إلى قياس المؤشرات الربحية ، وغيرها من مؤشرات الربحية المالية والوصفية .

ووفقاً لتصنيف وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي فإن إجمالي التكاليف لمحصول معين تتكون من العناصر التالية :

تكاليف العمليات الزراعية : وتشمل تكاليف الحراثة ، التسميد ، التعشيب ، مكافحة الحشرات والأمراض ، مكافحة الأعشاب الضارة ، جني المحصول ، النقل .
تكاليف قيمة مستلزمات الإنتاج الزراعي : وتتضمن قيمة الأسمدة العضوية والكيماوية ، قيمة العبوات ، مياه الري ، الوقود ، الكهرباء .
تكاليف أخرى وتشمل :

- إيجار الأرض : حسبت على أساس 15% من قيمة تكاليف الإنتاج .
- فائدة رأس المال : 7.5 % من قيمة مستلزمات الإنتاج الزراعي .
- النفقات النثرية المتنوعة : 5% من مجموع تكاليف العمليات الزراعية ومستلزمات الإنتاج الزراعي (المجموعة الإحصائية لوزارة الزراعة ، 2009) .
عند التطرق إلى محصول من المحاصيل الزراعية ، لابد من التعرف على تكاليف ومنافع كل منها ، حيث يعتبر تحليل التكاليف الإنتاجية لأي محصول عاملاً "محدداً" لاقتصادية هذا المحصول باعتبارها دالة للعوائد والأرباح ، لذلك تم حساب بعض المؤشرات الاقتصادية للمحصول المدروس ، لبيان ربحية هذا المحصول كحساب الناتج الإجمالي ، والذي يعتبر مقياس أولي لدخل المحصول ، وكذلك تم حساب صافي الدخل المزرعي وهو المقياس الأساسي لربح المحصول . واستناداً إلى الاستبيانات التي وزعت على المزارعين والبالغة (360) استمارة استبيان وزعت في قرى الدراسة ، فقد تم دراسة كافة التكاليف الإنتاجية لمحصول العنب من خلال حساب تكاليف العمليات الزراعية ، وتكاليف المستلزمات الزراعية كما هو مبين في الجدول رقم (15) .

جدول (15) : متوسط تكاليف إنتاج الدونم البعل من محصول العنب في القرى المدروسة من محافظة السويداء للموسم الزراعي (2011-2012) م .

التكاليف الإجمالية لإنتاج العنب في عينة الدراسة للموسم 2011-2012 م		
البيان	التكلفة ل.س / دونم	النسبة المئوية %
حراثات	600	13.70
تسميد	300	6.85
عزق وتعشيب	165	3.77
مكافحة	375	8.56
جني	360	8.22
نقل	500	11.42
مجموع العمليات الزراعية	2300	52.52 %
سماد آزوتي	280	6.4
سماد فوسفاتي	500	11.42
سماد بوتاسي	700	15.98
قيمة العبوات	200	4.56
قيمة مبيدات مكافحة أعشاب	100	2.28
قيمة مبيدات مكافحة حشرية	150	3.42

3.42	150	قيمة مبيدات مكافحة فطرية
% 47.48	2080	مجموع المستلزمات الزراعية
100	4380	مجموع العمليات والمستلزمات
	657	إيجار الأرض (15% من قيمة تكاليف الإنتاج)
	156	فائدة رأس المال (7.5 % من قيمة مستلزمات الإنتاج الزراعي)
	219	نفقات نثرية (5% من تكاليف العمليات الزراعية والمستلزمات)
	5412	مجموع التكاليف
	510	المردود كغ / دونم
	7650	الناتج الإجمالي ل.س / دونم
	2238	صافي الدخل المزرعي
	10.61	تكلفة 1 كغ
	15	سعر البيع

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

حيث يوضح الجدول رقم (15) إجمالي التكاليف الكلية لإنتاج محصول العنب والتي بلغت 5412 ل.س / دونم ، وشكلت قيمة العمليات الزراعية 52.52 % من إجمالي التكاليف المتغيرة ، منها 13.7 % تكلفة الحراثة وبلغت قيمتها 600 ل.س / دونم، وهي التكلفة الأعلى قيمة بين باقي عناصر تكاليف العمليات الزراعية ، وذلك كون المزارع يقوم بحراثة أرضه عدة مرات خلال الموسم . وفي المرتبة الثانية تأتي تكاليف النقل تليها تكاليف مكافحة و الجني والتسميد والعرق والتعشيب .

أما بالنسبة لتكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي فقد بلغت 2080 ل.س / دونم وشكلت ما نسبته 47.48 % من إجمالي التكاليف المتغيرة ، منها 700 ل.س / دونم تكلفة السماد البوتاسي وهي تشكل 15.98 % من إجمالي التكاليف المتغيرة .

4-2-1- مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب :

تم دراسة أهم المؤشرات الاقتصادية لقياس الربحية ، ومن أهمها الهامش الإجمالي ، صافي الدخل المزرعي ، مستوى الربحية ، المعدل العام للربحية . كما تم حساب مؤشر الكفاءة الاقتصادية ، كما هو موضح في الجدول رقم (16) .

جدول (16) : تحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لمحصول العنب في محافظة السويداء :

البيان لوحدة المساحة (الدونم)	المتوسط
المردود (كغ / دونم)	510
الهامش الإجمالي (ل.س)	3270
تكلفة 1 كغ (ل.س)	10.61
مستوى الربحية %	75%
المعدل العام للربحية %	50%
الكفاءة الاقتصادية الإجمالية (الناتج الإجمالي / إجمالي التكاليف)	1.4

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

ويتبين من الجدول (16) أن الهامش الإجمالي لمحصول العنب في عينة الدراسة قد بلغ (3270) ل.س / دونم ، وبلغ متوسط مردود الدونم لعينة الدراسة (510) كغ / دونم ، أما فيما يتعلق بتكلفة 1 كغ عنب فقد بلغ متوسط تكلفة 1 كغ عنب لدى مزارعي العينة (10.61) ل.س ، أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ 75 % ، وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية 50 % ، وفيما يتعلق بالكفاءة الاقتصادية فقد بلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية لمزارعي العنب في عينة الدراسة (1.4) .

4-2-2- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب في عينة الدراسة :

تبين دالة التكاليف في المدى الطويل ، التكاليف الدنيا اللازمة لإنتاج كل مستوى إنتاج ممكن وذلك حين تكون الفترة الزمنية من الطول بالقدر الكافي . بحيث يمكن تغير كل مدخلات إنتاج المزرعة ، ويكون حجم الإنتاج المحقق لأدنى متوسط تكاليف هو الحجم الأمثل للمزرعة في المدى الطويل ، ويقصد به أكثر الأحجام كفاءة بين الأحجام التي يمكن بناؤها (النجفي ، 1988) .

وقد تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول العنب على مستوى العينة إلا أنه لم تثبت معنويتها عند مستوى المعنوية 1% و 5% وبالتالي لا يوجد علاقة خطية بين الإنتاج والتكاليف على مستوى العينة .

4-2-3- دراسة أثر عناصر التكاليف على تكاليف إنتاج العنب في حال محصول العنب البعل:

Study the impact of costs on profit in the event of the rain fed vine crop .

يمكن دراسة أثر عناصر التكاليف على تكاليف إنتاج العنب في حال محصول العنب البعل من خلال إيجاد معادلة الانحدار المتعدد وباستخدام تحليل stepwise تم الحصول على الشكل التالي :

$$Y = 3381 + 4.65 X_2$$
$$t: 306.2 \quad 183.3$$

حيث أن : Y : التكاليف

X₁ : كلفة جني المحصول

X₂ : كلفة نقل المحصول

X₃ : كلفة التسميد

X₄ : كلفة العبوات

X₅ : كلفة مواد مكافحة

وبالنظر إلى المعادلة السابقة نستنتج أن :

كلفة نقل المحصول أثرت بشكل معنوي على نقل المحصول (P < 0.05) .

في حين لم يظهر أي تأثير لكل من كلفة جني المحصول وكلفة التسميد و العبوات و مواد مكافحة على التكاليف.

ولدراسة مدى تأثير الإنتاج بالتكاليف تم تقسيم المساحات المزروعة بالعنب للموسم الزراعي 2011-2012 م في قرى الدراسة في محافظة السويداء إلى ثلاث فئات بالاعتماد على البيانات المتعلقة بالمساحات لدى المزارعين ، والتي تم جمعها عن طريق الاستقصاء الميداني حيث تم ترتيبها تصاعدياً . وبناءً عليه قُسمت إلى ثلاث فئات كالآتي :

فئة حيازية أولى : أقل من 20 دونم

فئة حيازية ثانية : 20-40 دونم

فئة حيازية ثالثة : أكبر من 40 دونم

4-2-4- متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الأولى (أقل من 20 دونم) : وقد بلغ عدد مزارعي هذه الفئة 170 مزارع ، بمتوسط مساحة بلغ 13 دونم ، ومتوسط إنتاجية 450 كغ . وقد قسمت التكاليف الإنتاجية لمحصول العنب في هذه الفئة إلى تكاليف العمليات الزراعية وتكاليف المستلزمات الإنتاجية ، أما التكاليف الثابتة فشملت على فائدة رأس المال ، إيجار الأرض ، نفقات نثرية ، والجدول التالي يبين التكاليف التفصيلية لهذه الفئة .

جدول (17) : متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الأولى (أقل من 20 دونم)

البيان	التكلفة ل.س / دونم	النسبة المئوية %
حراثات	600	12.93
تسميد	300	6.46
عزق وتعشيب	250	5.39
مكافحة	500	10.78
جني	300	6.46
نقل	550	11.86
مجموع العمليات الزراعية	2500	% 53.88
سماد آزوتي	280	6.03
سماد فوسفاتي	500	10.78
سماد بوتاسي	700	15.1
قيمة العبوات	185	3.98
مكافحة أعشاب	100	2.15
مكافحة حشرية	175	3.77
مكافحة فطرية	200	4.31
مجموع المستلزمات الزراعية	2140	% 46.12
مجموع العمليات والمستلزمات	4640	100
إيجار الأرض (15% من قيمة تكاليف الإنتاج)	696	
فائدة رأس المال (7.5 % من قيمة مستلزمات الإنتاج الزراعي)	160.5	
نفقات نثرية (5% من تكاليف العمليات الزراعية والمستلزمات)	232	
مجموع التكاليف	5728.5	
المردود كغ / دونم	450	
الناتج الإجمالي ل.س /دونم	6750	
صافي الدخل المزرعي	1021.5	
تكلفة 1 كغ	12.73	
سعر البيع	15	

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .
يوضح الجدول (17) إجمالي التكاليف الكلية للفئة الحيازية الأولى (أقل من 20 دونم) والتي بلغت 5728.5 ل.س / دونم للموسم الزراعي 2011-2012 م حيث شكلت العمليات الزراعية 53.88% من إجمالي التكاليف المتغيرة ، منها 12.93% تكلفة حراثات وبلغت قيمتها 600 ل.س / دونم ، وهي أعلى قيمة من باقي عناصر تكاليف العمليات الزراعية أما تكاليف العزق والتعشيب 250 ل.س / دونم ، وشكلت ما نسبته 5.39% من إجمالي التكاليف المتغيرة .
أما بالنسبة لتكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي فقد بلغت 2140 ل.س /دونم وشكلت ما نسبته 46.12% من إجمالي التكاليف المتغيرة ، منها 700 ل.س / دونم قيمة سماد بوتاسي وهي تشكل ما نسبته 15.1 من إجمالي التكاليف المتغيرة وذلك بسبب ارتفاع أسعار الكيلو غرام الواحد .

4-2-5- مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب للفئة الحيازية الأولى في محافظة السويداء للموسم الزراعي 2011-2012م :

يتبين من الجدول (18) أن الهامش الإجمالي لمحصول العنب في العينة المبحوثة قد بلغ (2110) ل.س / س / دونم ، وبلغ متوسط مردود الدونم للعينة المبحوثة 450 كغ / دونم . أما فيما يتعلق بتكلفة 1 كغ عنب فقد بلغ متوسط تكلفة 1 كغ عنب لدى مزارعي الفئة الحيازية الأولى 12.73 ل.س ، أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ 70% ، وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية 42% ، وفيما يتعلق بالكفاءة الاقتصادية فقد بلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية لمزارعي العنب من أصحاب الفئة الحيازية الأولى (1.17) .

جدول (18) : تحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لمحصول العنب للفئة الحيازية الأولى في محافظة السويداء .

البيان لوحدة المساحة (الدونم)	المتوسط
المردود (كغ / دونم)	450
الهامش الإجمالي (ل.س)	2110
تكلفة 1 كغ (ل.س)	12.73
مستوى الربحية %	70%
المعدل العام للربحية %	42%
الكفاءة الاقتصادية الإجمالية (الناتج الإجمالي / إجمالي التكاليف)	1.17

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

4-2-6- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب على مستوى الفئة الحيازية الأولى :
تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول العنب على مستوى الفئة الحيازية الأولى ولم تثبت معنويتها عند مستويي المعنوية 1,5 % وبالتالي لا توجد علاقة خطية بين الإنتاج والتكاليف على مستوى الفئة الحيازية الأولى.

4-2-7- متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الثانية بين (20-40) دونم :
بلغ عدد مزارعها 120 مزارع ، بمتوسط مساحة 28 دونم ، ومتوسط إنتاجية 500 كغ .

والجدول التالي رقم (19) يبين التكاليف التفصيلية لهذه الفئة .
جدول (19) : متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الثانية (20-40) دونم

البيان	التكلفة ل.س / دونم	النسبة المئوية %
حراثات	600	14.28
تسميد	300	7.14
عزق وتعشيب	150	3.57
مكافحة	350	8.33
جني	350	8.33
نقل	400	9.52
مجموع العمليات الزراعية	2150	51.17 %
سماد آزوتي	280	6.67
سماد فوسفاتي	500	11.90
سماد بوتاسي	700	16.67
قيمة العبوات	150	3.57
قيمة مبيدات مكافحة أعشاب	100	2.38
قيمة مبيدات مكافحة حشرية	150	3.57
قيمة مبيدات مكافحة فطرية	170	4.04
مجموع المستلزمات الزراعية	2050	48.83 %
مجموع العمليات والمستلزمات	4200	100
إيجار الأرض (15% من قيمة تكاليف الإنتاج)	630	
فائدة رأس المال (7.5 % من قيمة مستلزمات الإنتاج الزراعي)	153.75	
نفقات نثرية (5% من تكاليف العمليات الزراعية والمستلزمات)	210	
مجموع التكاليف	5193.75	
المردود كغ / دونم	500	
الناتج الإجمالي ل.س /دونم	7500	

صافي الدخل المزرعي	2306.25	
تكلفة 1 كغ	10.39	
سعر البيع	15	

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

يوضح الجدول رقم (19) إجمالي التكاليف الكلية للفئة الحيازية الثانية (20-40) دونم والتي بلغت 5193.75 ل.س / دونم ، حيث شكلت العمليات الزراعية 51.17% من إجمالي التكاليف المتغيرة ، منها 14.28% تكلفة حراثات حيث بلغت قيمتها 600 ل.س / دونم .

أما بالنسبة لتكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي فقد بلغت 2050 ل.س/دونم ، وشكلت ما نسبته 48.83% من إجمالي التكاليف المتغيرة ، منها 700 ل.س/دونم قيمة سماد بوتاسي وهي تشكل ما نسبته 16.67% من إجمالي التكاليف المتغيرة .

4-2-8- مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب للفئة الحيازية الثانية في محافظة السويداء للموسم الزراعي 2011-2012م

يتبين من الجدول (20) أن الهامش الإجمالي لمحصول العنب قد بلغ 3300 ل.س / دونم ، وبلغ متوسط مردود الدونم 500 كغ / دونم ، أما فيما يتعلق بتكلفة 1 كغ عنب فقد بلغ متوسط تكلفة 1 كغ عنب لدى مزارعي الفئة الحيازية الثانية 10.38 ل.س ، أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ 85% ، وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية 57% .

وفيما يتعلق بالكفاءة الاقتصادية فقد بلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية لمحصول العنب في العينة المبحوثة 1.44 .

جدول (20) : تحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لمحصول العنب للفئة الحيازية الثانية في محافظة السويداء

البيان لوحدة المساحة (الدونم)	المتوسط
المردود (كغ / دونم)	500
الهامش الإجمالي (ل.س)	3300
تكلفة 1 كغ (ل.س)	10.38
مستوى الربحية %	85%
المعدل العام للربحية %	57%
الكفاءة الاقتصادية الإجمالية (الناتج الإجمالي / إجمالي التكاليف)	1.44

المصدر : حسبت و جمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

4-2-9- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب على مستوى الفئة الحيازية الثانية:
تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول العنب على مستوى الفئة الحيازية الثانية بالصورتين التربيعية والتكعيبية وقد ثبتت أفضلية الصورة التكعيبية من الناحيتين الإحصائية والاقتصادية لتمثيل تلك الدالة كما هو مبين في الجدول رقم (21) .

$$T_{ci} = B_0 + B_1 Q_i + B_2 Q_i^2 + B_3 Q_i^3 + u_i$$

T_c = الكلفة الكلية للإنتاج ، Q_i = كمية الإنتاج (كغ) ، u_i = المتغير العشوائي الذي يعكس تأثير المتغيرات الأخرى ذات العلاقة والتي لم تدخل النموذج و يصعب تقديرها مباشرة . (الراوي ، 2001) .

حيث ثبتت معنوية الدالة عند مستوى معنوية 1% وأشارت قيمة F إلى معنوية النموذج ككل عند مستوى معنوية 1% وتدل قيمة معامل التحديد R^2 عند 65% على أن التقلبات في حجم الإنتاج تشرح نحو 65% من التقلبات الكلية في التكاليف .

جدول رقم (21) : النموذج الرياضي المقدر لدالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب على مستوى الفئة الحيازية الثانية في منطقة الدراسة .

البيانات	المعادلة المقدرة	R^2	F
الصورة التربيعية	$TC = 1732.02 + 21.42Q + 0.093Q^2$ t (0.42) (1.78)* (8.5)**	0.44	**30.22
الصورة التكعيبية	$TC = 754.60 + 46.65Q - 1.07Q^2 + 0.01Q^3$ t (7)** (1.73)* (-1.90)* (1.21)*	0.65	**20.17
*معنوية على مستوى 5%		**معنوية على مستوى 1%	

المصدر : حسبت وجمعت من استمارات الدراسة الميدانية.

4-2-10- متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الثالثة (أكبر من 40 دونم) :

وقد بلغ عدد مزارعي هذه الفئة 70 مزارع ، بمتوسط مساحة 47 دونم ومتوسط إنتاجية 580 كغ .
والجدول (22) يبين التكاليف التفصيلية لهذه الفئة .

**الجدول (22) : يبين متوسط التكاليف التفصيلية للفئة الحيازية الثالثة
(أكبر من 40 دونم)**

البيان	التكلفة ل.س / دونم	النسبة %	المنوية
حراثات	600	15.38	
تسميد	250	6.41	
عزق وتعشيب	150	3.85	
مكافحة	270	6.92	
جني	430	11.02	
نقل	300	7.7	
مجموع العمليات الزراعية	2000	51.28 %	
سماد آزوتي	280	7.18	
سماد فوسفاتي	500	12.82	
سماد بوتاسي	550	14.10	
قيمة العبوات	150	3.85	
قيمة مبيدات مكافحة أعشاب	100	2.56	
قيمة مبيدات مكافحة حشرية	150	3.85	
قيمة مبيدات مكافحة فطرية	170	4.36	
مجموع المستلزمات الزراعية	1900	48.72 %	
مجموع العمليات والمستلزمات	3900	100	
إيجار الأرض (15% من قيمة تكاليف الإنتاج)	585		
فائدة رأس المال (7.5 % من قيمة مستلزمات الإنتاج الزراعي)	142.5		
نفقات نثرية (5% من تكاليف العمليات الزراعية والمستلزمات)	195		
مجموع التكاليف	4822.5		
المردود كغ / دونم	580		
الناتج الإجمالي ل.س /دونم	8700		
صافي الدخل المزرعي	3878		
تكلفة 1 كغ	8.31		
سعر البيع	15		

المصدر: حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

يوضح الجدول (22) التكاليف الإجمالية للفئة الحيازية الثالثة (أكبر من 40 دونم) والتي بلغت 4822.5 ل.س/ دونم حيث شكلت العمليات الزراعية 51.28 % من إجمالي التكاليف المتغيرة ، منها 15.38 % تكلفة حراثات حيث بلغت قيمتها 600 ل.س / دونم .

أما بالنسبة لتكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي فقد بلغت 1900 ل.س / دونم ، وشكلت ما نسبته 48.72 % من إجمالي التكاليف المتغيرة ، منها 550 ل.س / دونم قيمة سماد بوتاسي وهي تشكل ما نسبته 14.10 % من إجمالي التكاليف المتغيرة .

4-2-11- مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب للفئة الحيازية الثالثة في محافظة السويداء للموسم الزراعي 2011-2012م :

يتبين من الجدول (23) أن الهامش الإجمالي لمحصول العنب قد بلغ 4800 ل.س/دونم وبلغ متوسط مردود الدونم 580 كغ / دونم ، أما فيما يتعلق بتكلفة 1 كغ عنب فقد بلغ متوسط تكلفة 1 كغ عنب 8.31 ل.س . أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ 90 % ، وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية 72 % ، وفيما يتعلق بالكفاءة الاقتصادية فقد بلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية لمحصول العنب 1.80 وهذا دليل على قدرة المزارعين على توظيف موارد الإنتاج بصورة ملائمة لتحقيق الأرباح من العملية الإنتاجية .

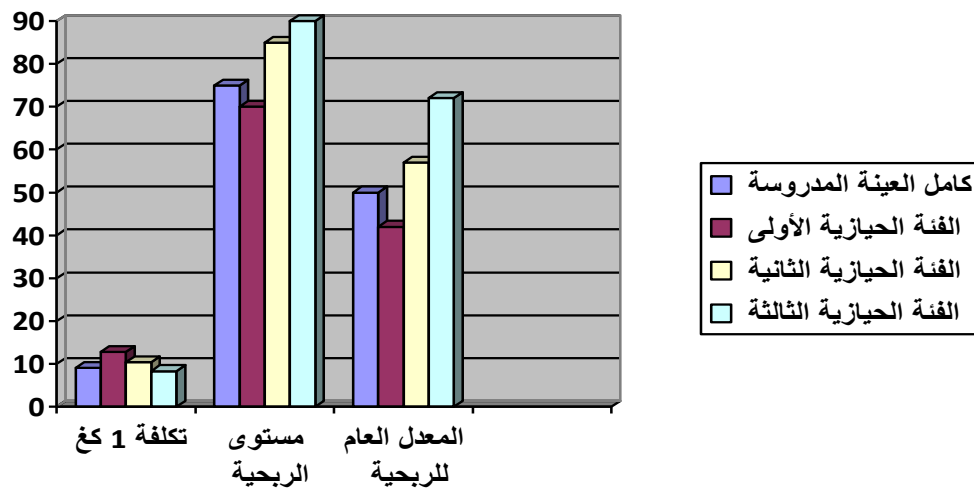
جدول (23) : تحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لمحصول العنب للفئة الحيازية الثالثة في محافظة السويداء :

البيان لوحدة المساحة (الدونم)	المتوسط
المردود (كغ / دونم)	580
الهامش الإجمالي (ل.س)	4800
تكلفة 1 كغ (ل.س)	8.31
مستوى الربحية %	90%
المعدل العام للربحية %	72%
الكفاءة الاقتصادية الإجمالية (الناتج الإجمالي / إجمالي التكاليف)	1.80

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

4-2-12- دالة تكاليف الإنتاج لمحصول العنب على مستوى الفئة الحيازية الثالثة:
تم تقدير دالة التكاليف الإنتاجية لمحصول العنب على مستوى الفئة الحيازية الثالثة ولم تثبت معنويتها عند مستويي المعنوية 1,5% وبالتالي لا توجد علاقة خطية بين الإنتاج والتكاليف على مستوى الفئة الحيازية الثالثة .

وبمقارنة المؤشرات الاقتصادية والربحية المحسوبة لكامل العينة المدروسة ، وللصفات الحيازية الثلاث التي قسمت لها العينة تبين أن أصحاب الحيازات الكبيرة في الفئة الثالثة قد تفوقوا على باقي الفئات ، وأنه مع ازدياد المساحات المزروعة بمحصول العنب انخفضت التكاليف وارتفع كل من الناتج الإجمالي ، وصافي الدخل المزرعي ، وانخفضت تكلفة الكغ الواحد من العنب ، كما يوضحه الشكل رقم (8) .



الشكل (8) مقارنة بين المؤشرات الاقتصادية لكامل العينة ومؤشرات الفئات التي قسمت لها . المصدر : من واقع الاستقصاء الميداني .

4-3- دراسة تحليلية لتكاليف إنتاج محصول العنب المروي في منطقة الدراسة :

يوضح الجدول (24) إجمالي التكاليف الكلية لإنتاج محصول العنب المروي والتي بلغت 15337.25 ل.س /دونم ، وشكلت التكاليف الثابتة 48.3 % منها 15.58% تكلفة استصلاح الأرض قبل الزراعة والتي بلغت قيمتها 2000 ل.س / دونم . أما بالنسبة للتكاليف المتغيرة فقد بلغت 6630 ل.س / دونم ، وشكلت ما نسبته 51.6% من إجمالي التكاليف الثابتة والمتغيرة ، منها 1700 ل.س / دونم تكلفة القطاف والتسويق ، وهي تشكل ما نسبته 13.25% . وقد بلغ مردود الدونم 1000 كغ، والناتج الإجمالي 20000 ل.س/ دونم ، وصافي الدخل المزرعي 4662.75 ل.س .

جدول رقم (24) : يوضح متوسط تكاليف إنتاج الدونم المروي من محصول العنب:

التكاليف الإجمالية لإنتاج الدونم من محصول العنب المروي في عينة الدراسة للموسم 2011- 2012 م		
البيان	التكلفة لـ س / دونم	النسبة المئوية %
استصلاح الأرض قبل الزراعة	2000	15.6
الإنشاء والتسوير	1500	11.7
الغراس	500	3.9
شبكة الري	1200	9.35
اهتلاك المحرك	1000	7.8
مجموع التكاليف الثابتة	6200	% 48.35
أجور صيانة وإصلاح المحرك	80	0.62
الوقود	400	3.11
الأسمدة	1200	9.35
قيمة المبيدات الحشرية والفطرية	1300	10.13
قيمة مبيدات الأعشاب والبذور	200	1.56
أجور عمال التقليم	700	5.45
العمالة الآلية	500	3.9
قيمة العبوات	250	1.95
القطاف والتسويق	1700	13.25
العمالة اليدوية	300	2.33
مجموع التكاليف المتغيرة	6630	% 51.65
مجموع التكاليف (الثابتة والمتغيرة)	12830	100
إيجار الأرض (15% من قيمة تكاليف الإنتاج الكلية)	1924.5	
فائدة رأس المال (7.5% من قيمة مستلزمات الإنتاج الزراعي)	251.25	
نفقات نثرية (5% من التكاليف المتغيرة)	331.5	
مجموع التكاليف الكلية	15337.25	100
مجموع تكاليف سنوات ما قبل الإثمار	4972.5	
المردود كغ / دونم	1000	
الناتج الإجمالي لـ س /دونم	20000	
صافي الدخل المزرعي	4662.75	
تكلفة 1 كغ	15.33	
سعر البيع	20	

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

4-3-1- مؤشرات الربحية لإنتاج محصول العنب المروي للموسم الزراعي 2011-2012 م

يبين الجدول (25) تحليل العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لمحصول العنب المروي في محافظة السويداء للموسم الزراعي 2011-2012 م :

جدول (25) : العائد الاقتصادي والمؤشرات الاقتصادية لمحصول العنب المروي

البيان لوحدة المساحة (الدونم)	المتوسط
المردود (كغ / دونم)	1000
الهامش الإجمالي ل.س/ دونم	13370
تكلفة 1 كغ	15.33
مستوى الربحية	85 %
المعدل العام للربحية	70 %
الكفاءة الاقتصادية الإجمالية (الناتج الإجمالي / إجمالي التكاليف)	1.3

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

ويتبين من الجدول (25) أن الهامش الإجمالي لمحصول العنب المروي في عينة الدراسة قد بلغ (13370) ل.س / دونم ، وبلغ متوسط مردود الدونم لعينة الدراسة (1000) كغ / دونم ، أما فيما يتعلق بتكلفة 1 كغ عنب فقد بلغ متوسط تكلفة 1 كغ عنب لدى مزارعي العينة (15.33) ل.س، أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ 85% ، وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية 70% ، وفيما يتعلق بالكفاءة الاقتصادية فقد بلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية لمزارعي محصول العنب المروي في عينة الدراسة (1.3).

4-3-2- دراسة أثر عناصر التكاليف على تكاليف إنتاج العنب في حال محصول العنب المروي :

Study the impact of costs on profit in the event of the irrigated vine crop .

يمكن دراسة أثر عناصر التكاليف على تكاليف إنتاج العنب في حال محصول العنب المروي من خلال إيجاد معادلة الانحدار المتعدد وباستخدام تحليل stepwise تم الحصول على الشكل التالي :

$$Y = 2902 + 1.35X_6$$

$$t: 54.58 \quad 33.06$$

حيث أن Y : التكاليف ، X_1 : كلفة القطاف والتسويق
 X_2 : كلفة الأسمدة ، X_3 : كلفة التقليم ، X_4 : كلفة العبوات
 X_5 : كلفة وقود المحركات ، X_6 : كلفة مواد مكافحة

ومن المعادلة السابقة نستنتج أن :

كلفة مواد مكافحة أثرت بشكل معنوي على التكاليف ($P < 0.05$) في حين لم يظهر أي تأثير لباقي عناصر التكاليف بالمعادلة .

4-4-4- مقاييس ومؤشرات تقييم الكفاءة الاقتصادية للتسويق : Benchmarks and indicators for assessing the economic efficiency of marketing

4-4-4-1- التكاليف التسويقية لمحصول العنب : Marketing costs to harvest Grape
 تتضمن جميع التكاليف المترتبة على تسويق المنتج من قبل كل طرف تسويقي . وتقوم إحدى طرق تحديد التكاليف التسويقية على أساس تحديد جميع النفقات المترتبة على تنظيم وتنفيذ العملية التسويقية ، بينما تنص طريقة أخرى على تحديد جميع التكاليف المدفوعة على أي نشاط تسويقي كالتجميع والنقل والتخزين والتدريج والمعالجة والتصنيع وتجارة الجملة والمفرق (Scarborough&kydd,1992) .

بعد تطبيق استثمارات التجار المخصصة لكل من تجار التجزئة ، وتجار الجملة ، تم التعرف على التكاليف التسويقية ممثلة بكل من تكلفة التعبئة والنقل وثمان العبوات وعمولة البيع (والتي تتضمن تكلفة التتزيل وتحميل البضاعة وتندرج ضمن تكلفة العملاء والوسطاء) بالإضافة إلى الفاقد والذي يعود إلى عدم توفر الأيدي العاملة المدربة والمتخصصة في جمع المحصول وبالتالي زيادة نسبة الفقد . وبالنسبة لباقي التكاليف التسويقية فشملت : إيجار محل ، كهرباء ، مياه ، هاتف ، ضرائب وذلك بالنسبة لتاجر التجزئة ، أما لتجار الجملة في العينة المدروسة فقد كان قسم منهم تجار مصدرين وبالتالي فقد شملت التكاليف التسويقية لدى هؤلاء التجار على تكلفة التصدير .

يتبين من الجدول رقم (26) هيكل التكاليف التسويقية للكغ من محصول العنب على مستوى عينة الدراسة ومنه يتضح أن متوسط تكلفة تسويق الكغ من محصول العنب بلغت 4.7 ل.س/ كغ بالنسبة لتاجر الجملة ، كما بلغ متوسط تكلفة تسويق الكغ بالنسبة لتاجر التجزئة 6.3 ل.س / كغ .

ويعاني المنتجين من عدم توفر الأيدي العاملة المدربة في عملية جني المحصول مما يسبب ارتفاع نسبة الفاقد علاوة إلى تعرض الثمار للتلف نتيجة تعرضها للكساد وتأخر بيعها في السوق في حالات انخفاض أسعار بيع محصول العنب الأمر الذي يؤدي إلى زيادة أكبر في نسبة الفاقد .

إن عدم خلو المحصول من الإصابات الحشرية والفطرية يؤثر على جودة المحصول ويسبب حصول صعوبات في تسويقه بالإضافة إلى زيادة في تكاليف العمليات التسويقية .

جدول رقم (26) : هيكل التكاليف التسويقية للكيلو غرام من محصول العنب بالمتوسط في محافظة السويداء على مستوى عينة الدراسة .

البند	تاجر الجملة		تاجر التجزئة	
	ل.س/ كغ	%	ل.س/ كغ	%
تكاليف التعبئة	0.2	4.25	0.3	4.76
ثمن العبوات	0.7	14.89	0.7	11.11
تكاليف النقل	1.5	31.92	2	31.74
الفاقد	0.5	10.64	1.5	23.80
عمولة البيع	0.3	6.38	0	0
تكاليف أخرى	1.5	31.92	1.8	28.57
الإجمالي	4.7	100	6.3	100

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

ولحساب التكاليف التسويقية لعنب العصير جرى تقسيم هذه التكاليف إلى تكاليف التصنيع وتكاليف التعبئة وتكاليف النقل كما هو موضح في الجدول رقم (27) الذي يبين تكاليف التسويق لعنب العصير حيث بلغ إجمالي هذه التكاليف للكيلو الواحد 20.05 ل.س والتي ينتج عنها 147 مل منتج نهائي (عرق معبأ) وبالتالي نجد أن تكلفة تسويق اللتر الواحد من العرق المعبأ (1000مل) بلغت 136.39 ل.س .

جدول رقم (27) : هيكل التكاليف التسويقية للكيلو غرام من عنب العصير ليصبح منتج نهائي (عرق معبأ) .

البند	التكلفة ل.س / كغ
تكاليف التصنيع و تشمل :	
1- نفقات العصر للتخمير (عصير)	3.66
2- نفقات التقطير (صوما)	2.54
3- عرق غير معبأ	6.15
تكاليف التعبئة	5.45
تكاليف النقل	2.25
الإجمالي	20.05

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

4-4-2- الهوامش التسويقية (الفروق السعرية) لمحصول العنب : Marketing margins (price differences) to harvest Grape

يعرف الهامش التسويقي الإجمالي لسلعة معينة : بأنه الاختلاف بين ما يدفعه المستهلك لقاء السلعة بصورتها النهائية وبين قيمة ما يتلقاه المنتج . وغالباً ما تقدر الهوامش في السلسلة التسويقية للمستويات المختلفة كتجار الجملة والتجزئة وغيرها (Pelletier ، 2006) .

وقد صنف (رشوان والفيل ، 1979) الهامش التسويقي إلى نوعين : أولهما : الهامش المطلق : وهو الفرق سعري بين كميات فيزيقية متعادلة عند مستويات مختلفة من المسلك التسويقي .

وثانيهما : الهامش النسبي : وهو الفرق المطلق منسوباً لسعر الشراء (التعليق السعرية) ، أو منسوباً لسعر البيع .

ويبين الجدول رقم (28) الهوامش التسويقية المطلقة والنسبية وفقاً للمسالك التسويقية المختلفة لمحصول العنب على مستوى عينة الدراسة ، حيث يتضح ارتفاع الهامش التسويقي وأن أعلى قيمة كانت لدى تاجر التجزئة حيث بلغ نحو 4 ل.س / كغ بمعدل زيادة بلغ 21.05 % ، نتيجة لارتفاع أسعار بيع العنب في أسواق الإنتاج مقارنة بأسعار الشراء ، مما يشكل مؤشراً يعكس زيادة الطلب في هذه الأسواق .

الجدول رقم (28) : الهوامش التسويقية النسبية والمطلقة بالليرة للكغ لمحصول العنب وفقاً للمسالك التسويقية المختلفة في عينة الدراسة خلال الموسم (2011-2012 م) .

المسلك التسويقي	سعر الشراء ل.س / كغ	سعر البيع ل.س / كغ	الهامش التسويقي المطلق* ل.س / كغ	الهامش التسويقي النسبي **%	معدل الزيادة ***%
تاجر الجملة	18	21	3	14.28	16.67
تاجر التجزئة	19	23	4	17.39	21.05

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

حيث : * الهامش التسويقي المطلق = الفرق بين سعر الشراء وسعر البيع

** الهامش التسويقي النسبي = الهامش المطلق / سعر البيع $\times 100$

*** معدل الزيادة = الهامش المطلق / سعر الشراء $\times 100$

3-4-4- الكفاءة التسويقية لمحصول العنب : Marketing efficiency vine

crop بين (ياسين وعبد العزيز ، 2003) أن كفاءة التسويق تشتمل أساساً على الكفاءة التشغيلية (التكنولوجية) وكفاءة التسعير ، حيث تزداد الكفاءة التشغيلية عندما تنخفض تكاليف التسويق في الوقت نفسه الذي تتضاعف فيه المنتجات أو تحافظ على إنتاجيتها بينما تركز كفاءة التسعير على التخصيص الكفاء للموارد داخل أنظمة التسويق ، وترتبط دائماً وأبداً مع الأسواق المتنافسة .

وتقاس الكفاءة التسويقية من خلال المعادلات الرياضية باستخدام المؤشرين التاليين :

الأول : يقوم على أساس النسبة بين مجمل تكاليف التسويق ومجمل التكاليف الكلية (تكاليف الإنتاج ، تكاليف التسويق) ويحسب وفق المعادلة التالية :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - \frac{(\text{التكاليف التسويقية} \div (\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية})) \times 100}{100}$$

الثاني : يقوم على أساس النسبة بين مجمل التكاليف الكلية والقيمة الإجمالية للمحصول المباع ، ويحسب وفق المعادلة التالية :

$$\text{الكفاءة التسويقية} = 100 - ((\text{التكاليف التسويقية} + \text{التكاليف الإنتاجية}) \div \text{قيمة المبيعات}) \times 100$$

ويتبين من الجدول رقم (29) الكفاءة التسويقية لمحصول العنب على مستوى المسالك التسويقية المختلفة من واقع الدراسة الميدانية. فقد بلغت الكفاءة التسويقية من خلال المسلك التسويقي لكل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة على التوالي 68.93 % ، 62.74 % ويرجع ارتفاع مستوى الكفاءة التسويقية لتاجر الجملة إلى ارتفاع مستوى أداء الخدمات والوظائف التسويقية التي تجري على هذا المحصول والمراحل التسويقية المختلفة وانخفاض الهوامش الربحية التي يتقاضاها الوسطاء والمتعاملون في تسويق هذا المحصول من خلال هذه المسالك ، ونتيجة لقلة التكاليف التسويقية التي يتحملها التاجر .

جدول رقم (29) : الكفاءة التسويقية لمحصول العنب على مستوى عينة الدراسة خلال الموسم (2011-2012 م)

البند (ل.س / كغ)	تاجر الجملة	تاجر التجزئة
التكاليف الإنتاجية	10.61	10.61
التكاليف التسويقية	4.7	6.3
الكفاءة التسويقية %	68.93%	62.74%

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

كما يتبين من الجدول رقم (30) أن الربح الإجمالي للكغ المسوق من محصول العنب لدى تاجر الجملة كان 5.69 ل.س / كغ ، بالتوازي مع انخفاض التكاليف التسويقية عبر هذا المسلك . يليها عبر تاجر التجزئة حيث قدر صافي الربح للكغ المسوق 6.09 ل.س / كغ .

واتضح من الدراسة أن مصادر الحصول على معلومات متعلقة بأسعار المحاصيل الزراعية هي الوسائل التقليدية المتوفرة وغالبا " من خلال التاجر أو المشتري للمحصول نفسه لذلك فإن أغلبية المنتجين يقعون تحت احتكار التاجر وتحكمهم بأسعار محاصيلهم .

جدول رقم (30) : الربح الإجمالي للكغ المسوق لمحصول العنب على مستوى عينة الدراسة من خلال المسالك التسويقية المختلفة.

المسلك التسويقي	التكاليف التسويقية ل.س / كغ	التكاليف الإنتاجية ل.س/كغ	قيمة المبيع ل.س / كغ	الربح الإجمالي ل.س / كغ
تاجر الجملة	4.7	10.61	21	5.69
تاجر التجزئة	6.3	10.61	23	6.09

المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

4-4-4- نصيب المنتج من سعر المستهلك : Product share of the consumer price

يتبين من الجدول رقم (31) باعتماد السعر المدفوع من قبل المستهلك لشراء محصول العنب أن المنتجين حصلوا على أعلى نصيب من تاجر الجملة حيث بلغ نحو 85.71 % من سعر تاجر الجملة بينما بلغ 82.60 % من سعر تاجر التجزئة .

جدول رقم (31) : قيمة نصيب المنتجين ونسبتها المئوية خلال المسالك التسويقية المختلفة لمحصول العنب في منطقة الدراسة.

المسلك التسويقي	متوسط السعر المزرعي ل.س / كغ	متوسط سعر البيع ل.س / كغ	*نصيب المنتجين %
تاجر الجملة	18	21	85.71
تاجر التجزئة	19	23	82.60

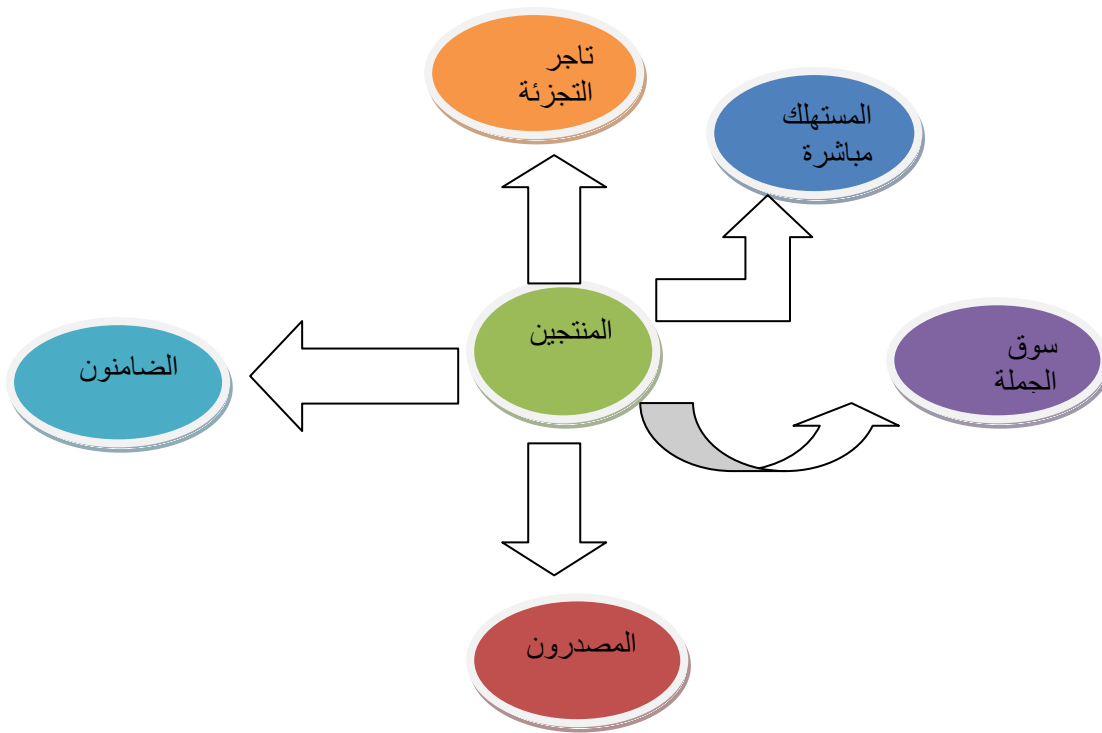
المصدر : حسبت وجمعت من واقع الاستقصاء الميداني .

ملاحظة : *حسب نصيب المنتجين بقسمة السعر المزرعي للكمية المباعة على
سعر البيع $100 \times$

5-4-4- المسالك التسويقية لمحصول العنب المعد للاستهلاك : Marketing tract to the Grape crop

الحلقة الأولى من المسالك التسويقية : وتتضمن عدداً من المسالك التي كانت على اتصال مباشر بالمنتجين وهي :

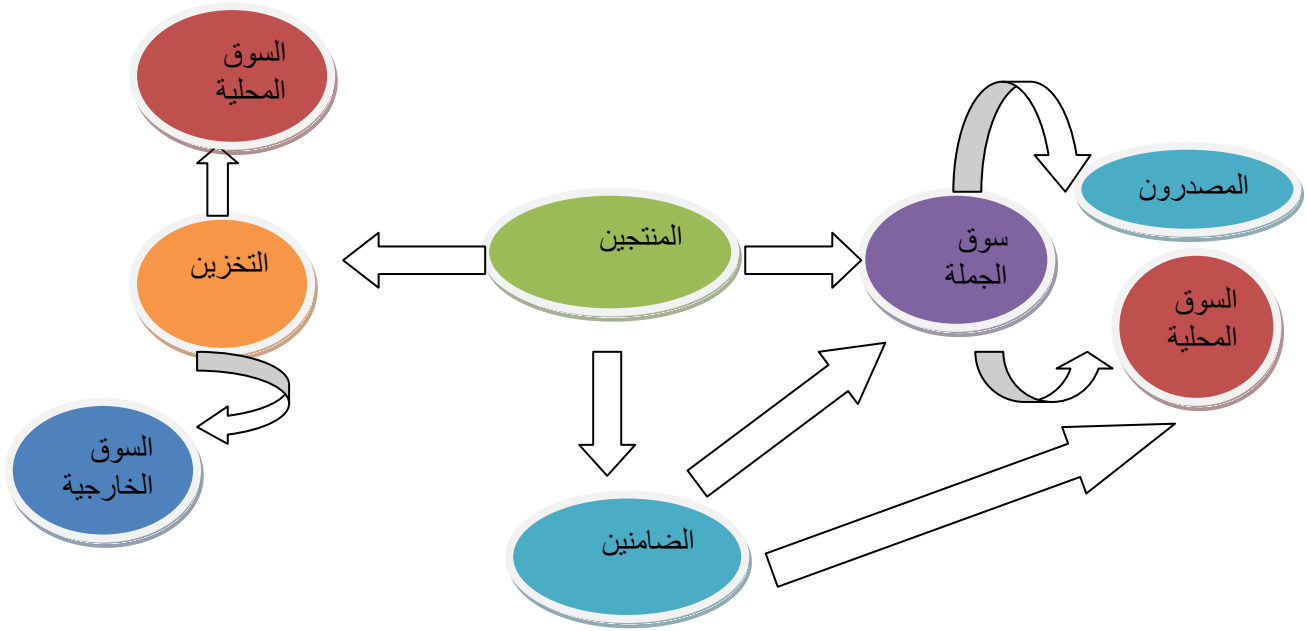
- 1- سوق الجملة .
- 2- الضامنون .
- 3- البيع على جوانب الطرقات (المستهلك مباشرة) .
- 4- المصدرون .
- 5- البيع لتاجر التجزئة .



الشكل رقم (9) : الحلقة الأولى من المسالك التسويقية

الحلقة الثانية من المسالك التسويقية: وتتضمن هذه الحلقة عدداً من المسالك التي فصلت بينها وبين المنتج محطة واحدة على المسار التسويقي لعنب المائدة، هي:

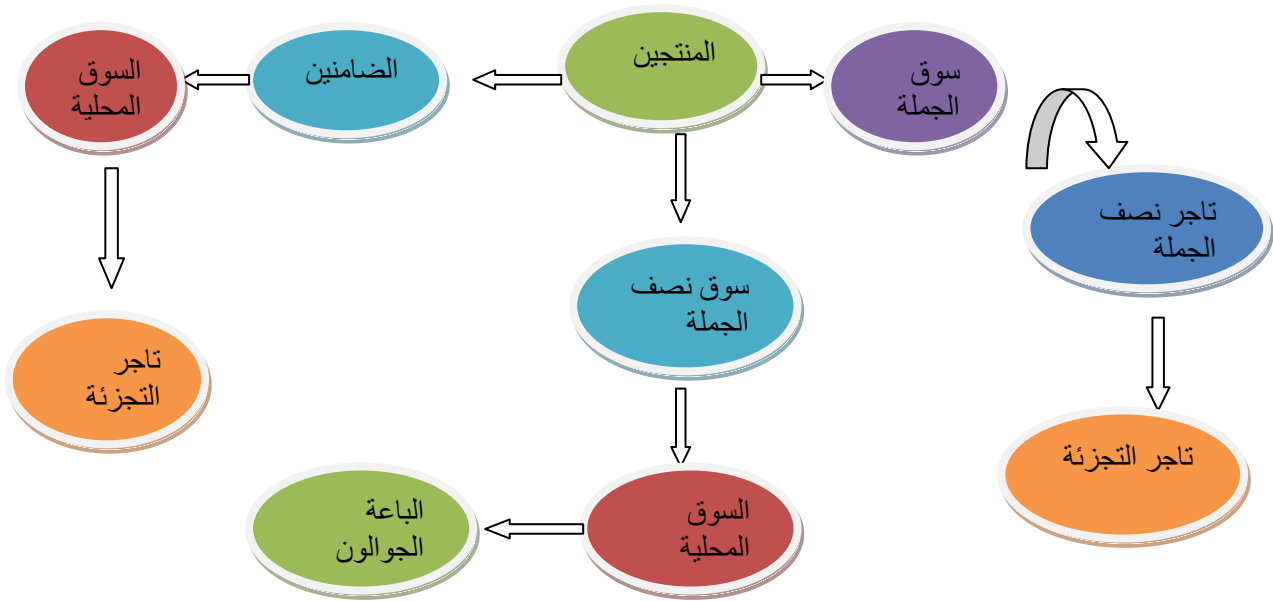
- 1- المسالك التسويقية التي تلي سوق الجملة : تصنف إلى مسلكين رئيسيين، هما :
أ- السوق المحلية ب- المصدرون .
- 2- المسالك التسويقية التي تلي الضامنين .
- 3- المسالك التي تلي التخزين .



الشكل رقم (10) : الحلقة الثانية من المسالك التسويقية

الحلقة الثالثة من المسالك التسويقية وما بعدها : وتتضمن هذه الحلقة المسالك التسويقية التي فصلت بينها وبين المنتج محطتان على المسار التسويقي لعنب المائدة أو أكثر ، هي :

- 1- تاجر نصف الجملة.
- 2- تاجر التجزئة.
- 3- الباعة الجوالون.



الشكل رقم (11) : الحلقة الثالثة من المسالك التسويقية

4-5- المشكلات والمعوقات التي تواجه إنتاج وتسويق محصول العنب في محافظة السويداء (منطقة الدراسة) : Problems and obstacles facing the production and marketing of the crop Grape in AL swieda in the study area

1- قلة البيانات الخاصة عن احتياجات السوق الخارجية حتى يتسنى لمنتجي العنب الإنتاج بحسب حاجة هذه السوق مما يؤكد أهمية إجراء هذا البحث .

2- تناقص المساحات المزروعة بمحصول العنب بنسبة 5% سنوياً بسبب التوسع بزراعة محصول التفاح على حساب محصول العنب في منطقة الدراسة وذلك نتيجة إصابة المحصول بحشرة الفيلوكسيرا وعدم توفر الأصناف التي تتمتع بمقاومة مطلقة ضد الإصابة بهذه الحشرة .

3- عدم استقرار الإنتاج في ظروف الزراعة البعلية ، وغياب الدعم الزراعي لمحصول العنب بشكل نهائي .

4- ارتفاع تكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي اللازمة للقيام بكافة عمليات الخدمة التي يحتاجها المحصول خلال الموسم الزراعي 2011-2012 م بنسبة تتراوح ما بين 40-50 % الأمر الذي يشكل عائقاً كبيراً أمام المزارعين في الاستمرار بالحصول على الإنتاج بالجودة المطلوبة القادرة على المنافسة في الأسواق الداخلية والخارجية .

5- غياب الرقابة الدورية على الأسواق مما يجعل الفرصة متاحة أمام السماسرة والوسطاء للتحكم بأسعار محصول العنب وإعطاء المزارع السعر الأقل الذي لا يغطي تكاليف إنتاج هذا المحصول .

6- تدني إنتاجية وحدة المساحة في ظروف الزراعة البعلية بنسبة تتراوح ما بين 75-100 كغ / دونم سنوياً وبالتالي قلة كمية الإنتاج الأمر الذي يستوجب السعي الدؤوب لزيادة المساحات المروية مما ينعكس إيجاباً على الإنتاجية والإنتاج وبالتالي تحسين العوائد المادية لدى المزارعين .

7- لا تزال طريقة التربية الزاحفة هي المتبعة في زراعة محصول العنب بنسبة 80 % مما يؤدي إلى قلة الإنتاجية في وحدة المساحة .

8- عدم ثبات الكميات المصدرة بسبب عدم ثبات كميات الإنتاج، ما يشكل سبباً رئيساً في معاناة كل من الفلاح والمصدر .

9- تقلبات الأسعار وصعوبة التنبؤ بها بالإضافة إلى عدم وجود نشرات دورية عن أسعار محصول العنب .

4-6- الوسائل والطرائق اللازمة لتجاوز المشكلات والمعوقات التي تواجه إنتاج وتسويق محصول العنب في محافظة السويداء (منطقة الدراسة) :

1- تأسيس قاعدة بيانات محلية تؤمن تدفق المعلومات التسويقية في السوق الداخلية والخارجية .

2- الاهتمام بالموصفات التسويقية للسلعة وخاصة الفرز والتوضيب والتعبئة والتغليف .

3- تشديد الرقابة على الأسواق أثناء مواسم الإنتاج والتسويق لكي لا يقع المزارع تحت تحكم السماسرة والوسطاء .

4- التوسع في التصدير من خلال زيادة حوافز التصدير .

5- التوسع في تصنيع دبس العنب بهدف تطوير الاستهلاك المحلي لهذه السلعة .

6- التوسع في حفر الآبار المخصصة للري الزراعي إن أمكن ذلك بهدف تحويل كامل هذه الزراعة من بعلية إلى مروية .

7- العمل على تأمين كافة مستلزمات الإنتاج الزراعي للمزارعين بأقل التكاليف وبالوقت المناسب تحت إشراف الدولة على ذلك .

8- التشجيع على اتباع طريقة التربية على أسلاك بغية زيادة إنتاجية وحدة المساحة وتسهيل عمليات الخدمة الزراعية المقدمة ومكننة عمليات الجني والقطاف .

5- النتائج والتوصيات : Results and recommendations

أ- النتائج : Results

1- بلغ المدى الفعلي لعمر أفراد العينة (26-70) سنة ، وكانت النسبة الأكبر والبالغة 41.6 % هي من الفئة العمرية (41-55) سنة ، ونسبة الحاصلين على الشهادة الابتدائية 52% من إجمالي المزارعين، وأن نسبة 98.9 % من أفراد العينة هم من المتزوجين .

وقد بلغ متوسط حجم الأسرة 7 فرد ، حيث كان 88.89% من أفراد العينة يمارسون الأعمال الزراعية ، كما بلغت نسبة أفراد الأسرة الذين يعتمدون في دخلهم على الزراعة بشكل كامل 62% من إجمالي العينة ، أي أن هذا المحصول يساهم في خلق فرص عمل ويؤمن دخل للأسر الكبيرة .

2- بينت نتائج الدراسة الميدانية أن متوسط عدد سنوات العمل بالزراعة لدى مزارعي العينة هو (30) سنة ، كما أن 78% من إجمالي المزارعين يتمتعون بالملكية الخاصة لأراضيهم .

3- وقد بينت النتائج أن نسبة المزارعين الذين يقومون بالرش الكيماوي بالشكل الصحيح ليست كافية ، حيث كانت نسبتهم 64 % من أفراد العينة ، كما أن عدد قليل من أفراد العينة يقومون بالتسميد الكيماوي بنسبة لا تتجاوز 35% .

4 - بينت نتائج حساب تكاليف إنتاج محصول العنب البعل في محافظة السويداء للموسم (2011-2012) أن إجمالي التكاليف الكلية لمحصول العنب في العينة المدروسة قد بلغت (5412) ل.س/ دونم ، أما بالنسبة لتكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي فقد بلغت (2080) ل.س / دونم ، وشكلت ما نسبته (47.48)% من إجمالي التكاليف المتغيرة ، وأن مردود الدونم بلغ بالمتوسط (510) كغ / دونم ، وعليه نجد أن قيمة الناتج الإجمالي بلغت (7650) ل.س / دونم ، أما صافي الدخل المزرعي فقد بلغ (2238) ل.س / دونم وبالتالي بلغت تكلفة 1 كغ من العنب (10.61) ل.س .

5 – كما بينت نتائج حساب تكاليف إنتاج العنب في محافظة السويداء للفئة الحيازية الأولى (أقل من 20 دونم) أن إجمالي التكاليف الكلية لمحصول العنب قد بلغت (5728.5) ل.س / دونم ، أما بالنسبة لتكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي فقد بلغت (2140) ل.س / دونم ، وشكلت ما نسبته (46.12) % من إجمالي التكاليف المتغيرة ، وأن مردود الدونم بلغ بالمتوسط (450) كغ / دونم وعليه نجد أن قيمة الناتج الإجمالي (6750) ل.س / دونم ، أما صافي الدخل المزرعي فقد بلغ (1021.5) ل.س / دونم وبالتالي بلغت تكلفة 1 كغ من العنب (12.73) ل.س .

6 - كما بينت نتائج حساب تكاليف إنتاج العنب في محافظة السويداء للفئة الحيازية الثانية أن إجمالي التكاليف الكلية لمحصول العنب قد بلغت (5193.75) ل.س / دونم ، أما بالنسبة لتكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي فقد بلغت (2050) ل.س / دونم ، وشكلت ما نسبته (48.83) % من إجمالي التكاليف المتغيرة ، وأن مردود الدونم بلغ بالمتوسط (500) كغ / دونم ، وعليه نجد أن قيمة الناتج الإجمالي (7500) ل.س / دونم ، أما صافي الدخل المزرعي فقد بلغ (2306.25) ل.س / دونم وبالتالي بلغت تكلفة 1 كغ من العنب (10.38) ل.س .

7 - كما بينت نتائج حساب تكاليف إنتاج العنب في محافظة السويداء للفئة الحيازية الثالثة أن إجمالي التكاليف الكلية لمحصول العنب قد بلغت (4822.5) ل.س / دونم ، أما بالنسبة لتكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي فقد بلغت (1900) ل.س / دونم ، وشكلت ما نسبته (48.72) % من إجمالي التكاليف المتغيرة ، وأن مردود الدونم بلغ بالمتوسط (580) كغ / دونم ، وعليه نجد أن قيمة الناتج الإجمالي قد بلغت (8700) ل.س / دونم ، أما صافي الدخل المزرعي فقد بلغ (3877.5) ل.س / دونم وبالتالي بلغت تكلفة 1 كغ من العنب (8.31) ل.س .

وعليه نجد أن أصحاب الحيازات الأكبر من (40) دونم قد حققوا أقل تكاليف ، من حيث تكلفة إنتاج الكغ الواحد من العنب ، ومن حيث إجمالي التكاليف الكلية للعمليات الزراعية والمستلزمات ، كما حققوا أعلى صافي دخل ، وناتج إجمالي .

8- بينت نتائج حساب تكاليف إنتاج محصول العنب المروي في محافظة السويداء للموسم (2011-2012) أن إجمالي التكاليف الكلية لمحصول العنب المروي في العينة المدروسة قد بلغت (12830) ل.س / دونم ، أما بالنسبة للتكاليف المتغيرة فقد بلغت (6630) ل.س / دونم ، وشكلت ما نسبته (51.65) % من إجمالي التكاليف الكلية .

وأن مردود الدونم بلغ بالمتوسط (1000) كغ / دونم ، وعليه نجد أن قيمة الناتج الإجمالي بلغت (20000) ل.س / دونم ، أما صافي الدخل المزرعي فقد بلغ (4662.75) ل.س / دونم ، وبالتالي بلغت تكلفة 1 كغ من العنب (15.33) ل.س .

9- بلغ متوسط الناتج الإجمالي لمحصول العنب البعل في العينة المبحوثة في الموسم الزراعي (2011-2012 م) ما مقداره (7650) ل.س / دونم ، وبلغ الهامش الإجمالي لمحصول العنب خلال نفس الموسم (3270) ل.س / دونم ، أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ 75% وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية لدى مزارعي العنب (50) % ، وبلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية لمحصول العنب (1.4) .

10 - بلغ متوسط الناتج الإجمالي لأصحاب الفئات الحيازية الأولى لمحصول العنب ما مقداره (6750) ل.س / دونم ، وبلغ الهامش الإجمالي لمحصول العنب خلال نفس الموسم (2110) ل.س / دونم ، أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ (70) % ، وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية لدى مزارعي العنب (42) % ، وبلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية لمحصول العنب (1.17) .

11 - بلغ متوسط الناتج الإجمالي لأصحاب الفئات الحيازية الثانية لمحصول العنب ما مقداره (7500) ل.س / دونم ، كما بلغ الهامش الإجمالي لمحصول العنب خلال نفس الموسم (3300) ل.س / دونم ، أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ (85) % ، وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية لدى مزارعي العنب (57) % ، وبلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية لمحصول العنب (1.44) .

12 - بلغ متوسط الناتج الإجمالي لأصحاب الفئات الحيازية الثالثة لمحصول العنب ما مقداره (8700) ل.س / دونم ، وبلغ الهامش الإجمالي لمحصول العنب خلال نفس الموسم (4800) ل.س / دونم ، أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ (90) % ، وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية لدى مزارعي العنب (72) % ، وبلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية لمحصول العنب (1.8) .

13 - بلغ متوسط الناتج الإجمالي لمحصول العنب المروي في العينة المبحوثة للموسم الزراعي (2011-2012 م) ما مقداره (20000) ل.س / دونم ، وبلغ الهامش الإجمالي لمحصول العنب المروي (13370) ل.س / دونم ، أما متوسط مستوى الربحية فقد بلغ 85% وقد بلغ متوسط المعدل العام للربحية لدى مزارعي العنب (70) % ، وبلغ متوسط الكفاءة الاقتصادية الإجمالية لمحصول العنب (1.3) .

14 - بينت نتائج حسابات التكاليف التسويقية لمحصول العنب للموسم الزراعي (2011-2012 م) أن متوسط التكلفة التسويقية للكغ من محصول العنب بلغت (4.7) ل.س / كغ بالنسبة لتاجر الجملة ، كما بلغ متوسط تكلفة الكغ بالنسبة لتاجر التجزئة (6.3) ل.س / كغ . وبلغ متوسط التكلفة التسويقية للكغ من عنب العصير (20.05) ل.س / كغ ، وهذا يبين ارتفاع التكلفة التسويقية للكغ من عنب العصير مقارنة بالتكلفة التسويقية للكغ من عنب المائدة بالنسبة لتاجر الجملة وتاجر التجزئة .

15 - كما اتضح ارتفاع الهامش التسويقي عبر كل من المسلك التسويقي من خلال تاجر الجملة وتاجر التجزئة ، وأن أعلى هامش تسويقي كان من خلال مسلك تاجر التجزئة حيث بلغ نحو (4) ل.س / كغ بمعدل زيادة بلغ (21.05) % .

16 - وقد بلغت الكفاءة التسويقية من خلال المسلك التسويقي لكل من تاجر الجملة وتاجر التجزئة على التوالي (68.93) % ، (62.74) % مما يدل على ارتفاع

مستوى أداء الخدمات والوظائف التسويقية المقدمة التي تجري على هذا المحصول والمراحل التسويقية المختلفة . كما تبين أن الربح الإجمالي للكغ المسوق من محصول العنب لدى تجار الجملة 5.69 ل.س / كغ ، في حين كان صافي الربح للكغ المسوق لدى تجار التجزئة 6.09 ل.س / كغ .

17 - تبين أن المنتج يحصل على أعلى نصيب من سعر تاجر الجملة حيث بلغ نحو (85.71) % بينما بلغ (82.60) % من سعر تاجر التجزئة .

ب- التوصيات : Recommendations

من خلال المشكلات البحثية التي انطلقت منها الدراسة والنتائج السابقة المستخلصة من الدراسة يمكن بلورة جملة من التوصيات التي تلخص أهم الإجراءات التي تدعو الدراسة لإتباعها بهدف معالجة المشاكل البحثية أهمها :

1- العمل على استقرار وعدم تذبذب كل من المساحة المزروعة والإنتاج المحلي لمحصول العنب ، ويتجلى ذلك من خلال الاهتمام بمحصول العنب في منطقة الدراسة ، وتقديم الدعم اللازم للمزارع ، وزيادة المساحة المخصصة لزراعة هذا المحصول .

2- التشجيع على حفر الآبار المخصصة للري الزراعي إن أمكن ذلك في منطقة الدراسة بهدف التوسع في زراعة محصول العنب في المناطق المناسبة لزراعته وزيادة المساحات المروية التي ينتج عنها إنتاجية أعلى في وحدة المساحة من المساحات البعلية .

3- ضرورة العمل على خفض تكاليف مستلزمات الإنتاج الزراعي وخصوصاً المبيدات الكيميائية ، وتنظيم عملية المعاملة بالمبيدات ، والتأكيد على قطاع العناقد ضمن فترة الأمان من آثار المبيدات ، وتفعيل الرقابة على المبيدات الزراعية ، والأسمدة الكيميائية ، ومعدلات استخدامها .

4- التشجيع على اتباع طريقة التربية على أسلاك بعد الزراعة بغية زيادة إنتاجية وحدة المساحة والتأكيد على زراعة الأصول المقاومة لحشرة الفيلوكسيرا خاصة بالنسبة لأصناف العصير .

5- تشجيع إقامة جمعيات تعاونية لمنتجي ومسوقي محصول العنب مما يساهم في الحد من احتكار الوسطاء والتجار ويساعد المنتجين على الحصول على أسعار مناسبة لمنتجهم .

6- تسهيل عمليات تسويق محصول العنب وإيجاد منافذ تسويقية متعددة للتقليل من التكاليف التسويقية ، ودعم الوظائف التسويقية المقدمة لهذا المحصول بشكل أكبر ، لأن من أهم التحديات التي تواجه زيادة إنتاج وتصدير العنب هي الطرق التقليدية المتبعة في إنتاجه وضعف آلية التسويق اللازمة لتصريف الإنتاج .

7- العمل على تأمين الدعم الزراعي لمحصول العنب من قبل الدولة بغية تقليل التكاليف الإنتاجية لهذا المحصول على المزارع واستمراره في الإنتاج بالإضافة إلى ضرورة التأمين الزراعي على هذا المحصول ضد مخاطر الجفاف والكوارث الطبيعية التي قد يتعرض لها والتعويض على المزارعين في حال حدوث خسائر في الإنتاج نتيجة العوامل الجوية الطارئة التي يمكن أن تلحق ضرراً كبيراً بالمحصول بتعويضات مجزية تعادل الخسائر الحاصلة في الإنتاج ، وذلك بغية تثبيت المزارع في أرضه لكي يتمكن من الاستمرار بالعمل الزراعي والتنمية الزراعية التي تشكل منطلقاً أساسياً لدعم الاقتصاد الوطني والنهوض به .

المراجع العربية : Arabic References

- 1- حامد ، فيصل (1985،1986) : الفاكهة ، منشورات كلية الزراعة – جامعة دمشق .
- 2- حامد ، فيصل - العيسى ، عماد - بطحة ، محمد (2006) ، إنتاج الفاكهة - كلية الزراعة - جامعة دمشق .
- 3- رشوان مصطفى فكري ، الفيل أحمد محمد ، 1979- مبادئ التسويق الزراعي . دار المطبوعات الجديدة ، الإسكندرية ، جمهورية مصر العربية ، ص54
- 4- الراوي واثق ، 2001 ، تحليل اقتصادي لكفاءة إنتاج البطاطا في العراق ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة بغداد ، العراق .
- 5- سوريال ، جميل فهيم (1985) : كروم العنب وطرق إنتاجها . الدار العربية للنشر والتوزيع ، سلسلة العلم والممارسة في زراعة وإنتاج الفاكهة ، الطبعة الأولى (البلد) .
- 6- الشيخ حسن ، طه (1997) : موسوعة كرمة العنب : فوائدها – زراعتها – خدمتها – أصنافها – آفاتها – تصنيع منتجاتها . دار علاء الدين ، الطبعة الأولى ، دمشق .
- 7- عبد العزيز ، علي (1994) : اقتصاديات الإنتاج النباتي ، كلية الزراعة - منشورات جامعة دمشق .
- 8- العصفور ، صالح (2003) ، السياسات الزراعية ، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية ، العدد 21 + العدد 19 ، الكويت .
- 9- العطوان ، سمعان (2011) ، تحليل وتقويم المشاريع الزراعية ، كلية الزراعة ، منشورات جامعة دمشق ، ص 163 .
- 10- العليوي ، أحمد الأحمد وعبد اللطيف ، عبد الغني ، (2002) ، تحميل وتقييم المشروعات الزراعية ، الجزء النظري ، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية ، كلية الزراعة ، جامعة حلب ، سورية .
- 11- فراج ، عز الدين (1988) : مزارع العنب ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة – مصر .

- 12- كورس اليساندرو ، (2003) ، " الاقتصاد الزراعي " المركز الوطني للسياسات الزراعية ، دمشق ، ص2 ، الجمهورية العربية السورية .
- 13- المغربي محمد محمد جبر ، 2004 – الاقتصاد القياسي . قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة المنصورة ، جمهورية مصر العربية
- 14- القطب ، محمد عدنان – قطنا ، هشام (1987- 1988) : الفاكهة متساقطة الأوراق – الجزء النظري ، منشورات كلية الزراعة – جامعة دمشق .
- 15- الناصير ، أحمد إبراهيم ، (2010) السياسات الاقتصادية الزراعية لعنب المائدة في سورية وتحليل السوق مثال : المنطقة الجنوبية ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الهندسة الزراعية ، جامعة دمشق .
- 16- النجفي سالم توفيق ، (1998) ، " اقتصاديات الإنتاج الحيواني " وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، جامعة الموصل ، الجمهورية العراقية ص76
- 17- نوال نعمة ، القدرة التنافسية للصادرات الزراعية ، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي ، منتدى السياسات الزراعية (2007) ، الوقائع رقم 25.
- 18- ياسين ، محمود - عبد العزيز ، علي (1999) : تسويق المنتجات الزراعية ، كلية الزراعة - منشورات جامعة دمشق ، سورية .
- 19- ياسين ، محمود – عبد العزيز ، علي (2007) " أسس التسويق الزراعي والغذائي " ، كلية الزراعة – منشورات جامعة دمشق ، سورية .
- 20- الكتاب السنوي للفاو حول الإنتاج (1998 - 2003) ، سلسلة الدراسات الإحصائية ، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة ، مجلد رقم 53 .
- 21- مجلة الشرق الأوسط (2006) عصير العنب الطبيعي مشروب صحة القلب وشرابيه.
- 22- جمعية عنب المائدة الاسترالية (2002, ATGA) .
- 23- المكتب المركزي للإحصاء ، 2012 – المجموعة الإحصائية . رئاسة مجلس الوزراء ، دمشق ، الجمهورية العربية السورية .
- 24- هيئة تخطيط الدولة : الخطة الخمسية العاشرة 2006- 2010 سورية
- 25- إحصائيات غير منشورة لمديرية الزراعة بالسويداء حول مساحة وإنتاج وإجمالي عدد أشجار العنب وعدد المثمر منها (2011) .

- 26- مديرية الزراعة بالسويداء - دائرة الاقتصاد والتسويق الزراعي - 2012 م .
- 27- مديرية الزراعة بالسويداء - دائرة الإحصاء والتخطيط - 2012 م .
- 28- وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي ، مديرية الإحصاء ، المجموعة الإحصائية الزراعية لوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي للأعوام (1994- 1998- 2004 - 2009 - 2012).
- 29- وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، المركز الوطني للسياسات الزراعية ، قاعدة البيانات (2007) ، دمشق .
- 30 - وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، المركز الوطني للسياسات الزراعية ، 2010 ، واقع الغذاء والزراعة في سورية ، دمشق .
- 31 - قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (FAOSTAT) .

المراجع الأجنبية : Foreign References

- 32 - ATGA , Australian Table Grape Association
(2002): strategic plan : the Australian table grape industry.
- 33- Black , I.D. and Dyson C.B (2006) The Economic Impact of Research and Extension on south Australian viticulture 1983-2002. SARDI Research Report Series Number 141 . south Australian Research and Development Institute .
- 34- Bordelon , B . (2001) : Business planning and Economics of Midwestern Grape Production . purdue university , France .
- 35 - Border K .C.,2004 – on The cobb – Douglas Production Function . Division of the Humanities and Social sciences , California Institute of Technology .
- 36 - Conradie ,B.G cook son , Cthirtle , (2006) . Efficiency and Farm Size in western cape Grape Production : pooling small data sets . University of Connecticut , Department of Economics,England .
- 37 - Coelli time ,(2006). center of efficiency and productivity Analysis , university of new England , Australia , CEPA working paper 96/07 .
- 38 - Dani ,C –oliboni ,L – vanderlinde, R- banato, D-Salvador, M and henriques, J. (2007) . Phenolic content and antioxidant activities of white and purple juices manufactured with organically – or conventionally – produced grapes . Food and chemical toxicology 45 (2007) : 2574- 2580 .
- 39 - Davalos , A- bartolome, B – cordoves , C .(2004) . Antioxidant properties commercial grape juices and vinegars . Food chemistry . v(93) : 325- 330 .

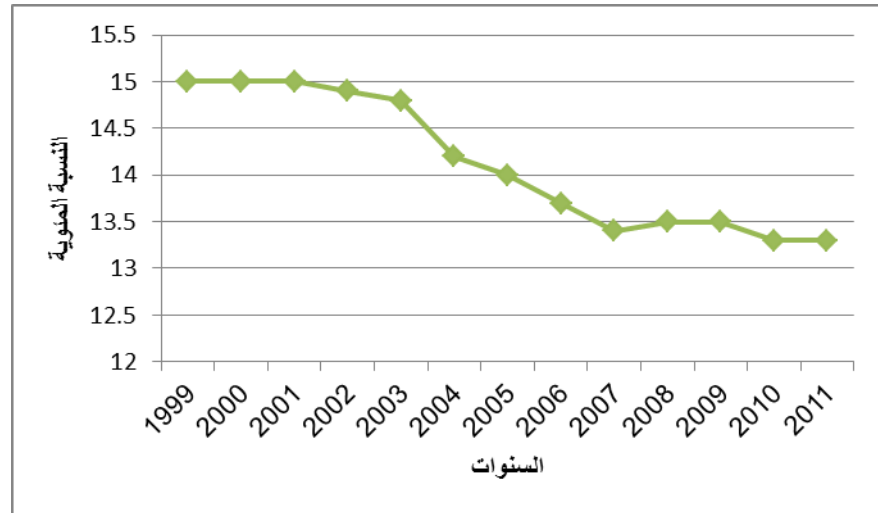
- 40 - Dill , S. (2006) : Economics of commercial Grape production . university of Maryland , U.S.A .
- 41- Ellis , F., 1993 – Peasant Economics: Farm Households and Agrarian Development, 2nd Edition . Cambridge university press .
- 42 - El - sawalhy , H, A. Abou El - Azayem, M , G .M ., Zaghloul, E,A., (2008) : Analysis of Egyptian Grapes Market shares in the world Markets . Department of Agricultural Economics , National Research Center , Dokki , Giza Egypt . American - Eurasian J . Agric . & Environ . sci , 3 (4) .
- 43 - Ferris N John (1998) , Agricultural prices and commodity Market Analysis ,1998(Michigan state university) .
- 44 - Grier , k . Martin , L . and Morris K . (2000) : Ontario Grape production Economic Impact . George morris center .
- 45 -Harrington ,D.H., 1992 – Measurement Issues Relating to Policy Analysis : cost and Returns for Agricultural Commodities . Oxford : West view , press .
- 46 - Heady ,E.O.and Dillon, J.L.,1972- Agricultural Production Functions . Iowa state university press , Ames, Iowa, USA.
- 47 -Kalirajan,K.p.and shand .R.T., 1999-Frontier production Functions and Technical Efficiency Measures . The Australian National university .Journal of Economic Surveys, vol.13,No.2.
- 48 - Krishnamurthy , R. (2001) : Evaluation study of post Harvest centers (pre- cooling etc .) for Export of Grapes , (Maharashtra state) National Bank for Agriculture And Rural Development , Pune, India .

- 49 - Mac Donald's(1995). too close for comfort : the strategic implications of getting close to the customer . calif M,USA .
- 50 -Pelletier ,D, 2006 , Asset pricing : supply and Demand . North Carolina state university , USA .
- 51 -Robert, B.A.,and David , H.F., 2006 – Graduation Rates and Accountability : Regression versus Production From tiers . Working paper , Department of Eco-nomics , college of William and Mary ,P34 .
- 52 - Scar bourgh ,V. and Kydd , J., 1992 – Economic Analysis of Agricultural Mar- Kets : Amanual . chatham Natural Resource I .
- 53 - Seo , S. Victoria salin , paul D . Mitchell , and David J . Leatham . (2004) : Effect of Revenue Insurance on Entry and Exit Decisions in Table Grape Production : A Real option Approach .
- 54 - Shah ,D (2007) : Assessing Economics of Grape Cultivation in India , Munich personal Re PEC Archive , Deemed university , Maharashtra , India .
- 55 - Signes , A.J.F.Burlo , F . Martines - Sanchez , AA. Carbonell - Brrachina , (2007) : Effects of Preharvest Bagging on Black Table Grape , Department of Agro- Food Technology Univesidad Migual Herna , orihuela . Alicante - Spain .
- 56 - Wolf , M . M. (2002) : An Analysis of the Impact of price on consumer purchase Interest in organic Grape and aprofil of organic purchasers . cal poly state university . American Agricultural Economics Association Annual Meeting Long Beach , California .U.S.A
- 57 - World Bank Horticulture and Livestock program (HLP) : (2010) : Afghan Grape post - Harvest Handling Manual .

الملاحق
Supplements

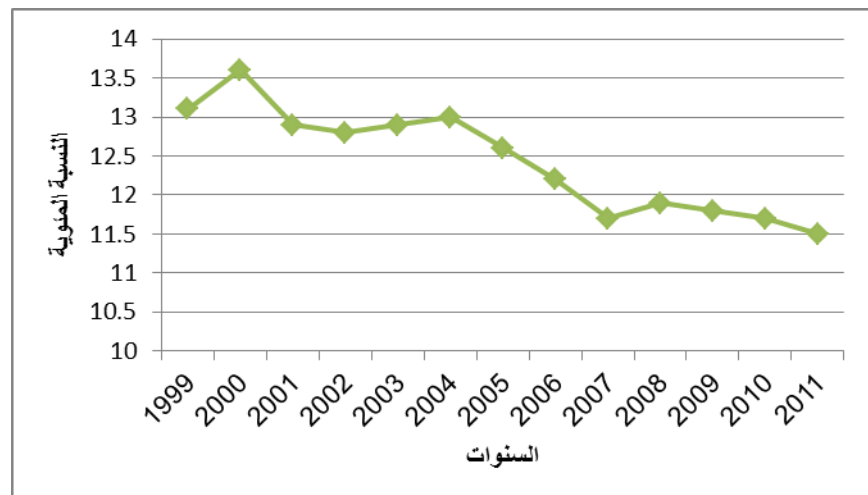
1- ملحق الأشكال :

الشكل (1) : تغير نسبة مساحات الكروم عالمياً إلى إجمالي مساحات الفواكه للفترة (1999-2011).



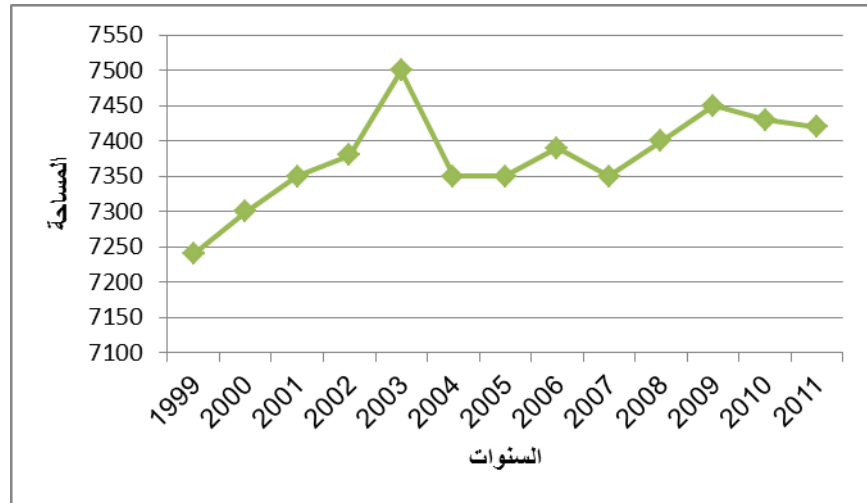
مصدر البيانات : FAOSTAT

الشكل (2) : تغير نسبة إنتاج الكروم عالمياً إلى إجمالي إنتاج الفواكه للفترة (1999-2011).



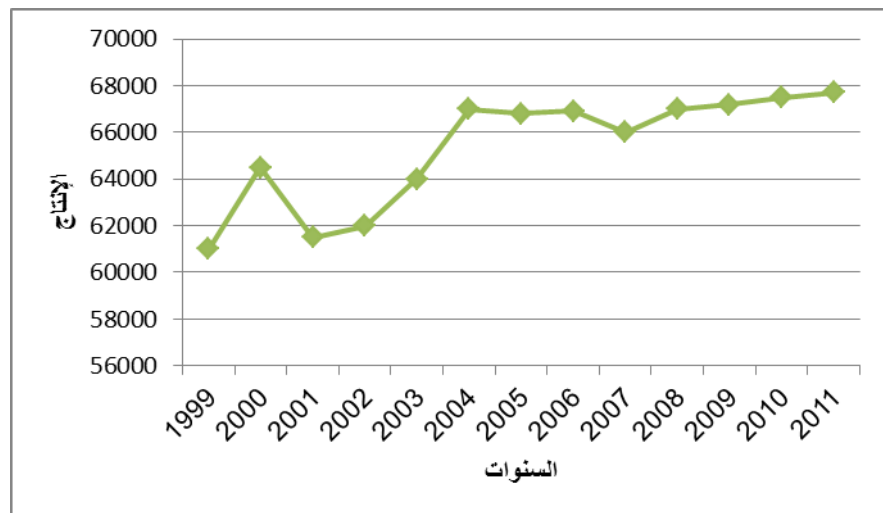
مصدر البيانات : FAOSTAT

الشكل (3) تغير المساحة المحسودة للكروم عالمياً للفترة (1999-2011) (المساحة : ألف هكتار



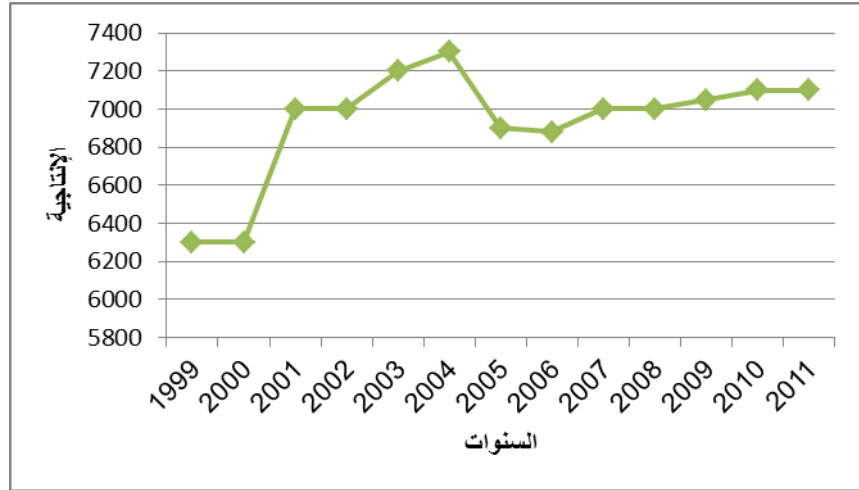
مصدر البيانات : FAOSTAT

الشكل (4) تطور إنتاج العنب عالمياً للفترة (1999-2011) الإنتاج: ألف طن



مصدر البيانات: FAOSTAT

الشكل (5) تطور إنتاجية العنب عالمياً للفترة (1999-2011)
الإنتاجية : طن / هكتار



مصدر البيانات : FAOSTAT

الشكل (6) تغير مساحات الكروم في سورية للفترة (1999-2011)
الوحدة ألف هكتار .



مصدر البيانات: المجموعة الإحصائية المكتب المركزي للإحصاء.

الشكل (7) تغير إنتاج العنب في سورية للفترة (1999- 2011)
 الوحدة ألف طن



مصدر البيانات: المجموعة الإحصائية المكتب المركزي للإحصاء.

الشكل (8) النسبة المئوية لإنتاجية كروم سورية مقارنة بالمتوسط العالمي له
 للفترة (1999- 2011).



مصدر البيانات: FAOSTAT

2- ملحق الجداول :

الجدول (1) : أسعار العنب خلال الفترة (2000- 2012).

البيان	عنب أبيض
2000	6.30 ل.س
2001	7.00 ل.س
2002	7.25 ل.س
2003	7.75 ل.س
2004	8.25 ل.س
2005	8.25 ل.س
2006	8.25 ل.س
2007	8.25 ل.س
2008	12.5 ل.س
2009	13 ل.س
2010	13 ل.س
2011	13 ل.س
2012	15 ل.س

المصدر : المركز الوطني للسياسات الزراعية

3- ملحق الاستمارات

3-1- استمارة الاستبيان لمزارعي العنب Questionnaire

(استبيان منتجي محصول العنب في محافظة السويداء لعام 2012)
هذه الاستمارة أعدت لغرض البحث العلمي فقط وأي إجابة تعتبر خاصة بهذا
الاستبيان فقط

معلومات عامة :

- 1- المحافظة :
- 2- المنطقة :
- 3- القرية :
- 4- منطقة الاستقرار :
- 5- اسم المزارع :
- 6- عمر المزارع :
- 7- إجمالي مساحة المنطقة : هكتار (تؤخذ من الوحدة الإرشادية)
- 8- إجمالي مساحة القرية : هكتار (تؤخذ من الوحدة الإرشادية)
- 9- المساحة المزروعة بالعنب دونم في عام 2012 م
- 10- عدد أفراد العائلة : ذكور إناث
- 11- عدد أفراد العائلة العاملين في زراعة العنب فرد
- 12- المستوى التعليمي : أمي ابتدائي إعدادي
- ثانوي جامعي
- 13- الحالة الاجتماعية للمزارع : عازب متزوج
- 14- عدد سنوات الخبرة بزراعة محصول العنب : سنة
- 15- مهنة أخرى للمزارع :
- 16- عدد الأفراد العاملين في زراعة العنب من خارج العائلة فرد
- 17- هل تمتلك جرار لخدمة المزرعة
- 18- هل تمتلك ملحقات للجرار
- 19- مصادر الدخل : من المزرعة %
من المزرعة ومن خارج المزرعة %
من خارج المزرعة بشكل أساسي %
مصادر أخرى %

معلومات فنية :

- 20 ما هي مساحة المزرعةدونم
- 21 في أي عمر دخلت المزرعة في طور الإثمار " التبشير "
- 22 في أي عمر دخلت المزرعة في طور الإثمار الفعلي "الحمل النظامي"
- 23 ما هو الصنف المزروع لديك : زينيبلديحلواني
سلطيأصناف أخرى
- 24 ما هي المساحة المزروعة بكل صنف وكم عدد الأشجار فيها ؟
- 25 هل قمت بتحليل التربة : نعم لا
- 26 إذا كان الجواب نعم : متى لماذا ما هي نتائج التحليل
- 27 إذا كان الجواب لا : لماذا
- 28 شكل الملكية للأرض : مملوكةمستأجرة
- مشاركة أخرى
- 29 ما هو مصدر التمويل لتأسيس المزرعة :
- تمويل شخصي
- قرض خاص ، ما هي الفائدة السنوية% ، ما هي مدة القرض
- قرض حكومي ، ما هي الفائدة السنوية% ، ما هي مدة القرض
- 30 ما هو مصدر مياه الري في حال الري :
- بئر
- مشاريع ري حكومية
- استئجار مياه من بئر مجاور
- ما هي طريقة الري المتبعة :
- الري بالراحة أو الري السطحي " جر "
- الري بالتنقيط

عمليات الخدمة :

- 32 هل تقوم بالعمليات الزراعية التالية :
- رش التربة بأحد المبيدات للقضاء على بذور الأعشاب الضارة
- إضافة الأسمدة العضوية
- إضافة الأسمدة الكيماوية
- العزيق والتخلص من الأعشاب الضارة
- مكافحة الآفات بواسطة الرش الكيميائي:عمليات أخرى
- 33 ما هي كمية الإنتاج من المساحة المزروعة بالعنب لعام 2012
..... كغ / دونم

34- ما هي الحشرات و الأمراض التي تصيب محصول العنب في المنطقة :

- فراشة دودة الثمار
- حلم العنب
- تربس العنب
- دودة ورق العنب
- البق الدقيقي على الساق
- البياض الزغبي
- البياض الدقيقي
- العفن البني " الهلطة "

35- هل يصاب محصول العنب في هذه المنطقة بالحشرات التالية :

- حشرة الفيلوكسيرا
- حفار أفرع الكرمة

36- كيف تحدد الحاجة لإجراء المكافحة :

- من خلال الخبرة الشخصية
- من خلال مهندس يشرف على المزرعة
- من خلال الوحدة الإرشادية
- من خلال استعمال المصائد

37- كم رشّة تجري خلال الموسم

38- هل تلجأ لعملية تقشير الساق

39- هل تلجأ لعملية طلاء الساق

40- هل تقوم بحرق مخلفات التقليم

41- هل كان هناك فقد في كمية الإنتاج نتيجة الإصابات الحشرية وما نسبة

الفقد إلى الإنتاج الكلي :

- أقل من 5% من كمية الإنتاج الكلي

- 5% من الإنتاج الكلي

- 10% من الإنتاج الكلي

- 15% من الإنتاج الكلي

- أكثر من ذلك

42- هل كان هناك فقد في جودة الإنتاج نتيجة الإصابات الفطرية وما نسبة

قيمة الفقد إلى قيمة الإنتاج :

- أقل من 5% من قيمة الإنتاج الكلي

- 5% من الإنتاج الكلي

- 10% من الإنتاج الكلي

- 15% من الإنتاج الكلي

- أكثر من ذلك

- 43- من يقوم بتقليم المحصول : مهندسون عمال مختصون
- 44- هل تقوم بتربيط الأفرع " القصبات " بعد التقليم
- 45- هل تجري توريق وتنزيل للقطوف
- 46- إلى من تلجأ عندما تواجه مشكلة في المزرعة :
 - الوحدة الإرشادية
 - المحل الزراعي الذي تتعامل معه
 - المهندس المشرف
 - مزارع آخر أكثر خبرة
- 47- ما هي أكثر النشاطات التي قدمها الإرشاد الزراعي واستفدت منها
- 48- ما هي تكاليف العمليات الزراعية التي يحتاجها المحصول ل.س /دوم
 لعام 2012 م :

العملية الزراعية	تكلفة العملية لمرة واحدة للدوم	عدد مرات تنفيذ العملية	التكلفة الإجمالية
أجور الحراثة			
أجور التقليم			
أجور الري			
أجور نثر السماد			
أجور العزق والتعشيب			
أجور مكافحة الآفات			
أجور القطف			
أجور التعبئة			
أجور النقل			
أجور التخزين			

49- ما هي تكاليف مستلزمات الإنتاج ؟

عنصر التكلفة	الكمية	التكلفة (ل.س / دوم)
السماد العضوي		
السماد الكيميائي		
أزوتي		
فوسفاتي		
بوتاسي		
مكافحة الآفات		
حشرية		

	فطرية	
	عشبية	
	وقود المحركات	
	الري	
	قيمة العبوات	
	اليد العاملة	
	العائلية	
	المستأجرة	
	مستلزمات أخرى	
	مجموع قيم مستلزمات الإنتاج	

- 50- هل تواجه صعوبات من الناحية الإنتاجية ؟
- عدم توفر مستلزمات الإنتاج
 - أسعار مرتفعة للمواد
 - ارتفاع تكاليف الري
 - ارتفاع تكاليف الوقاية والمكافحة
 - ارتفاع تكاليف التسميد
 - انتشار الآفات
 - السعر منخفض للكغ من العنب
 - عدم وجود اهتمام كافي من وزارة الزراعة ويتمثل هذا التقصير في :
 - عدم وجود دورات تدريبية أو مدارس حقليّة لمزارعي العنب
 - عدم وجود أيام حقليّة حول إنتاج العنب
 - عدم وجود منشورات من وزارة الزراعة حول زراعة وخدمة شجرة العنب
 - أسباب أخرى

التسويق :

- 51- هل تقوم بتسويق المحصول بنفسك : نعم لا
- 52- إذا كان الجواب لا من يقوم بالتسويق :
- 53- ما هي الجهة التي تسوق إنتاجك من خلالها :
- أسواق الجملة " أسواق الهال "
 - مشاغل التصدير مباشرة
 - الشركة العامة للخضار والفواكه
 - تجار الجملة
 - تسويق خارجي

- التخزين على نفقتك للبيع في أوقات لاحقة
- طرق أخرى
- خلال عمليات التسويق :
- 54 ما هو موعد تسويق المحصول لتاجر الجملة : عام شهر
- 55 ما هو متوسط سعر الكيلو غرام المدفوع من قبل تاجر الجملة.....ل.س
- 56 ما هي الكمية المسوقة من خلال تاجر الجملةطن
- 57 ما هي العمليات المترتبة على المنتج من :
 - فرز
 - نقل
 - تخزين
 - عمليات أخرى
- 58 ما هو موعد تسويق المحصول خارجياً : عام شهر
- 59 ما هو متوسط سعر الكيلو غرام المدفوع في حال التسويق الخارجيل.س
- 60 ما هي الكمية المسوقة في حال التسويق الخارجيطن
- 61 ما هي المنتجات الأخرى لديك :
- أوراق غضة ، كم مرة تقوم بجمعها أين تسوقهاما
- هي أسعارها
- حصرم ، ما هي الكمية التي قطفتها منه
-
- 62 هل تواجه صعوبات في عمليات التسويق : نعم لا
- 63 ما هي الصعوبات التي تواجهها :
 - منافسة محاصيل أخرى
 - تحكم السماسرة والوسطاء
 - ارتفاع تكاليف النقل
 - عدم وجود مخازن
 - ارتفاع عمولة التسويق
 - مشكلات أخرى
- 64 ماذا تقترح لحل الصعوبات المتعلقة بالتسويق
- 65 هل تعتبر زراعة العنب مجدية اقتصادياً

هل أنت متفائل لمستقبل هذه الزراعة :

- في حال الإجابة بنعم لماذا أنت متفائل لمستقبل هذه الزراعة :
- الأسعار لن تنخفض بشكل كبير في المستقبل
- السوق الخارجية كبيرة وتستوعب الإنتاج
- الطرق الحديثة في التربية وعمليات الخدمة تزيد من : الإنتاج من الدونم الواحدتحسن النوعيةتقلل التكاليف
- في حال الإجابة بلا لماذا أنت متشائم لمستقبل هذه الزراعة :
- خوفاً من تدني الأسعار في المستقبل
- خوفاً من انتشار آفات كثيرة يصعب مكافحتها والتعامل معها
- خوفاً من عدم توفر مياه الري في المستقبل

3-2- استمارة تاجر Form dealer
هذه الاستمارة أعدت لغرض البحث العلمي فقط

- 67 المحافظة :
- 68 المنطقة :
- 69 القرية :
- 70 منطقة الاستقرار :
- 71 الاسم :
- 72 ممن تقوم بشراء محصول العنب
- المزارع
- تجار نصف الجملة
- تجار الجملة
- 73 كم سعر شراء الكيلو غرام الواحدل.س
- 74 ما هي الكمية التي اشتريتها في موسم 2012
- 75 ما هي تكلفة النقل (للكيلو غرام الواحد) من المزارعين إليك
-ل.س / كغ
- 76 هل محصول العنب المشتري من المزارعين مفروز : نعم ... لا
- 77 هل تقوم بإعادة فرز المحصول : نعملا.....
- 78 كم تكلفة عملية الفرز :ل.س / كغ
- 79 ما هي نسبة الفاقد :%
- 80 هل تستبدل العبوات بعد شراء محصول العنب : نعم لا
- 81 ما هي العمليات الأخرى الإضافية حتى يصبح محصول العنب جاهز
-للبيع
- 82 ما هي تكلفتهال.س / كغ
- 83 لمن تقوم ببيع محصول العنب
- تاجر جملة
- تاجر نصف جملة
- أسواق
- تصدير مباشر
- 84 ما هو سعر مبيع الكيلو غرام الواحدل.س / كغ
- 85 ما هي الكميات التي قمت ببيعها عام 2012 مكغ
- 86 ما هي العوامل المؤثرة على تحديد سعر الشراء والبيع

- أسعار التصدير
- أسعار التموين
- كمية العرض
- كمية الطلب
- تكاليف الإنتاج في المزرعة
- الاتفاق بين كبار التجار
- عوامل أخرى

87- ما هي مصادر حصولك على المعلومات المتعلقة بالأسعار

- التجار الآخرين في السوق
- الأسواق التصديرية
- العملاء في الأسواق الأخرى
- مصادر أخرى

88- ما هي طرق حصولك على هذه المعلومات

- عن طريق وكلاء أو عملاء
- باستخدام الهاتف
- بالتواصل الشخصي مع التجار الآخرين بالسوق
- طرق أخرى

89- ما هي المشاكل التي تصادفك عند تسويقك للمحصول

- عدم توفر معلومات عن الكرمة حول العرض والطلب في السوق
- تقلب الأسعار وصعوبة التنبؤ بها
- ضعف القدرة على تصريف الإنتاج بسبب قلة الطلب
- ضعف الاستهلاك
- مشاكل أخرى

90- ما هي طرق حل تلك المشكلات برأيك :

- التوسع في التصدير من خلال زيادة حوافز التصدير
- تأسيس قاعدة بيانات محلية تؤمن تدفق المعلومات التسويقية في السوق الداخلية والخارجية
- الاهتمام بالموصفات التسويقية للسلع وخاصة الفرز والتوضيب والتعبئة والتغليف
- التوسع في التصنيع بهدف تطوير الاستهلاك المحلي لمنتجات العنب
- طرق أخرى

An Economic Study For Producing and Marketing Grape in Alswieda Governorate

Abstract

This study aimed to recognize the reality of the production and marketing of grape crop in alswieda province , during the growing season 2011-2012 , through a stratified sample of farmers who grow it in alkafer , hobran , alraha , sahwit balata , mayamas , sahwit alkuther .

And to recognize the economic and social characteristics of farmers grape , and study production costs , production efficiency of grape crop , and to know the factors and causes that lead to the fluctuation of production and the difficulties of marketing through prices study and reality marketing this crop in alswieda province .

The results of the 2011-2012 growing season showed that , the average size of households is 7 per capita , and 88.89% of respondents are engaged in agricultural work , and the number of family members who flly depend on agriculture for their income were 62% of the total sample , the average number of years of work in agriculture among farmers sample is 30 years , and 78% of the total farmers enjoy private ownership of land .

It turns out that the total cost to the college crop irrigated vine has reached 12830 sp/1000 m² , and net farm income 4662.75 sp/ 1000m² , and thus at acost of 1kg vine 15.33sp .

Results also showed that the total overall costs of rain fed grape crop reached 5412 sp/1000m² , and net farm income 2238 sp/1000m² , and therefore the cost of 1kg of grape is 10.61sp.

The total marketing cost of grape crop over the conduct of through the wholesaler is : 4.7 sp/kg , while through the retailer 6.3 sp/kg . representing the costs of (packaging and transportation , packages price , in addition to losses and other costs) .

The absolute margin reached 3 sp/kg of the course of a wholesaler . 4 sp/kg through the course retailer . the relative margin was 14.28 % over the course of a wholesaler , while it was 17.39 % over the course of retailer .

The marketing efficiency was 68.93% through the course of wholesaler and 62.74% through the course of retailer.

The study concluded the need to dig wells for irrigation farming , in order to convert the rain fed areas to irrigated areas which is reflected positively on increasing production and productivity per unit area , and contributes to the expansion in the cultivation of the grape crop with the lookout to find the origins of resistance to insect alfeloxera for planting in new locations , and encouragement to the way education wires , thus easing of service processes used and contribute to the mechanization of harvesting operations and reducing production variations , in addition to the increased interest in export operations and food altchina .

The study also recommended facilitating the marketing of grape to minimize the costs of marketing and support function provided for this crop , in addition to finding new marketing out lets contribute to the discharge of production better and economical with the importance of securing the highest agricultural subsidies to crop the grape .