الجمهورية العربية السورية

جامعة دمشق

كلية الزراعة

قسم الاقتصاد الزراعي

السياسات الاقتصادية الزراعية لعِنَب المائدة في سورية وتحليل السوق مثال: المِنطقة الجنوبية

Agricultural Economic Policies of Table Grape in Syria And The Market Analyses Example: the Southern Part of Syria

رسالة أعدَّت لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد الزراعي

إعـــــــداد المهندس: أحمد إبراهيم الناصير

بإشراف:

المشرف المشارك
د. نواف فريجات
قسم الاقتصاد الزراعي
كلية الزراعة – جامعة دمشق

المشرف العلمي
أ. د. محمود ياسين
أستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي
كلية الزراعة - جامعة دمشق

دمشق 2010م

Syrian Arab republic

Damascus University

Faculty of Agriculture

Department of Agricultural Economic

Agricultural Economic Policies of Table Grape in Syria And The Market Analyses Example: the Southern Part of Syria

Thesis prepared for the PhD in Agricultural Economics

Prepared by the Engineer:

Ahmad Ibrahim Al-nasseer

Under the supervision of:

Prof. Mahmood Yaseen
Department of Agricultural Economic
Damascus Univ. Faculty of Agriculture
supervisor

Dr. Nawwaf Fraijat
Department of Agricultural Economic
Damascus Univ. Faculty of Agriculture
shared supervisor

Damascus 2010

تصريح

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة دمشق، وهي بعنوان: "السياسات الاقتصادية الزراعية لعِنَب المائدة في سورية وتحليل السوق، مثال: المِنطقة الجنوبية"، وأنَّ هذه الدراسة لم يسبق أن قُبِلت لأي شهادة، ولم تقدم حالياً للحصول على شهادة أخرى.

المرشح للدرجة

المهندس أحمد الناصير

Declaration

This work has been submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Ph. D in the Agricultural Economic at the faculty of Agriculture, Damascus University, it is ***"Agricultural Economic Policies of Table Grape in Syria and the Market Analyses Example: the Southern Part of Syria",*** it is hereby declared that this work has not already been accepted for any degree, nor has it been submitted concurrently for any other degree.

Candidate

Ahmad Ibrahim Al-nasseer

شهـــــادة

نشهد بأن العمل الموصوف في هذه الرسالة **"السياسات الاقتصادية الزراعية لعِنَب المائدة في سورية وتحليل السوق مثال: المِنطقة الجنوبية"** هو نتيجة بحث علمي قام به المرشح: أحمد إبراهيم الناصير بإشراف الأستاذ الدكتور محمود ياسين، والدكتور نواف فريجات، من قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة دمشق، وإن أية مراجع أخرى مذكورة في هذه الرسالة موثقة في النص.

المرشح

أحمد إبراهيم الناصير

المشرف العلمي
أ. د. محمود ياسين

المشرف المشارك
د. نواف فريجات

Certification

It is hereby the work described in this work **"*Agricultural Economic Policies of Table Grape in Syria and the Market Analyses Example: the Southern Part of Syria",*** is the results of the authors' own investigation under supervision of Prof. Dr. Mahmood Yaseen, and Dr. Nawwaf Fraijat, Department of Agricultural Economic, faculty of Agriculture, Damascus University, and any other references mentioned in this work are documented in the text of the treatise.

Candidate

Ahmad Ibrahim Al-nasseer

Main Supervisor
Prof. Mahmood Yaseen

Assistant Supervisor
Dr. Nawwaf Fraijat

كلمة الشكر

أقل الوفاء هو الاعتراف بالفضل الكبير للأستاذ الدكتور **محمود ياسين** الهادئ الخلوق المتواضع السخي بعلمه ووقته، الذي تحمَّل استفساراتي التي ما كانت لتنتهي، والذي منحني تشجيعاً وكان أيقونة ضمنت لبحثي إبصار النور.

وكل الشكر للدكتور **نواف فريجات** الذي تكرَّم بالمشاركة بالإشراف على هذا البحث وحرص على نجاحه بكل ما أوتي.

وأتوجه بالعرفان بالجميل إلى الأسرة التدريسية في **قسم الاقتصاد الزراعي**، إلى كل أساتذته الذين عاملوني صِدقاً وكأنهم مشرفون على بحثي، حريصون على نجاح هذا البحث، وأشعروني بأنَّ لي الحق في كل وقت أن أسأل أي منهم عن أي معلومة لم تكتمل في ذهني، وأن نجاح هذا العمل هو نجاح لكامل القسم، وكانت خبراتهم ومعرفتهم خير عونٍ لي على اتمام بحثي، وعلى رأسهم الأستاذ الدكتور **إسكندر إسماعيل رئيس القسم.**

أشعر بأنَّ من الجحود أن أنسى شكر روح الأستاذ الدكتور **عبده قاسم** الذي كان مثالاً لحامل العلم المتواضع أمام طالبيه زيادةً عن تواضعهم لطلب هذا العلم، الذي ما إن يُذكر علم الإحصاء في أي جامعة حتى تتبادر للذهن معرفته التي ستبقى منارة لكل طالب علم، وما إن يفتش أحد عن مرجع في الإحصاء في أي مكتبة حتى تتسارع أمامه كتابات الدكتور عبده القاسم رحمه الله.

ولا أنسى أن أتوجه بالشكر إلى كل من ساعدني في الحصول على أي معلومة رسمت خيطاً في نسيج هذا البحث، مهما صغرت. وهؤلاء تطول قائمتهم وعلى رأسهم الأخوة في وزارة الزراعة والاصلاح الزراعي، ومديريات زراعة المنطقة الجنوبية، والمكتب المركزي للإحصاء، والمركز الوطني للسياسات الزراعية، وجمعية العلوم الاقتصادية السورية، إلى جانب كل من استهدفته إستباناتي من مزارعين وتجار ومصدرين.

الفصل الأول
المُشكلة البحثية في إطارها المنهجي

أولاً- المقدمة *Introduction*

يسود الاعتقاد بأنَّ نشأة العِنَب كانت قديمة جداً في عصورٍ جيولوجية سحيقة، منذ كانت القارات كتلة واحدة، وقبل انفصالها. فقد عُثر على بذور العِنَب في بقايا طبقات البُحيرات السويسرية، التي ترجع إلى العصر البرونزي (سوريال، 1985). وتؤكّد بعض الدراسات أنَّ الكرمة قد وُجدت على سطح البسيطة منذ العصر الطباشيري (الشيخ حسن، 1997).

كانت شجرة الكرمة سِمةً ملازمةً تقريباً لكل الحضارات، ولطالما حُفرت ونُقشت صورها ومُجسَّماتها على الصخور، فباتت لا ترمز لحضارةٍ بعينها، ووُجدت رسوماتٌ على قبور الفراعنة؛ تبيِّن طرود وعناقيد العِنَب، وتُظهر تربية الكروم بشكل أقواس. وتُبيِّن مراحل صناعة الخمور (حامد،1985). ووُجدت هذه الرسومات على جدران مقابر الأسرة الخامسة، والسادسة في صُقارة. وعلى جدران مقابر الأسرتين الثامنة والتاسعة عشرة في طيبة (فراج، 1988). وزخرت الآثار الرومانية بالدلائل عليها.

كما نشأت عبادة الإله "ديونيزيس" في تركيا - هذا الإله الذي كان يُعتقد بأنَّه يولد في الربيع، ويموت في موسم الحصاد، ثمَّ يُعاود الولادة في الربيع الذي يلي - وانتقلت هذه العبادة من تركيا إلى أثينا في القرن الخامس قبل الميلاد، وأصبح "ديونيزيس" إله قطف العِنَب، وأُقيمت له أربعة أعياد في السنة. (السيد حسين والشيخ، 2008-2009).

ناهيك عن ورود الكرمة في الكتب السماوية، فوصف القرآن الكريم قطوفها بأكثر من وصف، ونعت الجنات بأنَّها من نخيلٍ وأعناب. وقال السيد المسيح: "أنا الكرمة الحقيقية وأبي الكرام" (يوحنا 15:1)، وقال في مرةٍ أخرى: "أنا الكرمة وأنتم الأغصان" (يوحنا 15:5)، كما قال اللاهوتي "بروس ميلين": "إنَّ العملة التي صكَّت أثناء الثورة ضد الرومان 70-67 قبل الميلاد كانت تحمل رمز الكرمة".

وتَدلُّ المُعطيات التاريخية على أنَّ 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، وشمالي إفريقيا؛ بخاصَّة الجزائر، والمغرب، وتونس (القطب وقطنا،1987). ومما يؤكد أنَّ زراعة الكرمة قد انتقلت من بلاد الشام إلى أوروبا هو أنَّ الصنف *Dattier de Beyrouth*؛ أي بلح بيروت المُتميز بأنَّه من أجود أصناف عِنَب المائدة في إيطاليا يحمل اسم مصدره الأساسي بيروت. ووجود الصنف *Afourzeli*؛ أي الحفرزلي في تركيا، والأصناف *Alep* و *Bulgare* في رومانيا تُشير أيضاً إلى أنَّ هذه الأصناف انتقلت إليها من سورية (ICARDA, 2001). كما وصل العِنَب إلى أمريكا، مع الرحلات الاستكشافية التي قام بها "كريستوف كولومبس"، ثمَّ استورد "اللورد ديلاوير" العِنَب من فرنسا، وأحضر منها زُرّاعاً إلى أمريكا عام 1619 (فراج، 1988).

إنَّ الموطن الأصلي للكرمة هو القفقاز، ومنطقة الشرق الأوسط. وتنتسب الكرمة للعائلة *Vitaceae*، التي تضم نحو 11 جنساً، أهمها الجنس *Vitis*، الذي يضم أكثر من 50 نوعاً بريَّاً (القطب وآخرون،1987).

تمتلك ثمار العِنَب أهميَّة غذائيّة، وطبيّة كبيرة؛ لما تحويه من عناصر غذائية هامة، وضرورية للإنسان. فهي تحتوي على 16% سكريات ذائبة كلية، يُشكّل سكر الغلوكوز أغلبها، مما يجعله مصدراً عالياً للطاقة (إبراهيم، 1998). يقول "برنارد مكفادن" الأختصاصي في الطب البديل: "مما لفت نظري

في الإحصاءات الخاصة بمرض السرطان، أنَّ المرض يكاد يكون قليلاً جداً في البلدان التي تكثر فيها زراعة الكرمة، ويستهلك الأهلون مقادير كبيرة منه" (فراج، 1988).

أتى العِنَب في المرتبة الخامسة عشرة عالمياً على سلم ترتيب المُنتَجات الزراعية عام 2007 حسب قيمة إنتاج العالم من كل من هذه المُنتَجات، وأنتج العالم حينها 67221 ألف طن عِنَب من 7272.6 ألف هكتار مزروعة بالكروم، وبإنتاجية عالمية بلغت 9243 كغ/هكتار. لكن العِنَب الذي دخل التجارة الخارجية من هذه الكميَّة كصادراتٍ عالمية كان فقط 4431.3 ألف طن؛ أي نحو 6.7 % منها، وكانت الواردات العالميَّة منه 3545.9 ألف طن؛ أي 5.3% من إجمالي الإنتاج العالمي (FAOSTAT).

تقع سورية ضمن منطقة المناخ الأمثل لزراعة الكرمة؛ أي بين ˚35 - ˚45 شمال خط الاستواء، وتُخصص لزراعة أشجار الكرمة فيها تُرب فقيرة، جبلية شديدة الانحدار، وبعض المناطق السهلية، والسفوح. حيث لا تهطل الأمطار الكافية للزراعات الأخرى. كما أنَّها لا تلقى إلا مقداراً محدوداً من عمليات الخدمة الزراعية. باستثناء مساحات محدودة حول المدن، وخاصة مدينة دمشق (محفوظ،1981).

بلغت مساحات الكروم في سورية 54.751 ألف هكتار عام 2007، منها 9.956 ألف هكتار مرويةً؛ أي ما يُعادل 18% من إجمالي المساحة المزروعة بالكروم، في حين كانت المساحة الباقية بعلية. وأنتجت سورية 273.028 ألف طن من العِنَب، ذهب منها 195.586 ألف للاستهلاك الطازج، والكميَّة الباقية لأغراض أخرى؛ كالزبيب، والدبس، والمشروبات. وهذه الكميَّة التي أنتجتها سورية عام 2007 تُعادل أقل من نصف الكميَّة التي أنتجتها عام 1998 (المجموعة الإحصائية الزراعية، 2008).

أما فيما يخص منطقة الدراسة الميدانية؛ أي المِنطقة الجنوبية من سورية فقد بلغت المساحة المزروعة فيها بالكروم 10.017 آلاف هكتار؛ أي ما يُعادل 18% من مساحة الكروم في سورية، لكنَّها أنتجت 52% من إجمالي العِنَب المُنتَج في سورية. وكان منها 4.898 آلاف هكتار مروياً؛ أي ما يُعادل 49% من إجمالي مساحة الكروم المرويَّة في سورية، لكنَّها أنتجت 75% من إجمالي العِنَب المُنتَج من هذه الكروم المرويَّة (المجموعة الإحصائية الزراعية، 2008).

ثانياً- مشكلة البحث *Research Problem*

يمكن تحديد المُشكلة التي يُثيرها البحث كمُسوّغ لإجرائه بمجموعةٍ من النقاط، أهمها:

1- مُشكلة الإنتاج والمساحات المزروعة: إذ إنَّ هناك توسعاً كبيراً وغير مدروس في المساحات المزروعة بالكروم في بعض المناطق على حساب المساحات المزروعة ببقية الأشجار المُثمرة، وتراجع شديد في هذه المساحات في مناطق أخرى، وتزايداً ملحوظاً في كميَّة العِنَب المُنتج، دون أن تكون هناك رؤية واضحة لمُستقبل هذه التغيُّرات.

2- مُعوِّقات التسويق الداخلي وكيفية معالجتها والتغلب عليها، إذ تعاني السوق المحلِّية تدفق الأعناب المُنتَجة محليَّاً إليها خلال فترة محدودة، وبصورة تعجز السوق عن استيعابها، مما يتسبب بانخفاض الأسعار انخفاضاً كبيراً.

3- مُعوِّقات التسويق الخارجي وكيفية تذليلها وتطوير هذا التسويق، إذ إنَّ لدينا سوقاً مُستوردة عربية كبيرة، تتمثَّل بشكلٍ أساسي بدول مجلس التعاون الخليجي، ولا توجد مُنافسة عربية حقيقية في هذه

السوق، ولا توجد صادرات عربية كبيرة من هذا المحصول. إضافةً لضعف القُدرة على التسويق إلى خارج منطقة الخليج العربي على الرغم من الأسعار العالميَّة المُرتفعة لأعناب المائدة.

4- ارتفاع تكاليف إنشاء مزارع العِنَب ارتفاعاً كبيراً مُقارنة بتكاليف إنشاء مزارع بقية الأشجار المُثمرة، وهذا يجعل اتخاذ القرار بزراعة الكروم قراراً مُكلفاً.

5- مُشكلة المُواصفات والمقاييس؛ إذ تشترط الدول مطابقة المُنتَجات التي تريد دخول أراضيها لمواصفاتٍ ومقاييسَ لا يعرف المنتج السوري كثيراً منها.

6- غياب السياسات الاقتصادية الزراعية واضحة المعالم المُتعلقة بإنتاج عِنَب المائدة وتسويقه، والحاجة الماسة لهذه السياسات، لتأطير هذه الزراعة وتنميتها.

ثالثاً- أهداف البحث *Research Objectives*

يهدف هذا البحث إلى:

1- دراسة واقع إنتاج عِنَب المائدة في سورية وموقع سورية في هذه الزراعة عالمياً.

2- دراسة الوضع الحالي للتسويق المحلّي لعِنَب المائدة في سورية.

3- دراسة تصدير العِنَب السوري والأسواق المُستوردة، والمُنافسة التي تعترضه في الأسواق الخارجية.

4- تحديد ما إذا كانت هناك مُواصفات ومقاييس خاصة بالعِنَب على المستوى المحلّي، كذلك تحديد المُواصفات والمقاييس المُعتمدة بالدول المُستوردة.

5- التنبؤ الرياضي المُستقبلي للمساحات المزروعة والإنتاج والإنتاجيَّة والأسعار.

6- التنبؤ الرياضي المُستقبلي للأسواق العالميَّة لعِنَب المائدة وحصَّة العِنَب السوري فيها، ومُستقبل المُنافسة التي سيتعرَّض لها العِنَب السوري المُصدَّر.

رابعاً- مواد البحث ومنهجيته *Materials and Methods*

1- مواد البحث: قام البحث على دراسة ميدانية للإنتاج، والتسويق المحلّي، والتصدير عبر استبانات هي:

1) استبانة المُنتِجين

جرى حصر أعداد مُنتِجي عِنَب المائدة في مُحافظات (ريف دمشق، درعا، السويداء، القنيطرة)، وأُخذت هذه البيانات من جداول الحائزين التي يجمع موظفو الوحدات الإرشادية بياناتها بشكلٍ سنوي. وصيغت استبانة المنتجين كما في الملحق (1) بما يتوافق مع البيانات التي تحتاجها الدراسة.

وجرى إهمال المَزارع التي تساوي مساحة كل منها 0.5 هكتار أو تقل عن ذلك؛ لانخفاض أهميَّتها في تسويق الجُملة في السوق المحلّية، وفي التصدير، وهما المحوران الرئيسيان في دراسة التسويق.

بلغ المُجتمع الكلي لحائزي كروم العِنَب في المُحافظات الأربع 8888 حائزاً الملحق (2)، منهم 1947 حائزاً في مُحافظة درعا، وبلغ إجمالي مساحة كرومهم 2302.35 هكتاراً، منهم 93 مزارعاً تساوي مساحة مزرعة كل منهم 0.5 هكتار، أو تقل عنها، وكان إجمالي مساحة مزارعهم 42.05 هكتار؛ فأصبح عدد الحائزين الذين يقعون ضمن المُجتمع الهدف في درعا 1854 حائزاً يمتلكون مزارعَ تبلغ مساحتها الإجمالية 2270.3 هكتار. أما حائزو الكروم المرويَّة في ريف دمشق فبلغ عددهم 6716 حائزاً، كما وصل إجمالي مساحات كرومهم إلى 2943.65 هكتاراً، لكن كان من بينهم 5252 حائزاً تُعادل

مساحة كرم كل منهم 0.5 هكتار أو أقل، وكان إجمالي مساحة كروم هؤلاء 1110.1 هكتاراً، وبمتوسط 0.2 هكتار للمزرعة؛ ومن ثَمَّ بقي عدد الحائزين في المُجتمع الهدف في ريف دمشق 1464 حائزاً، يمتلكون كروماً تبلغ مساحتها الإجمالية 1830.55 هكتاراً.

وجرى تحديد حجم عيِّنة المُنتِجين بتطبيق قانون "كريجيكي ومورغان" الملحق (3)، عند مستوى ثقة 90% ودرجة دقة 10% فكان حجمها 95 عينة، واستخدم الاختيار العشوائي من مُجتمع الهدف؛ للذين تزيد مساحة مزرعة كل منهم عن 0.5 هكتار. لعدد أفراد عينة الدراسة (n_p)، وبلغت نسبة العيِّنة n_p/N_p (0.026)، وتم الرجوع إلى المُزارعين لملءِ الاستبانات عن طريق الوحدات الإرشادية الزراعية.

2) استبانة سوق الجُملة

استند البحث إلى دراسة ميدانية لتسويق عِنَب المائدة بصورة الجُملة في (سوق الهال)[1] بدمشق، عبر زياراتٍ مُتكررة للسوق خلال موسم التسويق، وفي أوقاتٍ مُختلفة من اليوم؛ لتحديد الطرائق التي جرى على أساسها عرضه في السوق وتداوله، إضافة إلى تحديد أوقات عرضه، وتحديد التدفّق اليومي له إلى سوق الجُملة بشكلٍ عام، خلال المواسم الثلاثة 2006 وَ2007 وَ2008، وضمن كل مسلك من المسالك التسويقيّة على حدة. إضافة إلى تحديد المُتوسطات اليومية للأسعار المُرجَّحة لعِنَب المائدة إلى سوق الجُملة عامة، خلال المواسم نفسها، ولكل من المسالك التسويقيّة على حدة. والتعرّف إلى أهم وُسطاء سوق الهال[2] المُتعاملين بعِنَب المائدة، وتحديد أهميَّة كل منهم على أساس تقدير الكميَّات التي تمر عبره.

واعتمدت الدراسة على تحديد سُبل بيع العِنَب في سوق الجُملة، والوُسطاء الذين يجري التداول من خلالهم، والأهميَّة التقريبية لكلٍ منهم؛ استناداً إلى الكميَّات التي يتم تسويقها عن طريقه، وعلى هذا الأساس تمَّ تحديد أهميَّة تاجرين أمكن الحصول على البيانات التسويقيّة من دفاترهما، وقد تبيّن بأسلوب المُلاحظة العلمية[3] القائمة على التقدير أنَّ مجموع أهميتهما كانت مُتقاربة، وكانت الكميَّات التي تمرّ عبرهما 10-15% من إجمالي الأعناب التي تُباع في سوق الجُملة. كما أنَّ الأسعار كانت مُتقاربة لدى كل الوُسطاء؛ كون المزاد العلني هو طريقة البيع المُعتمدة، وإن كان يعتريها - في بعض الأحيان - بعض الغُموض.

واستهدف البحث ثلاثة مُجتمعات دراسة، هي:

أ- مُجتمع حمولات العِنَب التي دخلت سوق الهال وبيعت بصورة الجُملة في 2006، ورُمز له بـ N_{m2006}. وكانت العيِّنة المدروسة منه: n_{m2006} و $n_{mh2006} + n_{mg2006} = n_{m2006}$. حيث أشارت n_{mg2006} إلى أعداد حمولات العِنَب المبيعة عن طريق الوسيط g في موسم 2006، وn_{mh2006} إلى أعداد حمولات العِنَب المبيعة عن طريق الوسيط h في موسم 2006. وكانت $n_{m2006} = 1054$ عيِّنة، وبلغ إجمالي وزن هذه العيِّنات 1842.1 طناً، وكان مُتوسط سعر وحدتها 16.3 ل.س/كغ.

---

[1]- **أسواق الهال:** هي أسواق مُختلطة مُنتشرة في المدن السوريَّة يتم فيها تبادل السلع الزراعية المُنتَجة محلياً خضار وفواكه، سواء أكانت مُعدّة للبيع أم للتصدير، وتبادل السلع المُستوردة كذلك، ولا يُمكن النظر إليها على أنَّها صورة لأسواق جُملة أو نصف جُملة، ولكن تُشير الدراسات إلى أنَّ ما نسبته 90% من عمليّات البيع فيها تتم بصورة الجُملة.

[2]- **وسطاء سوق الهال:** هم من يُعرفون بتُجّار سوق الهال.

[3]- **منهج الملاحظة العلمية:** هو أحد مناهج البحث العلمي، وهو أداة هامَّة للوقوف على الظاهرة في وضعها الطبيعي التلقائي، ويلزمها معالجة عقلية وذهنية لمُفردات الظاهرة، ومُحاولة التعرُّف إلى مكوناتها وخصائصها وطبيعتها وأسبابها. للاستزادة راجع **أصول البحث العلمي وكتابة الأبحاث والرسائل والمؤلفات**، عبد الفتاح مراد ص203 وما بعدها.

ب-مُجتمع حمولات العِنَب التي دخلت سوق الهال وبيعت بصورة الجُملة في 2007، ورُمز له بـ N_{m2007}. وكانت العيِّنة المدروسة منه هي: n_{m2006} وكانت: $n_{m2007} = n_{mg2007} + n_{mh2007}$. حيث أشارت n_{mg2007} إلى أعداد حمولات العِنَب المبيعة عن طريق الوسيط g في 2007، وأشارت n_{mh2007} إلى أعداد حمولات العِنَب المبيعة عن طريق الوسيط h في 2007. وكانت n_{m2007} = 1222 عيِّنة، وبلغ إجمالي وزنها 2161.9 طناً، وكان مُتوسط سعر وحدتها 21.7 ل.س/كغ.

ج-مُجتمع حمولات العِنَب التي دخلت سوق الهال وبيعت بصورة الجُملة في موسم 2008، ورُمز له بـ N_{m2008}. وكانت العيِّنة المدروسة منه هي: n_{m2008} وكانت: $n_{m2008} = n_{mg2008} + n_{mh2008}$. حيث أشارت n_{mg2008} إلى أعداد حمولات العِنَب المبيعة عن طريق الوسيط g في 2008، وأشارت n_{mh2008} إلى أعداد حمولات العِنَب المبيعة عن طريق الوسيط h في 2008. وبلغت n_{m2008} = 756 عيِّنة، وبلغ إجمالي وزنها 1447.6 طناً، وكان مُتوسط سعر وحدتها 26.1 ل.س/كغ.

وللتحقق من كفاية عينة الدراسة في كل سنة من السنوات، لتمثيل المُجتمعات غير المُحددة بدقة، والتي أشارت الدراسة إلى أنَّ العيِّنات تُشكّل 10-15% منها، قُسِّمت العينة في كل سنة إلى مجموعتين:

أ- مجموعة حُمولات العِنَب[1] التي بيعت عن طريق الوسيط g في كل سنة من السنوات 2006، 2007، 2008، ورُمز لها n_{mgyear}.

ب- مجموعة حُمولات العِنَب التي بيعت عن طريق الوسيط h في السنوات المُحددة، ورُمز لها n_{mhyear}.

وتمت مُقارنة قيم الانحراف المعياري لكل منهما فكان الفرق بينها ظاهرياً عند مستويي الثقة 0.01 وَ0.05؛ أي إنَّ حجم عينة الدراسة كان كافياً تماماً لتمثيل المُجتمع في كل سنة من السنوات الثلاث.

وكانت البيانات التفصيلية لكل حُمولة كما يلي:

أ- التاريخ: ويشير إلى يوم إبرام عمليّة البيع، واعتُمد هذا البيان لتحديد البداية والنهاية الفعليتين لكل موسم، والأيام التي جرت فيها عمليّات التداول، والبيانات التفصيلية لكل يوم من أيام الموسم. وحُددت من خلاله أيضاً بداية ونهاية موسم التسويق بحسب كل مسلك من المسالك المدروسة في كلٍ من المواسم.

ب- الوزن: يحدده الوسيط بناءً على بيانات إيصال القبان[2]، ويقوم المُنتِج بتسليم هذه الوثيقة للتاجر الذي اشترى الحُمولة، فيقوم بتصديقها. لكن فيما يخص المُصدّرين لدول غير العراق فهم لا يكتفون بذلك؛ بل يُجرون على بيانات هذه الوثيقة مجموعة من الحسميات، ويُحددون الوزن النهائي بعد الحسم الوزني، ومن ثمَّ يقوم المُنتِج، أو السائق بتسليم هذه الوثيقة لوسيط السوق؛ الذي يحتفظ بها لمُطالبة المُشتري، ويُسجّل - من بين بياناتها - قيمة الوزن النهائي فقط دون كلٍ من الوزنين القائم والفارغ، واسم المُشتري، وصفته.

---

[1]- **حُمولة العِنَب:** هي كل حُمولة سيارة تدخل سوق الهال لتُباع بصورة جُملة، كوحدة واحدة، وتم اعتماد الحُمولة في البحث كمُفردة للعيّنة n_a.

[2]- **إيصال القبان:** هو الوثيقة التي يأخذها المُنتِج من عامل جهاز الميزان الآلي؛ الذي يقوم بوزن الشاحنة قائمة ثمَّ فارغة، ويستخرج من الجهاز الوثيقة التي تحتوي على تاريخ عمليّة الوزن، ووقتها بالساعة والدقيقة، ورقم لوحة الشاحنة المُحمّلة بالعِنَب، والأوزان وفرقهما.

ج- السعر: هو قيمة وحدة الوزن التي جرى الاتفاق عليها عبر المزاد العلني في ساحة البيع، في حين أنَّه -في حالاتٍ ليست قليلة- يجري إرسال الحُمولة إلى مركز التوضيب العائد للمُصدّر (المَشْغَل)[1]، حيث يتم الاتفاق على السعر هاتفياً بين وسيط سوق الجُملة والمُصدّر.

د- المُورّد للسوق: وهو إما المُنتِج أو الضامن[2]، وهو صاحب الحق في الحصول على قيمة العِنَب الذي يورّده للسوق.

ه- المُشتري: جرى تقسيم المُشترين إلى ثلاث مجموعات هي: المُصدّرون لدول غير العراق، والمُصدّرون للعراق، وتُجّار السوق المحلّية؛ وضمَّت فئة تُجّار السوق المحلّية تُجّار سوق الهال الذين يشترون العِنَب من سوق الجُملة لبيعه أمام محالهم، والتُجّار أو المندوبين الذين يشترون العِنَب لنقله إلى أسواق مُحافظاتٍ أخرى، وغيرهم. ولم يتيسر هنا الاعتماد على تقسيم هذه الفئة إلى فئاتٍ أصغر؛ بسبب تداخل أدوار تُجّار سوق الهال مع أدوار تُجّار أسواق المُحافظات ومندوبيهم الموجودين في سوق الهال بدمشق، كون تُجّار سوق الهال بدمشق قد يشترون العِنَب لبيعه لأسواق المُحافظات.

3) استبانة المُصدِّرين

أُجريت دراسة ميدانية لمُجتمع مُصدِّري عِنَب المائدة في المِنطقة الجنوبية من سورية، ورُمز لهذا المجتمع بـ N_{ex} لمُدَّة ثلاث سنوات 2006 و2007 و2008، وكان هذا المُجتمع لكل من هذه السنوات على التوالي N_{ex2006} وN_{ex2007} وN_{ex2008} ، وبلغ حجمه في كل من السنوات الثلاث بحدود 25 مُصدِّراً، وتم توزيع استبانة ميدانية على كل المُصدِّرين تقريباً الملحق (4)؛ أي بلغ حجمها الأولي $n1 = 25$، وتم استبعاد 5 مُصدّرين من عينة الدراسة $n1$؛ لعدم إمكان تكرار جمع البيانات منهم خلال سنوات الدراسة، فبقيت عينة الدراسة النهائية $n = 20$. وقد استُخدم منهج الرصد التكراري[3] لعيّنة مقصودة أو غرضية[4]؛ أي إنَّ المُصدّرين الذين يُمثّلون مفردات هذه العيِّنة تمَّ استخدامهم في استطلاع طويل الأمد (لثلاث سنوات)، ويتميّز هذا النوع من المُعاينات بأنَّه يوفر عيّنة تبقى جاهزة لمُتابعتها، ورصد التغيّرات التي تطرأ عليها في أيِّ وقت لاحق، علماً بأنَّ هذا المنهج لا يسمح بأخذ عيّنة واسعة كما في العيِّنات التي تتم دراستها لمرة واحدة.

2- منهجية البحث

استخدم البحث **المنهج التحليلي** في البحث العلمي للتوصُّل إلى دلائل تُفسِّر مُعطيات الحاضر حول كل ما يتعلق بالإنتاج والتسويق، والتنبؤ الرياضي في ضوء هذه البيانات لما سيكون عليه مُستقبل هذه الزراعة. كما ركَّز البحث على رصد التغيُّرات التي طرأت على البيانات التي تمَّ جمعها بمرور السنوات،

---

[1]- **المَشْغل:** هو المركز التابع للمُصدّر، الذي يقوم فيه المُصدّر بإجراء العمليات التسويقية على العِنَب قبيل تصديره، ولا توجد مشاغل متخصصة بمُنتَجات زراعية معَيّنة، إنما تتنوع المُنتَجات الزراعية التي يقوم المُصدّرون بتوضيبها في هذه المشاغل بحسب توافرها في السوق، والطلب الخارجي عليها، ويقع عدد غير قليل من هذه المشاغل في مناطق قريبة من سوق الهال، وأكثرها يقع في مناطق ريف دمشق.

[2]- **الضامن:** ينطبق على الضامن تعريف المُضارب، كونه يعتمد على توقعاته للأسعار المُستقبلية للسلعة، ويبني قبوله بالسعر الذي يضمن الإنتاج على أساسه، بحيث يشمل هذا السعر المخاطر التي تقع على عاتقه، إضافة إلى تكلفة الخدمات أو العمليات التسويقية التي يقوم بها، ويُحقق هامشاً من الربح.

[3]- **منهج الرصد التكراري للعينة Panel**: هو أحد مناهج البحث العلمي في تحديد العينات ودراستها، وهو لا يسمح بأخذ عيِّنات واسعة ومن مآثره أنَّه يوفِّر عينة دائمة يمكن للباحث أن يتابع تطوُّرها خلال وقت طويل.

[4]- **العيِّنة المقصودة أو الغَرَضية**: هي عيّنة يتم اختيارها بما يخدم أهداف الدراسة، بحيث يجري انتقاء الأفراد بناءً على المعرفة، ودون قيود أو شروط، وتعد أساساً متيناً للبحث العلمي، ومصدراً ثرياً للمعلومات.

وقارن البحث بين هذه التغيُّرات بحسب السنوات باعتماد **منهج التحليل المقارن**. كما درس البحث الواقع الحالي لزراعة عِنَب المائدة، ووصَّف المُشكلة من جميع جوانبها؛ مُعتمداً على قاعدة البيانات التي تمَّ جمعها عبر **منهج الاستبانة**، خاصةً في دراسة سوق الجُملة والمُصدِّرين عبر مفهوم دراسة الحالة من خلال **المنهج الوصفي**. ومن ثمَّ تبويب النتائج، والفحص النقدي للبيانات العددية، واستخدام المُعطيات الإحصائية عبر **منهج التحليل الإحصائي**.

خامساً- مصادر البيانات

1. البيانات الثانوية

تشمل هذه البيانات المساحات المزروعة بالكروم، وكميَّات العِنَب المُنتَجة، والإنتاجيَّة لمنطقة الدراسة، ولتقسيماتها، ولسورية، وللعالم، ولأشهر الدول المُنتِجة ولفترة طويلةٍ من الزمن، إضافة إلى البيانات حول التجارة الخارجية لعِنَب المائدة، وهذه تمَّ الحصول عليها من البيانات الرسميَّة، ومن المجموعات الإحصائية لوزارة الزراعة، ومن المجموعات الإحصائية للمكتب المركزي للإحصاء، ومن الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية للمُنظَّمة العربية للتنمية الزراعية، ومن الكتاب السنوي للإنتاج الزراعي لمُنظَّمة الأغذية والزراعة للأمم المُتَّحدة (FAO)، ومن الكتاب السنوي حول التجارة الزراعية لمُنظَّمة الأغذية والزراعة للأمم المُتَّحدة (FAO)، والبيانات المنشورة على موقعها FAOSTAT، وكذلك قاعدة بيانات المركز الوطني للسياسات الزراعية. إضافة إلى بيانات من مصادر عالمية أخرى.

2. البيانات الأولية

تم الحصول على البيانات الأولية من ثلاث استبانات وهي: استبانة مزارعي الكرمة في منطقة الدراسة لموسم 2008. واستبانة مُصدري العِنَب في المِنطقة الجنوبية من سورية للمواسم 2006 و2007 و2008. واستبانة الأسعار اليومية للعِنَب في سوق الهال بمدينة دمشق للمواسم 2006 و2007 و2008.

الفصل الثاني
الدراسة المرجعية

حددت شعبة أمان الغذاء والتفتيش في نيويورك (*Division of Food Safety and Inspection, 1960*) المواصفات القياسية المُعتمدة للعِنَب في نيويورك، مُبتدئةً ببعض التعريفات ذات الصلة بتسويق العِنَب، ثمَّ بيَّنت الدرجات التي يتم تصنيف العِنَب إليها بحسب المواصفات والمقاييس المُعتمَدة من قِبَل *United state Grades* مُشيرةً إلى وجوب وضع بعض المُؤشرات على الحاويات التي يجري تعبئة العِنَب بداخلها؛ للدلالة على خصائص العِنَب، ومن هذه المُؤشرات: البيان، والدرجة، والكميَّة الصافية، أو وزن المحتويات؛ وخَتمت الشعبة المواصفات القياسية للعِنَب بوضع بعض الأسس الواجب مراعاتها عند تجارة عِنَب المائدة، وأهمها: أنَّه لا يجوز بيع العِنَب، أو عرضه للبيع، أو نقله بهدف البيع، إذا كان ضمن عبوات غير مُغلقة، أو لا توجد العلامات الكاملة على العبوات. كما وضعت بياناً تفصيلياً للوائح، والتعليمات الخاصة بالعِنَب.

ودرس (*Talim*, 1972) الإنتاج الاقتصادي للعِنَب في تركيا، وبيّن المسالك التسويقية التي يمر بها العِنَب المُراد تصديره من تركيا، كما حدد شُركاءها التجاريين المُستوردين للعِنَب، وأهميَّة كل من هؤلاء الشركاء على أساس كميَّات العِنَب التي يستوردها من تركيا، وشرح العوامل التي يتوقف عليها نجاح زراعة الكرمة، وبيَّن أنَّ مزرعة بمساحة 4 هكتارات تكفي لأن توفر دخلاً كريماً للمزارع وأسرته. وأشار إلى أنَّ استقرار أسعار العِنَب في السوق الداخلية، وتنظيم السوق إلى جانب التعليم التقني للمزارعين هي عواملُ حاسمة للتوسع بهذه الزراعة في تركيا.

كما درس (سوريال، 1985) المُعاملات الضرورية لتحسين خواص عناقيد العِنَب، وحددها بالخف والتحليق، وفك تشابك العناقيد، واستخدام مُنظمات النمو للتأثير في نسبة العقد، ولزيادة حجم حبات العِنَب عديم البذور، ولتسريع تلون الثمار ونضجها، وأفرد بحثاً في نضج وقطف وتعبئة وتخزين محصول العِنَب. درس من خلاله آلية تقدير كميَّة المحصول في بساتين العِنَب، وحدد علامات النضج وفقاً لاتجاه استخدام الصنف سواء أكان عِنَب مائدة للاستهلاك المحلي، أم عِنَب مائدة للتصدير أم التخزين، أم عِنَب نبيذ، أم عِنَب تجفيف. ودرس إلى جانب ذلك آليات جمع المحصول وتعبئة العناقيد والتبريد المُسبق لعِنَب المائدة في حال كان مُعدّاً للتصدير، وتبخيره بثاني أكسيد الكبريت، والتخزين المُبرّد له، وتجفيفه.

درس (فراج، 1988) نضج عناقيد العِنَب وقِطافها، وحدد نقاطاً يجب مراعاتها عند القِطاف، وبيَّن العلامات التي تدلُّ على نضج عناقيد العِنَب بحسب الأصناف، وشرح الآلية الصحيحة لقِطاف العناقيد وتعبئتها في الحقل، وميزات هذه الطريقة، والتعبئة في عبوات ورقية، وأشار إلى النُقاط العامَّة في قطف عناقيد العِنَب، وتعبئتها، وطرائق حفظ العِنَب أثناء الشحن والنقل. كذلك بيّن الصفات المرغوب فيها، أو الواجب توفرها في كل مجموعة من مجموعات العِنَب، من أجل تربية كروم العِنَب وتحسينها.

درس (1991) *Agricultural Marketing Development Project* مشروع تطوير التسويق الزراعي في الأردن أسواق تصدير العنب الأساسية في العالم، مركّزاً على أمريكا الشمالية، وألمانيا، واليابان، ثمَّ درس احتياج ألمانيا من عِنَب المائدة، والمتوفّر في أسواقها، ومصدره. كما درس التغيُّرات السعرية الأسبوعية لأربع دول أوروبية للعام 1989، فوجد بأنَّ أدنى الأسعار كانت في الفترة من شهر آب وحتى تشرين الثاني، علماً بأنَّ هذه الأسعار لم تنخفض دون دولار واحد للكغ. كما وجد بأنَّ عِنَب المائدة توفَّر في الأسواق الأوروبية على مدار العام تقريباً، لكن بكميَّات محدودة، وأنَّ فترة عرضه الأعظمي في هذه الأسواق قد استمرت بدءاً من منتصف شهر تموز وحتى منتصف كانون الأول؛ أي إنَّ

طول الموسم يُعادل 150 يوماً تقريباً. ثمَّ أشار إلى طرائق التعبئة، والتغليف، وأهميتها في التسويق. كذلك درس طرائق التخزين، والعبوات المُستخدمة في التخزين، وأهميتها في الحفاظ على جودة العِنَب.

درس (Bory, 1993) مُستقبل مهنة زراعة الكروم في مالطا، ودرس من خلالها الإنتاج المحلّي من العِنَب، والاستهلاك والواردات، وبيّن أنَّ المصدر الأساسي لواردات العِنَب إلى سوق مالطا هو إيطاليا، وحدد آلية مواجهة التغيُّرات المُستقبلية، وتطوير هذه الزراعة في مالطا من خلال بحثه، وشدد على أهميَّة التوسُّع بأبحاث السوق من أجل التوصُّل إلى تذليل الصعوبات التي تعترض تفضيلات المستهلكين، وأثر تحسين الجودة في رفع مستوى قدرة الصادرات على المُنافسة في الأسواق الخارجية، لكنه ركّز في بحثه على أعناب الخمور أكثر من أعناب المائدة.

درس (Folwell and Aegerter, 1996) التكاليف التفصيلية لإنشاء الكروم ورعايتها في الولايات المُتَّحدة الأمريكية، وقد قسّما هذه التكاليف إلى تكاليف ثابتة وتكاليف مُتغيِّرة، وقاما بحساب الاهتلاكات السنوية للتعريشة، والمُعدات والآليات المُستخدمة في المزرعة، ووزَّعا هذه التكاليف على سنوات عمر المزرعة، واتخذا نموذجاً للدراسة كرماً مساحته 30 أيكراً[1]، لكن دراستهما اقتصرت على تحديد تكاليف المزرعة خلال السنوات الأربع الأولى من عمرها؛ ومن ثمَّ لم يتطرَّقا إلى التكاليف التي تتغيَّر بتغيُّر الإنتاج، إذ اكتفوا بالوقوف عند تكاليف الإنشاء والتربية.

في دراسة (Alston *et al*, 1997) حدد الباحثون أهميَّة زراعة الكروم في ولاية كاليفورنيا؛ مُستندين إلى دراسة واقع زراعتها لفترة طويلة جداً؛ امتدت من 1950 إلى 1995، قارنوا خلالها بين أهميَّة كل مجموعة من مجموعات العِنَب (عنب المائدة، وعِنَب الخمور، والزبيب) عبر هذه السلسلة الزمنية الطويلة، ومدى تغيُّر أهميَّة كل من هذه المجموعات إلى جانب تحديد الأصناف الرئيسية ضمن كل مجموعة. كما درسوا تغيُّر تكاليف الإنتاج عبر سلسلة من 1955 إلى 1992، ولكل مجموعة على حدة، ودرسوا استهلاك العِنَب في كاليفورنيا، والتغيُّرات التي طرأت على مُعدَّلات الاستيراد والتصدير للفترة 1951-1994، والتغيُّرات التي أصابت السوق والتسويق خلال تلك الفترة، وتقنيات ما قبل الحصاد، والتغيُّرات في أذواق المُستهلكين، وشرحوا السياسات والاستراتيجيات التي كان لها أثر في هذه الزراعة، وقاموا بوضع مجموعة ضخمة من الدوال للعرض، والطلب، والأسعار، ودالة لعلاقة التصدير بالطلب المحلّي للفترة 1976-1994، ودالة أخرى لعلاقة الاستيراد بالطلب المحلّي للفترة السابقة نفسها.

حدد (الدجوي،1997) الشروط الواجب توفرها في عِنَب المائدة، وبقية مجموعات العِنَب بوصفها معايير يجب أخذها بالحسبان لتحديد المجموعة التي يتبعها كل صنف من أصناف العِنَب، وشرح طرائق جمع العناقيد وتداولها وتخزينها، وحدد علامات جودة العِنَب، وأنواع العُبوات المُستعملة لتعبئة العِنَب في مِصر وأحجامها، وقسّم تعبئة الثمار إلى مرحلتين هما: التعبئة الحقلية، والتعبئة في بيوت التعبئة. كذلك صنّف طرائق وضع العناقيد في العُبوات إلى: تعبئة العناقيد وحاملها للأعلى، والتعبئة المُستوية، والتعبئة في صناديق كبيرة مع نشارة الخشب، والتعبئة غير المُنتظمة في صناديق، والتعبئة في وحدات المستهلك.

أجرى (جودة ومقلد، 1998) دراسة اقتصادية لبعض مُحددات صادرات العِنَب المِصريَّة، وهدفت هذه الدراسة إلى تحليل القدرة التنافسية السعرية المِصريَّة بالسوق العالمي، وتحديد أهم الدول المُستوردة من خلال التركيب السوقي، وتحليل الطلب على العِنَب المِصري في أهم الأسواق العالميَّة، والتعرف إلى

[1]- **الأيكر**: هو وحدة مساحة يدعى أيضاً الفدان وهو يُعادل 4046.8 م^2

الميزة التصديرية. ووصلت الدراسة إلى أنَّ انخفاض سعر العِنَب المِصري المُصدّر بمقدار دولار للطن أعطت زيادة في الصادرات بمقدار 1.2 طن، وتوصّلا إلى تحديد مجموعة كبيرة من العلاقات الانحدارية لكميَّة صادرات مِصر من العِنَب مع أهم العوامل الاقتصادية المُؤثرة فيها، ومع أهم أسعار تصدير العِنَب في مجموعة من الدول منها سورية، ووضحا التركيب السوقي للصادرات المِصريَّة من العِنَب، والأهميَّة النسبية لكل من كميَّة الصادرات المِصريَّة من العِنَب وقيمتها، ولأهم الدول المُستوردة.

درس (Erb *et al*,1998) تكاليف إنتاج العِنَب، وبيَّنا التكاليف والموازنة، كما بيَّنا مُتوسط إنتاجية كل صنف من الأصناف المزروعة في ولاية كنساس الأمريكية بحسب ظروف الزراعة، ومُتوسط سعر الطن. ووضعا برنامجاً لتطوير إنتاج العِنَب، وتطوير التخطيط للتسويق، وإنشاء المزرعة وتنظيمها، وبيّنوا التكاليف الثابتة والمُتغيِّرة والكليِّة والعائدات والموازنة حتى السنة الرابعة من عمر المشروع. كما وضحوا من خلال البحث الأصناف المزروعة في أمريكا، ومتوسط الإنتاجيَّة لكل صنف منها.

درس (White *et al*, 1999) تكاليف إنشاء وإنتاج مزارع العِنَب في نيويورك، وبيَّنوا أسعار الجُملة الوسطية للعِنَب للفترة 1994-1998 إذ بلغت هذه الأسعار أعلى مُعدَّلات في 1997؛ وبلغ مُتوسطها 1240 دولار/الطن، وأخفض مُعدَّل في 1995 إذ بلغ 980 دولار/الطن، وحددوا تكلفة وحدة الإنتاج عند عدة مستويات من الإنتاجيَّة، وحددوا التكلفة المُترتبة على وحدة المساحة من المزرعة عند عدة مستويات من الإنتاجيَّة، وعدّوا العمر الذي ينبغي استبدال الأشجار عنده هو 25 سنة، وبيّنوا أسعار المُستهلك للعِنَب الطازج في الولايات المُتَّحدة، وكان مُعدَّل أسعار العِنَب عديم البذور 1.5 دولار/ليبرة[1] كمُتوسط سعر مُستهلك في شهر تموز. في حين كان هذا المُتوسط ينخفض إلى 1.4 دولار/ليبرة في شهر آب. أما العِنَب البذري الطازج فقد قدّروا سعره في شهر تمّوز بما يُعادل 0.68 دولار/ليبرة، وارتفع هذا المُتوسط إلى 0.72 دولار/ليبرة في شهر آب، وكانت هذه البيانات خاصَّة بموسمي 2000 و 2001.

درس (Ames, 1999) الزراعة العضوية للعِنَب، بعيداًعن استخدام الكيماويات، وحدد إيجابيات هذه التقنية على الصحة العامَّة، وعلى التسويق المُستقبلي للعِنَب. وتوصّل إلى أنَّه يصعب إتباع تقنية الزراعة العضوية للعِنَب في مناطق شرق الولايات المُتَّحدة؛ بسبب المناخ الذي يُساعد على نشاط الحشرات والأمراض. حيث تبرز خيارات التعامل العضوي مع الحشرات والأمراض. إلى جانب كون المُستهلك في هذه المناطق يطلب أعناباً ذات مواصفات شكليِّة مُتميزة؛ ومن ثمَّ يصعب إرضاء ذوقه. أما في المناطق الغربية من الولايات المُتَّحدة فالصورة معكوسة تماماً.

أجرى (Weatherspoon *et al*, 1999) بحثاً في الولايات المُتَّحدة درسوا فيه نموذج روتردام للعِنَب الأمريكي المُصدّر إلى كندا، واليابان، والسويد، خلال الفترة 1970-1991، واستعمل النموذج مُتغيرات عِدّة هي: الإنفاق، والكميَّة، وبيانات السعر في الولايات المُتَّحدة، والأرقام الإحصائية للفترة 1970-1991. كما درسوا أسواق عِنَب المائدة في كل من هذه البلدان المُستوردة، وحللوا ترتيب الأهميَّة لوضع عِنَب المائدة الأمريكي في أسواق هذه البلدان، وبيّنت دراستهم أنَّ الصادرات الأمريكية من عِنَب المائدة لهذه الدول أبدت حساسية شديدة لتغيُّر أسعار العِنَب في أمريكا، وأنَّ تطوير الصادرات الأمريكية من العِنَب لهذه الدول منوطٌ بتطوير قوة الشراء في كلٍ منها. كما أشارت الدراسة إلى أنَّ كندا، واليابان، والسويد استوردت 79%، 75%، 17%، من احتياجاتها من العِنَب من الولايات المُتَّحدة على التوالي.

[1]- **الليبرة**: تدعى أيضاً الباوند وهي وحدة قياس للوزن تُعادل 455 غراماً.

حدد (Crisosto *et al*, 1999) مجموعة من العمليات والمعايير الواجب مراعاتها، للمحافظة على خصائص العِنَب، ومواصفات جودته، بعد الجني، وأكّدوا على علامات اكتمال النمو أو النضج الحقيقي للعناقيد. وبيّنوا أنَّ التبريد الأولي للعِنَب يجب أن يبدأ بعد أقل من ست ساعات من القطاف، كما أشاروا إلى أنَّ المُعاملة بغاز ثاني أوكسيد الكبريت SO_2 يجب أن تبدأ بعد أقل من 12 ساعة من القطاف. ويفضَّل أن يُجرى التبريد في الحقل في غُرف مُعدّة مُسبقاً لهذا الغرض، وبعد أن تنتهي عملية التبريد في الحقل بشكلٍ كامل، تتم عملية نقل العِنَب إلى السوق، وبسيارات مبرّدة.

درس (Grier *et al*, 2000) تطوُّر مساحات الكروم، وتطوُّر إنتاجها، وتغيّر الاستهلاك المحلّي من العِنَب، والعوامل المؤثّرة في تغيُّر الإنتاج، كما درسوا أسعار الجُملة، وأُجريت هذه الدراسات على أعناب ولاية أونيتاريو، ووضعوا ثلاثة سيناريوهات للتأثيرات المُستقبلية المُحتملة في الإنتاج.

درس (Bordelon, 2001) الأهميَّة الاقتصادية لإنشاء كروم العِنَب، مركّزاً على أهميَّة تحديد الموقع المثالي للمزرعة بحسب عدة اعتبارات. ودرس اقتصاديات إنتاج العِنَب، والتكاليف الثابتة والمُتغيِّرة لكرومها التي تترتب على عمليات الإنشاء والعمليات اللازمة للمزرعة، إلى جانب تكاليف إضافات الأسمدة والمُبيدات وغيرها؛ كتكاليف مُتغيِّرة تتبع تغيُّر مُعدَّلات الإنتاج، ودرس عمليات التسويق والعوامل المُؤثّرة في الأسعار. كما تضمَّنت دراسته برنامجاً لتكاليف مزارع العِنَب، وتوصَّل أخيراً إلى أنَّ الكروم تحتاج عادةً من سبع إلى عشر سنوات حتى تسترد رأس المال الذي جرى استثماره لإنشائها.

درس (Crisosto *et al*, 2001) تأثير أشكال مُختلفة من التخزين على جودة عِنَب المائدة، وتوصلوا إلى أنَّ هناك ارتباطاً معنوياً موجباً بين فترة التخزين، وحجم العُبوة، وأنَّ ارتباط اكتظاظ العنقود بمدة التخزين هو ارتباط ظاهري. كما كان الحال في الارتباط بين نوع المواد المُستخدمة بالتغليف، ومدة التخزين؛ إذ كان أيضاً ظاهرياً. كما أنَّهم استنتجوا أنَّ الأعناب الخضراء تأثّرت بالتخزين أكثر من المُلوّنة من حيث المظهر. كما كانت هناك علاقة ارتباط معنويّة بين مساحة فتحات أكياس التغليف، أو ما تُعرف بحقائب العناقيد[1]، وعددها من جهة، والقُدرة على تحمّل التخزين من جهةٍ أخرى.

أجرى (Krishnamurthy, 2001) دراسةً في عمليات ما قبل حصاد العِنَب، والوظائف التي تلي حصاده، والتي يكون من شأنها إطالة عمر الرف، وركّز البحث على عمليات التبريد الأولي، وأشار إلى أنَّ الهند أنشأت هيئة تعاونية من مزارعي ومُصدّري العِنَب، ودعيت هذه الهيئة ***Mahagrapes***، وأشار إلى أنَّ صادرات الهند من العِنَب قد ارتفعت ارتفاعاً ملموساً منذ إنشاء هذه الهيئة، على الرغم من أنَّ الدراسة بيّنت أنَّ ما يُلائم التصدير من العِنَب الهندي لا يزيد عن 5% من إنتاج الهند من العِنَب، إضافةً إلى ارتفاع تكلفة العِنَب المُعد للتصدير؛ إذ تصل تكلفة العبوة سعة 4.5 - 5 كغ ما يُعادل 2.25 - 2.75 جنيه إسترليني؛ كتكاليف تبريد، وتخزين، وتغليف، وإيجار حاويات، ونقل إلى الأسواق الخارجية. كما تضمّنت الدراسة جدولاً مُفصَّلاً لتكاليف مزارع كروم عِنَب المائدة في الهند.

درس (Wolf, 2002) الزراعة العضوية للعِنَب في كاليفورنيا؛ حيث أجرى الباحث اختبارات للسوق لمعرفة رغبة المُستهلك، أو توجهات المُستهلك الشرائية تجاه العِنَب المُنتَج من الزراعة العضوية، وحساسية السعر. كما أجرى مُقارنة لإقبال المُستهلك على العِنَب العضوي بإقباله على بقية الأعناب، وكذلك لإقبال المُستهلك على العِنَب العضوي مقارنة بإقباله على بقية المُنتَجات الزراعية المُنتجة من

[1]- **حقائب العناقيد**: هي أكياس يُخصص كل منها لوضع عنقود واحد عند الفرز وتعبئة العِنَب في عبوات المُستهلك؛ بما يضمن فصل العناقيد عن بعضها فصلاً كاملاً.

الزراعات العضوية، وبيَّن السُبل ممكنة الإتّباع للتأثير في سلوك المُستهلك، ودوافع الشراء لديه، وتحويل سلوكه باتجاه استهلاك الأعناب المُنتَجة في ظروف الزراعة العضوية.

كما أجرى (Folwell, 2002) دراسة لإنتاج العِنَب في الولايات المُتَّحدة، حلل من خلالها سلسلة زمنية للفترة 1979-2001 لتغيّر إنتاج العِنَب، وإنتاجيته، وأسعاره، إلى جانب دراسة انحدار أسعاره كميَّات إنتاجه في واشنطن، من خلال مُعادلة انحدار، وحدد مرونة العرض السعرية. كما قارن إنتاج واشنطن بإنتاج الولايات المُتَّحدة، وبيّن نِسَب المساحات المزروعة بالكروم بحسب طرائق الرعاية المتبعة.

درست جمعية عنب المائدة الأسترالية (ATGA, 2002) حالة إنتاج العِنَب في أستراليا؛ مُبينةً تكاليف إنتاجه بالنسبة لوحدة المساحة المزروعة، وبالنسبة لوحدة المُنتَجات. ودرس البحث السوق المحلّية، والسوق الخارجية لعِنَب المائدة الأسترالي، وحدد الأصناف المزروعة على مستوى تجاري في أستراليا. كما وضّح استراتيجيات الإنتاج، والتسويق، ونقاط ضعفها، وقوتها. وكانت هذه الدراسة من بين الدراسات القليلة جداً التي استخدمت تحليل SWOT أو ما يُعرف بتحليل نقاط القوة، والضعف، والفرص، والتحديات، وحددت الدراسة - لغرض إتمام هذا التحليل - العوامل الداخلية المُؤثرة في هذه الزراعة، وجرى تقسيمها إلى نقاط إيجابية، ونقاط سلبية؛ أي إلى نقاط قوة، ونقاط ضعف. كما حددت الدراسة أيضاً العوامل الخارجية المُؤثِّرة في هذه الزراعة، وقسَّمتها إلى عوامل إيجابية، وعوامل سلبية؛ أي إلى فرص، وتحديات، وهذا التحليل يُعد مثالياً لاستشراف المُستقبل.

كما أجرى (Ngo, 2002) دراسة أخرى في أستراليا - في وقت الدراسة السابقة نفسه - بيّن فيها أنَّ موسم إنتاج عِنَب المائدة في وسط أستراليا يبدأ في شهر تشرين الثاني، وينتهي في منتصف كانون الثاني، يكون بذلك أبكر بستة أسابيع من العِنَب الذي تنتجه بقية مناطق أستراليا؛ ومن ثمَّ ففرصه في التسويق كبيرة جداً. كما بيَّن البحث أنَّ المساحة المثالية لمزرعة العِنَب هي بحدود 50 هكتاراً، كي تكون هذه المزرعة مزرعة تجارية. وأشار البحث إلى أنَّ مُتوسط أسعار الجُملة للعِنَب المحلّي هي بحدود 50 دولار/العبوة الكرتونية سعة 10 كغ، وأنَّ إنتاجية كروم وسط أستراليا هي بحدود 12.5 طن/هكتار.

في دراسة لمُنظَّمة الأغذية والزراعة FAO بعنوان: الزراعة السورية على مفترق طرق ([2003a])؛ بيَّنت الدراسة أنَّ مراقبة الأسعار في سورية ليست بالأمر السهل؛ نظراً لقلة الإحصاءات المنشورة بشأنها، فمُؤشر أسعار التجزئة المنشور في المجموعة الإحصائية الصادرة عن المكتب المركزي للإحصاء هو مُؤشرٌ واحد فقط؛ بينما يجب الحصول على مُعدَّلات انكماش إجمالي الناتج المحلّي من الأرقام المنشورة للقيم الحقيقية والاسمية، وكذلك فإنَّ مُؤشر أسعار الجُملة المنشور في المجموعة ذاتها يعكس أسعار الشركات العامَّة؛ ولا يُمثِّل الأسعار السائدة في كامل الاقتصاد. ولا يوجد نظام معلومات بشأن أسعار سوق الهال، وقد أجرى البحث دراسة للميزة النسبية للصادرات الزراعية السورية مقارنة ببلدان المُتوسط (المغرب، تونس، مصر، تركيا، لبنان، الأردن، قبرص)، وركّز التحليل على دراسة 28 محصولاً زراعياً تصدرها سورية، وامتلكت ميزةً نسبيةً في 16 منها، وكان العِنَب واحداً منها. كما قام البحث بتحديد المُتعاملين بالخضار والفواكه بحسب تصنيفهم إلى وسطاء، وضمّانة، وعُملاء، وتُجار جملة، ونصف جملة، وتُجار تجزئة، ومُتعاقدين، وأصحاب وُرش تعبئة، وعرّف البحث كلاً منهم. إضافةً لكل ذلك فقد درس البحث أسواق الهال بتفصيلٍ كبيرٍ مُبيِّناً أنَّها أسواق مُختلطة، وليست أسواق جُملة.

حدد البحث الذي أجراه (Conradie *et al*, 2006) مُتوسط مساحات مزارع عِنَب المائدة، وعنب النبيذ في جنوب أفريقيا، ومتوسط إنتاج المزرعة، وتكلفة إنتاج وحدة الوزن من العِنَب. وتوصّل هذا البحث إلى أنَّ الكيلو غرام الواحد من عِنَب المائدة يكلّف وسطياً ما يُعادل أربعة أضعاف مثيله من عِنَب النبيذ، إضافة إلى تكاليف ما بعد القطف (تكاليف العمليات التسويقية) المُرتفعة بالنسبة لحالة عِنَب المائدة. كما أدرج الباحثون برنامجاً تفصيلياً للتكاليف لثلاث سنوات 2002-2004، ولثلاث مناطق، وتوصَّلوا إلى أنَّ كفاءة إنتاج عِنَب المائدة تعتمد على مساحة المزرعة، ومستوى تعليم صاحب المزرعة، ونوع العمالة المُستخدمة، ومصدر المياه، وصنف العِنَب المزروع.

في دراسة لباحثة من المركز الوطني للسياسات الزراعية بعنوان تجارة عِنَب المائدة في سورية (Baghasa, 2006[d])، توصّلت الدراسة إلى أنَّ هناك أربع دول فقط تستورد نصف الصادرات العالميَّة من العِنَب، وأنَّ ثلاث دول تُصدّر أكثر من نصف الصادرات العالميَّة منه، علماً بأنَّ الولايات المُتَّحدة وقعت ضمن المجموعتين. وتوصّل البحث إلى أنَّ العِنَب البلدي يشكّل 20% من إنتاج سورية من العِنَب، والعِنَب الحلواني يشكّل 30% منه، وخلُصت الباحثة إلى أنَّ الدول المُستوردة للعِنَب السوري هي سبع دول منها أربع دول، أساسية تستورد 84.4% من صادراته السورية. لكن البحث انتهى إلى أنَّ سورية لا تمتلك ميزة نسبية في إنتاج العِنَب!. وأنَّ هناك تراجعاً كبيراً في صادراتها من العِنَب خلال العامين 2003 و2004.

درس (Koçtürk, 2006) تسويق عِنَب المائدة في تركيا، مُستخدماً قانون مورغان لتحديد حجم عينة الدراسة، وحددها بموجب القانون بـ 94 مُفردة، وقسّم البحث كروم العِنَب في تركيا إلى ثلاث فئات بحسب مساحة هذه الكروم، وهذه الفئات هي: كروم صغيرة (Ha 1.5 -0.1)، وكروم متوسطة (5–1.6 Ha)، وكروم كبيرة (Ha + 5.1). وبيّن البحث المسالك التسويقية لعِنَب المائدة في المِنطقة من خلال شكل توضيحي. كما درس الباحث سلاسل زمنية لإنتاج العِنَب وتجارته لمجموعة من الدول، وحدد موقع تركيا بين هذه المجموعة، وأشار إلى أنَّ 86% من مزارعي الكرمة في منطقة الدراسة مُنتسبون لجمعيات مُتخصصة. كما أنَّ 37.2% فقط من المزارعين لهم مصدر دخل آخر من خارج مزرعة العِنَب، 13.8% منهم تُغطّي مزارعهم 25% من دخلهم، و10.6 % منهم تُغطّي مزارعهم 50% من دخلهم، والـ 12.7% الباقين تُغطّي مزارعهم 75% من دخلهم.

درس (Black and Dyson, 2006) الأثر الاقتصادي للأبحاث المُخصصة لتطوير زراعة الكرمة، والدعم المُقدم إلى مزارعي الكرمة في جنوب أستراليا؛ أي أثر السياسات الاقتصادية الزراعية المُوجهة لتحسين إنتاج العِنَب في أستراليا، وتوصَّلوا إلى أنَّ زيادة الإنفاق على البحث العلمي، والتسهيلات المُقدمة لكروم العِنَب أعطت عائدات كبيرة جداً، وأنَّ النتائج كانت أكثر إيجابية في منطقة *Riverland* من المناطق الباردة المركزية والجنوبية، وأعاد الباحثان سبب ذلك إلى أنَّ هذه المِنطقة ركّزت على البحث العلمي، واستخدام التقنيات الحديثة، وخصوصاً تقنيات الري زيادةً عن بقية المناطق، وأنَّ الزيادة في التكاليف التي نتجت من تبنّي نتائج الأبحاث في بداية عمر المشروع ساعدت على تقصير الزمن اللازم للوصول إلى نقطة التعادل للمشروع.

درس (Piva *et al*, 2006) مستوى قبول المُستهلكين لخمسة أصناف من عِنَب المائدة في السوق الإسبانية، تبعاً لعدَّة مُؤشرات أهمها: اللون، والشكل، والحجم، وصفة وجود البذور أو عدم وجودها، والعصيرية، والمذاق، واستخدم الباحثون أسلوب التحليل الحسّي؛ لتقييم مُستوى القبول للأصناف الخمسة

من عِنَب المائدة، واعتمدوا النمط الشبكي في هذا التحليل، وتوصَّلوا إلى أنَّ صفة عدم وجود البذور كانت الصفة الأكثر استحساناً من قبل المُستهلكين، وأنَّ الصنف كاردينال *Cardinal* كان مُتميزاً عن بقية الأصناف، وأنَّ المذاق، والعصيرية كانتا على رأس العوامل المُحددة لاختيار المُشتري لصنف العِنَب. علماً بأنَّ إسبانيا هي خامس أكبر مُصدّر للعِنَب في العالم، والثاني على المستوى الأوروبي.

أجرى (Shah, 2007) دراسة اقتصادية للعِنَب في الهند، مُتوسِّعاً في دراسة التكاليف، واتخذ منحىً خاصاً في تقسيم تكاليف المزرعة؛ إذ عَمَدَ إلى تقسيم التكاليف إلى أربع مجموعات، هي:

A1: وتشمل تكلفة الغراس، والمُبيدات، والأسمدة، والعمالة، ومجموع الاهتلاكات، وتكاليف الري، وضريبة الدخل، والعائد على رأس المال العامل.

A2: وهي تُعادل قيمة A1 مُضافاً إليها الأموال المدفوعة أجور أراضٍ.

B: وهي تُعادل A2 والقيمة الإيجارية للأرض، والعائد على رأس المال الثابت عدا الأرض.

C: وهي B، إضافةً إلى قيمة العمل العائلي.

علماً بأنَّه درس هذه التكاليف منذ الإنشاء، وحتى السنة الخامسة عشرة من عمر المزرعة، وبذلك فقد اتبع هذا الباحث نهجاً مُختلفاً في تصنيف التكاليف تجدر الإشارة إليه.

درس قسمُ المُنتَجات البستانية والاستوائية في وزارة الزراعة في الولايات المُتَّحدة *Foreign Agricultural Service, Horticultural & Tropical Products Division* (2007)، حالة عِنَب المائدة في العالم، وفي الولايات المُتَّحدة، وحدد البحث الدول العشر الأولى في العالم على سلم إنتاج عِنَب المائدة للفترة 2001-2006، ومما يلفت الانتباه في هذه الدراسة أنَّ الصين التي أتت في مُقدمة الدول المُنتجة للعِنَب عالمياً قد ازداد إنتاجها من 3.5 مليون طن في بداية الفترة إلى 6.5 مليون طن في نهايتها. أما الولايات المُتَّحدة الأمريكية؛ التي أتت في المرتبة الخامسة على سلم الإنتاج العالمي للعِنَب، فقد كان الميزان الكمّي لتجارة عِنَب المائدة الطازج لديها عاجزاً لكل فترة الدراسة، وتراوحت قيمة عجزه بين 100 ألف و 300 ألف طن. كما أشار البحث إلى أنَّ ولاية كاليفورنيا - وهي المُنتج الرئيسي لعِنَب المائدة من بين الولايات - تستورد منه نحو ضعف ما تُصدّر، وتزداد نسبة وارداتها إلى صادراتها عاماً بعد آخر، ما يعني أنَّ أسواق عِنَب المائدة في العالم هي أسواق غير مُشبعة، وأنْ لا خوف من تزايد الإنتاج إن ترافق ذلك التزايد بكفاءة تسويقية. وحدد البحث أنَّ كندا، والمكسيك، وهونغ كونغ، وماليزيا هي أهم الأسواق الخارجية لعِنَب المائدة الأمريكي، ويُلاحظ هنا أنَّ لدى الولايات المُتَّحدة شريكين قريبين جغرافياً، وشريكين وراء البحار؛ ومن ثمَّ فهناك إمكانية كبيرة للانطلاق بعِنَب المائدة إلى الأسواق البعيدة، إذا كانت هناك دراسات حقيقية لمُتطلبات تلك الأسواق، وإمكانية تحقيق موافقة متطلباتها. وهناك نقطة أخرى هامة أظهرها البحث عند دراسة قائمة الدول المُستوردة، وهي أنَّ المكسيك أتت على رأس الدول المُستوردة للعِنَب من الولايات المُتَّحدة، علماً بأنَّها من الدول المُصدِّرة للعِنَب إلى الولايات المُتَّحدة، وعند الدراسة الدقيقة لهذه المفارقة (كيف أنَّ المكسيك هي شريك مُستورد ومُصدّر رئيسي للعِنَب مع الولايات المُتَّحدة الأمريكية!) تبيّن أنَّ المكسيك تُشكل مُستورداً للعِنَب من الولايات المُتَّحدة في الأشهر (8،9،10،11،12،1)، في حين أنَّها تُصدّر العِنَب إلى الولايات المُتَّحدة في الأشهر (5،6،7)؛ ومن ثمَّ فالإمكانية قائمة لتبادل العِنَب حتى بين الدول المُنتجة له في حال اختلفت مواسم الإنتاج بينها.

درس المركز الوطني للسياسات الزراعية (2007) القدرة التنافسية للصادرات الزراعية السورية، وبيَّن أنَّ المُشكلة في تسويق الخضار والفواكه السورية تكمن في أنَّ العلاقة بين المُتعاملين المحليين، والتجّار الأجانب، وحتى المُوزِّعين تحكمها قواعد وقوانين تقليدية تُسهم في زيادة التكاليف التسويقية، وأنَّ 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 يُباعد بين المُزارعين، والأسواق الخارجية؛ لذلك يجب العمل على تقصير الطريق بين المزارعين والأسواق الخارجية.

درست مولدافيا بالتعاون مع الولايات المُتَّحدة الأمريكية (CAMIB, 2007) السوق الألمانية لعِنَب المائدة - نظراً لأنَّ ألمانيا دولة مُستوردة للعِنَب من مولدافيا - وقد حددت هذه الدراسة سِعاتٍ ثابتةً لعبوات العِنَب التي تطلبها السوق الألمانية؛ بحيث كانت بأوزان: 5كغ، و8 كغ، و9 كغ، و4.5 كغ. إضافةً إلى أنَّها بيّنت أنَّ السوق الألمانية تشترط التغليف ضمن أكياس بلاستيكية، أو صواني شفافة لكل 1 كغ من العِنَب في حالة العُبوات الكبيرة؛ على أن تكون العُبوات خشبية، أو كرتونية فقط. كما حددت عبارة يجب أخذها بالحسبان عند الرغبة في التصدير إلى الاتحاد الأوروبي وهي: "بما أنَّ ألمانيا عضو في الاتحاد الأوروبي وهي تُطبِّق الأنظمة الأوروبية التي تشمل أنظمة جودة التسويق، ومعايير السلامة، وأنظمة التعبئة، والتغليف، والمعايير الاجتماعية، والبيئية لصحة المُستهلك، وسلامته، فكل هذه المعايير يجب أن يلتزم بها المُصدّرون الراغبون بتزويد السوق الألمانية بالعِنَب"، إضافة إلى أنَّ الدراسة اشتملت على تحليل لأسعار العِنَب الذي استوردته ألمانيا للفترة 2001-2006. علماً بأنَّ بيانات مولدافيا عن إنتاج العِنَب، وتصديره تتقارب مع بيانات سورية، لكن أسعار صادراتها أعلى من أسعار صادرات العِنَب السوري بشكلٍ كبير.

درس (EL-Swalhy *et al*, 2008) تحليل موقع العِنَب المِصري في السوق العالميَّة. من خلال دراسة سوق العِنَب في الدول التي تستورده من مِصر، والمُنافسة التي يواجهها العِنَب المِصري في أسواق هذه الدول، وحساسية كل من هذه الأسواق، والتوقُّعات المُستقبلية لها، وخلُصت الدراسة إلى أنَّ هناك خمسة مُتنافسين أساسيين في السوق السعودية للعِنَب، وهم: سورية، ومِصر، وتركيا، وإيطاليا، وإيران، وأنَّ عِنَب المائدة المِصري يمتلك قوة كامنة كبيرة تؤهله لزيادة حصَّته في السوق الأوروبية. كما بيّنت الدراسة بأنَّ أسعار السوق المحلّية (في مِصر) أثّرت تأثيراً كبيراً في الكميَّات المُصدّرة منه؛ ومن ثمَّ أثّرت في قُدرة العِنَب المِصري على المُنافسة في الأسواق الخارجية.

درس (Becher & seith, 2008) الفُرص المُتاحة لتسويق عِنَب المائدة المُنتج في ألمانيا، وتوصَّلا إلى أنَّ ألمانيا تمتلك ميزة نسبية في إنتاجه. كما بيّنا أنَّ تُجَّار الجُملة في السوق الألمانية يفتقرون إلى المعلومات الكافية بشأن مناطق إنتاج العِنَب، وأنَّهم يأملون بأنْ يتوفر الإنتاج المحلّي من العِنَب في الأسواق، نظراً لارتفاع أسعار الأعناب في هذه الأسواق. كما توصّل الباحثون من خلال تحليل استباناتهم إلى أنَّ تُجار التجزئة يُطالبون باعتماد نظامٍ مُتكاملٍ، وفعّال لإدارة الجودة، بحيث يتمكنوا من إزالة الشك المُحيط بالعِنَب في نفوس المُستهلكين، وأنَّ المواصفات المرغوب فيها من المستهلك الألماني كانت: الطعم الحلو، والحبة متوسطة الحجم، واللون الأبيض، واحتواء الحبات على أعداد قليلة من البذور، أو أنْ يكون الصنف عديم البذور، إلى جانب كل ذلك فقد رغب المُستهلكون بأنْ تتم تعبئة العِنَب في صناديق خشبية، مع إدراج ورقة تُبيّن المواصفات الكاملة للعِنَب المُعبأ، وأنْ يجري تغليف كل عنقود بكيسٍ ورقي مُستقل.

في دراسة أجرتها *South African Table Grape Industry* هيئة جنوب أفريقيا لعِنَب المائدة (SATI, 2009) على حالة سوق عِنَب المائدة في جنوب أفريقيا، وفي الدول التي تستورده منها، استنتجت الدراسة أنَّ تزايد كميَّات عِنَب المائدة المُصدَّر إلى الاتحاد الأوروبي - وبخاصّة بريطانيا - كانت نتيجة لتحسُّن جودة العِنَب الذي تُنتجه جنوب أفريقيا من جهة، واستقرار أسعاره في الاتحاد الأوروبي من جهةٍ ثانية، وأنَّ سوق عِنَب جنوب أفريقيا في الولايات المُتَّحدة الأمريكية تسير بشكلٍ أفضل من المُتوقع، لكن هذا التحسّن في السوق الأمريكية لعِنَب جنوب أفريقيا لن يؤثّر في مُنافسة العِنَب التشيلي لعِنَب جنوب أفريقيا في الأسواق الأوروبية؛ أي لن تدفع المُصدّرين التشيليين باتجاه السوق الأمريكية على حساب سوق الاتحاد الأوروبي؛ كون الولايات المُتَّحدة أقرب إلى تشيلي منها إلى الاتحاد الأوروبي؛ ومن ثمَّ فإنَّ حصّة أعناب تشيلي في الأسواق الأوروبية لن تتناقص بسبب انتعاش سوق الولايات المُتَّحدة.

درس (Diab *et al*, 2009) زراعة عِنَب المائدة في مِصر وقارنوها ببقية الفواكه من حيث المساحات المزروعة، والإنتاج، كما قارنوها أيضاً على أساس العائد من وحدة المساحة لسلسلة زمنية طويلة 1995-2004، وحددوا مقدار الصادرات من وحدة المساحة وقيمتها لكل نوع من الفواكه في مِصر للسلسلة الزمنية المذكورة سابقاً. وحددوا فُرص عِنَب المائدة المِصري لدخول السوق العالميَّة، وبيّنت دراستهم أنَّ مِصر صدَّرت عام 2006 ما يُعادل 30 ألف طن عِنَب مائدة إلى الاتحاد الأوروبي، ونحو 2.5 ألف طن إلى الخليج العربي، وألفي طن إلى دول آسيا وبشكلٍ أساسي روسيا. كما بيّنت الدراسة من خلال برنامج زمني الكميَّات التي تمَّ تصديرها إلى كل وجهة من الوجهات المذكورة. ومما يلفت الانتباه أنَّ 44% من العِنَب المِصري المُصدَّر عام 2005 قد ذهب إلى إنكلترا؛ أي ما يزيد عن 15 ألف طن. كما انتهوا إلى أنَّ مِصر وبنهاية الشهر السابع؛ أي قبل نضج العِنَب في سورية تكون قد صدَّرت 96.5% من إجمالي صادراتها؛ أي تكون قد خرجت من مُنافسة العِنَب السوري في الأسواق الخارجية.

وتُعدَّ هذه الدراسات بما قدمته من إضافة علمية قيمة، إلى جانب الدراسات العديدة التي تم الإشارة إليها في متن البحث إطاراً مرجعياً اعتمده البحث، لتحديد ما توصَّل إليه الباحثون في هذا المجال، ليتمكن البحث من الانطلاق اعتباراً من النقطة التي توصَّل إليها الباحثون، والتأسيس عليها في الدراسة، للوصول إلى مُعطيات، ونتائج قائمة على أساس علمي.

الفصل الثالث
السياسات الاقتصادية الزراعية في سورية

أولاً- نشأة السياسات الاقتصادية

بدأ التأكيد على دور الدولة في النشاط الاقتصادي بالظهور، على يد ابن خلدون الذي أكد على دورها في خلق الطلب على السلع والمنتجات، وأن هذا بدوره يؤدي إلى دعم وتنشيط الإنتاج، وأن الدولة هي التي تخلق السلع وتزيد الطلب عليها (جزان، 2009).

ويُشار إلى المذهب التجاري أو الميركانتيلي الذي ظهر في أوروبا منذ نهاية القرن الخامس عشر وحتى منتصف القرن الثامن على أنه المذهب الذي نشأت في ظله السياسات الاقتصادية؛ إذ رسم رواد هذا المذهب مجموعة من السياسات حول الثروة في كل من إسبانيا، وفرنسا، وبريطانيا، عُرفت بالسياسات المعدنية، والسياسات الصناعية، والسياسات التجارية في كل من هذه الدول على التوالي.

وتتخذ الدول عادة اتجاهات اقتصادية عامة تحددها دساتيرها، أو قوانينها العامة، كما أنها تقنن إجراءاتها ضمن الاتجاهات الاقتصادية العامة من خلال مجموعة واسعة، ومترابطة من القوانين والقرارات والبلاغات والتعاميم وغيرها. ولا يمكن النظر إلى التشريعات بأنها دائمة إذ تعمد الدول إلى تعديلها، أو تعطيلها، أو تغييرها، بما يتفق مع مصلحة الدولة، ومصالح المعنيين بهذه السياسات، ومع علاقات الدولة مع غيرها من الدول، وغالباً ما تكون التعديلات مترافقة مع صياغة الخطط المستقبلية سنوية كانت أم خمسية أم استشرافية، لكن بعض التعديلات تكون علاجية عاجلة يتم إتخاذها لمواجهة أمرٍ طارئ لا يحتمل التأجيل كالسماح باستيراد أو تصدير مُنتج ما أو منعه.

لكن ليست السياسات الاقتصادية الزراعية هي كل السياسات الفاعلة في الاقتصاد الزراعي؛ إذ غالباً ما تكون السياسات الاقتصادية العامة أكبر أثر منها، فسياسة تثبيت أو تخفيض سعر "اليوان" في الصين - وهي سياسة اقتصادية عامة - كانت أعمق أثر في زراعاتها، وتجارة مُنتجاتها الزراعية من كل ما يمكن اتخاذه من سياسات زراعية، كما أن رفع سعر المحروقات في سورية عام 2008 أثر في القطاع الزراعي بشكل كبير جداً، بالرغم من أنه يندرج تحت السياسات الاقتصادية العامة.

لكن لا يمكن الاشارة إلى السياسات الاقتصادية بأنها مجموعة من القوانين، والقرارات، و ... إلخ، التي يتم اتخاذها من قبل الجهات المختصة، إذ أن الكثير من السياسات تقع تحت ما يُسمى في علم القانون بالقرار السلبي، وهو حالة عدم اتخاذ القرار؛ أي إذ كانت إحدى الدول تنظم دخول المُنتجات الزراعية إلى أسواق الجملة، وتفرض رقابة على جودتها عند هذا الدخول فهذه سياسة، لكن بنفس الوقت الدولة التي ليس لديها أي تشريع بهذا الخصوص فهي أيضاً تتبع سياسة تتثمل عدم اتخاذ القرار في هذا الصدد، ومنه فهي تتبع سياسة واضحة من خلال عدم الرقابة لكن هذه السياسة لا تُصاغ بنص، لذلك يكون من الصعب استهدافها بالدراسات التقليدية للسياسات، أو بدراسة مصفوفات تحليل السياسات الزراعية، وتحتاج إلى شكل آخر من الدراسة هذا الشكل غطاه هذا البحث.

ومن هذا كله فإن سياسة الدولة الاقتصادية هي عبارة عن وسيلة أو أداة تتبعها الدولة لتضمن تحقيق أهدافها في كل قطاع أو وظيفة، وتوجيه هذا القطاع أو الوظيفة بالاتجاه الذي تراه الدولة صحيحاً، وليست السياسة الاقتصادية محصورة بالاقتصادات المُخططة فقط؛ بل قد لا تقل أهميتها في اقتصادات السوق عن الاقتصادات المخططة.

تعد السياسات الزراعية دينامية خاصة في البلدان المتطورة، لكن التغيرات المتسارعة في السياسات داخل وبين الدول أدت إلى حيرة لدى صانعي القرار، ورغبة في التعديل الهيكيلي لموائمة

تغيرات السياسة. أما السياسات داخل البلدان النامية فلها نتائج مباشرة في المنافسة، واستمرارية إنتاج بعض أنواع الإنتاج الزراعي ضمن بلدان معينة (Sporleder, 1998).

لكن الدور المناسب للدولة في التنمية هو مسألة تجريبية تتطلب تحليلاً معقداً للسياسات، من أجل تحديد كل إطار على حدة، فكل دولة تختلف عن غيرها من الدول، كما أن إخفاقات السوق، والاخفاقات الحكومية من القضايا التجريبية التي تعتمد على الظروف المحلية (بيتر تيمر، المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2003).

وينظر عادة إلى السياسة النقدية والسياسة المالية العامة على أنهما الأكثر أهمية من بين السياسات الاقتصادية العامة، في حين يُنظر إلى السياسات الإنتاجية، والسياسات التمويلية، والسياسات التسويقية، والتسعيرية، وسياسات التجارة الخارجية على أنها أهم فروع السياسات الاقتصادية الزراعية.

وقد نجمت الحاجة إلى تعديل توجهات السياسات من مجموعة عوامل داخلية، وخارجية حيث شملت العوامل الداخلية العوامل السكانية، والمالية، والبيئية، والمؤسسية. أما العوامل الخارجية فهي تتعلق بشكل رئيسي بالظروف اللازمة للمشاركة الفعالة في التجارة الخارجية في ظل المناخ الاقتصادي الجديد الذي تفرضه العولمة التي تتطلب وجود اتفاقات ثنائية، وإقليمية، ودولية. وتتطلب جميع هذه العوامل تحديث القطاع الزراعي، والفعاليات المتعلقة به من حيث التسويق، والتصنيع، والانتقال من التوجه القديم لتحقيق الاكتفاء الذاتي إلى التوجه الجديد في تحقيق الأمن الغذائي (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2002).

وتتبع سورية في قطاع الزراعة - شأنه في ذلك شأن بقية القطاعات الاقتصادية - منهج التعديل الاقتصادي التدريجي، بالانتقال من الاقتصاد المركزي الذي كان سائداً على مدى عدة عقود إلى اقتصاد السوق. ومن الإجراءات الأخرى التي يتم تنفيذها إعادة تحديد دور المؤسسات العامة وإختيار أدوات السياسات المناسبة، لخلق بيئة مناسبة، وتجاوز المرحلة الانتقالية بأقل قدر ممكن من المشكلات والانعكاسات الاجتماعية. ومنذ منتصف الثمانينات تم تنفيذ الكثير من التغيرات الهامة في مجال السياسات مثل توحيد أسعار الصرف، ودخول القطاع الخاص مجال تجارة المنتجات الزراعية وقيام القطاع الخاص بتصدير الخضار والفواكه، وتخفيف القيود التي كانت تفرض على الخطة المحصولية، وإلغاء الدعم العلني، وتحديد الأسعار بحسب التكاليف (بارتاساراتي، المركزالوطني للسياسات الزراعية، 2001).

ثانياً – السياسات الإنتاجية

يؤدي الدعم الكبير للإنتاج الزراعي وخاصة في البلدان المتقدمة إلى إنخفاض الأسعار العالمية، وخاصة لبعض السلع الأساسية؛ مما يؤدي إلى إلحاق الخسائر بالمؤسسات المُصدِّرة، وتتدخل الدولة في القطاع الزراعي من خلال التخطيط المادي للمساحات المزروعة بمحاصيل معينة، والتأثير على أسعار المستلزمات والمنتجات ... وغيرها. لكن القطاع الزراعي في سورية يعاني من ضعف التوظيفات المالية وعدم كفايتها سواء أكانت من الجانب الحكومي أو من القطاع الخاص رغم ضرورتها لتحقيق عمليات التطوير والتحديث المطلوبة منه (هيئة تخطيط الدولة، 2006-2001).

كما تتدخل الدولة بصورة قوية في قطاع الري، فقد صدر مرسوم إحداث الهيئة العامة للموارد المائية رقم (90) لعام 2005، بهدف الوصول إلى الإدارة المتكاملة للموارد المائية وتبسيط الإجراءات على المواطنين. كما صدر قانون التشريع المائي في مجال تطوير البيئة القانونية لقطاع المياه، بهدف تحقيق التطور المرغوب في قطاع التحول إلى الري الحديث والاستثمار الجماعي للمياه والمحافظة على

التنمية المستدامة، إضافة إلى البدء بإتخاذ الإجراءات اللازمة لإحداث صندوق دعم التحول للري الحديث ووقف استنزاف المياه الجوفية وتنظيم العلاقات بين المواطن والمؤسسات الخدمية، كما بدأت الحكومة السورية ببناء مراكز أبحاث لرفع كفاءة المساحات المروية وإعادة تأهيلهاز كما وضعت الخطة الخمسية العاشرة من بين أهدافها مهمة تحديث وسائل الإنتاج والتوسع في استخدام التقانات الحديثة وتوطينها وتحسين أساليب استخدامها، وتأمين وتوزيع مستلزمات الإنتاج الزراعي بالنوعية والمواعيد والأسعار المناسبة، وتطوير البحث العلمي الزراعي والإرشاد والتعليم وتأهيل الكوادر البشرية وتطوير البنى التحتة والخدمات في الريف (هيئة تخطيط الدولة، 2006-2001).

كما أكدت الخطة الخمسية العاشرة على وجوب اعتماد المقايس والمواصفات العالمية في الإنتاج وتحقيق جودة المنتجات الزراعية الخام والمصنعة وتوفير قواعد البيانات وأنظمة المعلومات والمخابر اللازمة.

ثالثاً- السياسات التمويلية

أُسس المصرف الزراعي في بلاد الشام بأمر من الخليفة العثماني في عام 1888 ليكون أول مصرف مُتخصص بمنح القروض الزراعية في هذه المنطقة، وكان تابعاً لوزارة الزراعة المركزية الموجودة في الأستانة، وبالتالي فقد واكب وجوده كل التغيرات السياسية، والاقتصادية التي مرت بها المنطقة، وتأثر بها وتغيرت قوانينه في كل فترة بما ينسجم مع هذه التغيرات، وتطورت القوانين، والأنظمة الاقراضية الزراعية، ليتم صقلها أخيراً بالمرسوم التشريعي رقم 30 لعام 2005. وحتى فترة قريبة كان المصرف الزراعي التعاوني هو الجهة الوحيدة المخولة بتمويل القطاع الزراعي، في حين أصبح للمصارف الخاصة العاملة إقراض القطاع الزراعي؛ بل يتم توجيهها من قبل المجلس الأعلى للنقد والتسليف بإقراض القطاع الزراعي والصناعي.

ويجري تمويل المشروعات الزراعية الحكومية من قبل وزارة المالية، وذلك من الاعتمادات المرصودة لها في الموازنة العامة للدولة، أو من القروض والتسهيلات الائتمانية الخارجية التي تحصل عليها الدولة لصالح تأسيس أو توسيع تلك المشاريع لتمويل الأصول الثابتة، أو تأمين رأس المال العامل اللازم. أما المشروعات الزراعية المشتركة فيجري تمويلها من جهات عديدة من الدولة ممثلة بوزارة المالية، ووزارات ومؤسسات أخرى بما يعادل الحصة المقررة لها بالمساهمة في عقود التأسيس 25% مقابل قيمة الأرض و75% مقابل رأس المال الخاص المساهم ومن خلال القروض القصيرة والمتوسطة المأخوذة من المصرف الزراعي التعاوني وتستفيد هذه المشاريع من خدمات المصرف التجاري السوري. أما مشروعات القطاع الخاص فتمول تمويلاً ذاتياً من قبل أصحاب المشروع، أو تمويلاً ذاتياً مع قروض متوسطة الأجل من المصرف الزراعي التعاوني، أو بقروض وتسهلات قصيرة الأجل من المصرف الزرعي التعاوني (الدروبي، 2000).

وقد أدى نظام التمويل الزراعي دوراً هاماً في قطاع الزراعة السوري، عبر إنتهاج أسلوب منح القروض بنسبة فائدة ثابتة، وأقل من نسب الفوائد التي تفرضها بقية المصارف على المقترضين.

لكن أكثر من 85% من القروض الممنوحة من المصرف الزراعي التعاوني توجه للقروض القصيرة التي تسترجع سنوياً، ولا تسهم في بناء الأصول الإنتاجية، كما أن آلية العمل المصرفي، وقانون المصرف الزراعي التعاوني، والضمانات المطلوبة من المستثمرين لا تساعد على الانتقال إلى طرق الري الحديثة (هيئة تخطيط الدولة، 2006-2001).

وقد وضعت الخطة الخمسية العاشرة من بين أهدافها تطوير نظام التمويل والتسليف المصرفي، للإسهام في تطوير الإنتاج الزراعي، وتحديثه، وتشجيع الاستثمارات الوطنية، والعربية، والدولية في القطاع الزرعي وفي المجالات كافة، وحددت الخطة الاستراتيجية المطلوبة لتحقيق هذا الهدف بإعادة النظر في السياسات التمويلية، وتطويرها باتجاه خدمة الاستثمار في القطاع الزراعي في المجالات المختلفة (الإنتاجية والتصنيعية والتسويقية). وتطوير عمليات منح القروض، وتسهيل الحصول عليها وتوسيع دائرتها. إلى جانب تشجيع منح القروض الخاصة لاعتماد التقانات الحديثة في الإنتاج وزيادة نسبة القروض متوسطة وطويلة الأجل لدورها في بناء الأصول الإنتاجية، وزيادة رأسمال المصرف الزراعي لتمكينه من توفير القروض اللازمة.

رابعاً- السياسات التسويقية

على الرغم من أن السورية توجهت نحو اقتصاد السوق الاجتماعي بديلاً عن الاقتصاد الاشتراكي المخطط الذي كانت تنتهجه قبلاً، وكرست هذا الاقتصاد الجديد في الخطة الخمسية العاشرة 2006-2010. إلا أن هذا لا يعني بأي حال من الأحوال ابتعاد الدولة عن السوق وترك العرض والطلب دوماً ليحددا توازن السوقن لأن هناك في كثير من الحالات ما يمنع من الاستقرار على كفاءة السوق أو التوازن التنافسي بين للسلع، وهذا التوازن هو توازن غير فعال ومن أشكال عدم كفاءة السوق محدودية التنافس، والوجود الظاهري أو غير الكامل لحقوق الملكية، ووجود البضائع الحكومية والملكية الشائعة للموارد، وعدم وجود معلوماتت تسويقية كافية (المركز الوطني للسياسات الزراعية،[b] 2003).

توجه وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي لتنفيذ الدراسات المُستمرة لرصد حركة المنتجات الزراعية في أسواق الجملة، والمفرق، وكمياتها، ونوعيتها، وأسعارها، وآليات تسويقها، لوضع التصورات حول تطويرها، وبما ينسجم مع المستجدات على الصعيدين الداخلي والخارجي.

وكان من بين أهداف الخطة الخمسية العاشرة التي لم تحقق بشكل كامل هو تأسيس نظام معلومات تسويقي لتقديم المعلومات اللازمة للمنتجين والمصدرين عن متطلبات الأسواق الخارجية، من المنتجات الزراعية والنوعيات والكميات المطلوبة، وأوقات الحاجة.

كان وضع سياسات سعرية وتسويقية لتوجيه البرامج التنفيذية نحو تحقيق زيادة في الإنتاج وكفايته وتحسين نوعيته، وزيادة قدرته التنافسية، وتقديم الدعم للقطاع الزراعي بما يتوافق مع الأساليب المعتمدة في الدول الأخرى وينسجم مع أحكام منظمة التجارة العالمية. إضافة إلى توفير السلع للتصدير وتطوير آلية تسويق المنتجات الزراعية (هيئة تخطيط الدولة، 2006-2001).

خامساً- السياسات السعرية

تتعدد أهداف الدول من خلال تحكمها في السياسات السعرية بحسب كل منتج من المنتجات على حدة، ففي حين ترمي من وراء التحكم بسعر منتج ما إلى تثبيت سعر هذا المنتج، قد ترمي من وراء التحكم بسعر منتج آخر إلى تخفيض سعره، أو رفعه بما تراه الدولة محققاً لأهدافها الاقتصادية العامة. وأياً كانت الأهداف التي تبتغيها الدول من خلال تدخلها بتحديد معدلات الأسعار، فإنَّ ذلك يُشكّل في نظر الاقتصاديين عاملاً مُشوِّهاً للأسعار؛ إذ يُبعدها عن تأثير العرض والطلب.

تستخدم الدول مجموعة واسعة من أدوات التحكم بالسياسة السعرية، ومن أهم هذه الأدوات السياسة الاقتصادية العامة، وسياسات الاقتصاد الكلي، إلى جانب سياسات التجارة، وسياسة سعر الصرف، والسياسة القطاعية، وتحكمات السعر، وأسعار المزارع المدعومة، وأسواق عوامل الإنتاج.

مرت السياسة السعرية في سورية بمرحلتين أساسيتين الأولى قبل عام 1986 وتميزت هذه المرحلة بالمركزية وتسعير أغلب المنتجات الزراعية بما فيها الحبوب والمحاصيل وبعض الفواكه، والدعم الكبير لمستلزمات الإنتاج، إضافة إلى تثبيت الأسعار لأكثر من سنة رغم ارتفاع التكاليف؛ مما أدى إلى نمو تكاليف الإنتاج بشكل أسرع من نمو الأسعار. أما فترة ما بعد عام 1987 فقد تميزت رفع الدعم التدريجي عن مستلزمات الإنتاج التي كانت الدولة تدعمها، وارتفاع أجور القوى العاملة، وارتفاع تكاليف الري بسبب التوسع في استثمار المياه الجوفية من جهة، وانخفاض مناسيبها من جهة ثانية (الدروبي، 2000).

حددت هيئة تخطيط الدولة توجهاتها بالاستمرار بتسعير المحاصيل الاستراتيجية التي تسوقها الدولة، وحسب أهميتها للأمن الغذائي، أو للتصدير، لضمان زراعة المساحات المقررة. وتسعير بعض المحاصيل الجديدة ذات العائد الاقتصادي لتشجيع زراعتها، وتأقلم المنتجين في التعامل بها، وتقديم الخدمات لها. ووضع برنامج عملي لتقديم الدعم للإنتاج الزراعي لتعزيز قدرته التنافسية، وإحداث صندوق خاص بالدعم لتقديمه بشكل مستقل لعدم تشويه الأسعار.

وعلى العموم فقد حدد مجلس الوزراء السوري في عام 2001 السياسة السعرية بتقسيم السلع إلى مجموعات ثلاث تتضمن أولاها السلع الحياتية الأساسية التي ينتجها القطاع العام حصراً وهذه يستمر تدخل الدولة في تسعيرها بغض النظر عن الجهة التي تسعرها مثل الخبز التمويني والمحروقات. أما المجموعة الثانية فتضم السلع التي يجري فيها تحديد سعر المستهلك فقط، ودون أي تدخل بتحديد هامش ربحها لحلقات الإنتاج أو الاستيراد أو الجملة وبغض النظر عن الجهة التي تسعر مثل اللحوم والأعلاف. أما المجموعة الثالثة فهيي المنتجات التي يتم تحرير أسعارها بشكل كامل من هوامش الربح وتترك للمنافسة مثل أغلب اسلع التي ينتجها القطاع الخاص، ويأتي عنب المائدة تحت هذه المجموعة في حين أن العنب التصنيعي فيقع تحت المجموعة الأولى.

ويرى المعهد العربي للتخطيط أن غياب السياسات السعرية الواضحة في بعض الدول العربية ترك الأمر لسيطرة بعض الوسطاء واستغلالهم للمزارعين بدفع أسعار لا تتلائم مع تكاليف الإنتاج.

سادساً- السياسات التأمينية

في الواقع وإلى الآن لا يوجد سياسة تأمينة للمنتجات الزراعية لا من خلال المؤسسات الحكومية ولا المؤسسات التأمينية الخاصة العامة في سورية، وإن كان ينظر إلى السياسة التأمينية على أنها تكفل وجود جهة تتقاسم المخاطر مع المنتج الزراعي، كما أنها تحصل على عائد مالي مجزٍ لقاء التأمين على المنتجات الزراعية. وإن كان التأمين الحكومي على المنتجات الزراعية يحتاج إلى سياسة حكومية موجهة، فإن التأمين الخاص على المنتجات الزراعية يحتاج إلى جهود مؤسسات غير حكومية كجمعيات المنتجين من خلال التفاوض مع المؤسسات التأمينية.

سابعاً- سياسات التجارة الخارجية

لا يتطلب تصدير المنتجات الزراعية السورية إجازة خاصة ومع ذلك فيتوجب على المصدرين التسجيل لدى غرفة التجارة ويتوجب عليهم تقديم فاتورة مصدقة من غرفة التجارة المحلية وشهادة منشأ وبيان جمركي وتعهد مصرفي (التجارة الزراعية السورية، 2004).

لا يمكن دراسة مستقبل التجارة الخارجية في سورية بمعزل عن عملية الاصلاح الاقتصادي الجارية حالياً في سورية وقد أصبح إصطلاح التجارة في الحقيقة أداة لدعم القطاع الخاص وخلق بيئة تشريعية أكثر تشجيعاً للاستثمارات ... كما أن هناك وضع حساس لقطاع الزراعة في سورية تجاه تحرير

التجارة يشجع على القيام بالكثير من الأبحاث التجارية (غارسيا ألفاريس كوكه، المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2003).

على الرغم من اصلاحات السياسات الزراعية التي طبقت في سورية منذ عام 1987، فإن قطاع الزراعة قد بقي في مرحلة انتقالية، وتشوهات السوق ما تزال كبيرة. على خلفية هذا الواقع فإنه من المهم قياس التحويلات، والتدفقات النقدية بصورة منتظمة، علماً بأنها تترافق مع سياسات زراعية متعددة، وبذلك يقاس مستوى، وبنية، وتطور السياسات الضريبية على الزراعة في سورية (بيتر فيرهايم، المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2003).

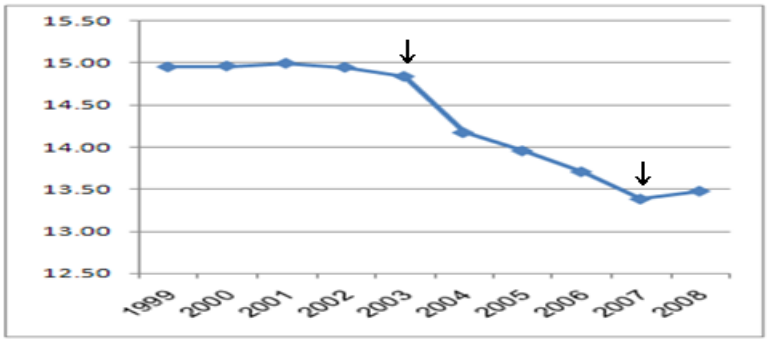
وتسعى سورية لتوثيق علاقاتها التجارية مع شركاءها التقليديين من جهة، ولبناء علاقات تجارية مع دول أخرى عبر الاتفاقيات التجارية، لكن عدد كبير من الدول سارت في ركب إبعاد أنفسها عن ممارسة الأنشطة التجارية على المستوى الحكومي أو مستوى القطاع العامن ومنه باتت هذه الدول كحكومات قادرة على الإشراف على تنظيم التجارة الخارجية ولكنها بعيدة عن ممارستها؛ وبالتالي فالقطاع الخاص هو من أصبح من شأنه القيام بهذه العمليات، وهذا يفرض على القطاع الخاص في سورية تادية هذا الدور من خلال التعامل مع القطاع الخاص وبخاصة الشركات الكبرى في الدول المستوردة، لتوثيق العلاقات التجارية مع الشركاء التقليديين، وإيجاد شركاء جدد لتوسيع آفاق تصدير المنتجات الزراعية السورية.

وعلى العموم فإنَّ بعض نواحي الدعم السورية الحالية غير متوافقة مع قوانين منظمة التجارة العالمية كتلك المتعلقة بالقيود الكمية على الاستيراد. أما البرامج الأخرى فمع أنها متوافقة مع القوانين الحالية إلا أنه يجب تحديدها وتخفيضها مع مرور الوقتز وعلاوة على ذلك وبناءً على تجربة الدول الأخرى فإن تلك البرامج مثل دعم أسعار السوق، ودعم التصدير، وبعض خصائص المؤسسات التجارية الحكومية قد لا يكون مسموحاً بها (بروس هوف، المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2004[c]).

الفصل الرابع
تطوُّر زراعة الكروم وإنتاج العِنَب
في جنوب سورية

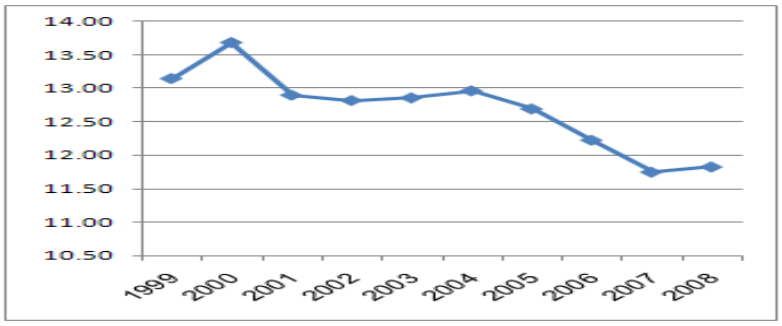
أولاً- تطوُّر زراعة الكروم وإنتاج العِنَب في العالم

في وقت يزداد فيه الاهتمام عالمياً بزراعة الفاكهة، تراجعت أهميَّة زراعة الكروم نسبةً إلى إجمالي زراعة الفواكه، ففي حين شكَّلت مساحة الكروم 15% من إجمالي مساحات الفواكه العالميَّة في موسم 1999، واستمرت مُحافظةً على هذه النسبة لمدَّة أربعة أعوام تالية، تراجعت بعدها لتصل إلى 13.5% فقط من إجمالي مساحة الفواكه العالميَّة، وبانحرافٍ معياري بلغ 0.67% كما في الشكل (1).



الشكل (1): تغيُّر نسبة مساحات الكروم عالمياً إلى إجمالي مساحات الفواكه للفترة 1999-2008.
مصدر البيانات: FAOSTAT

وترافق انخفاض هذه النسبة، بانخفاض نسبة إنتاج العِنَب إلى إجمالي الإنتاج من الفواكه عالمياً، لكن بمُعدَّل أكبر، وبانحرافٍ معياري بلغ 0.6% كما في الشكل (2)؛ ومن ثمَّ فإنَّ أهميَّة العِنَب من بين مجموع الفواكه تنخفض من عامٍ إلى آخر، وهذا يعني أنَّ الفُرص البديلة لزراعة الكروم كانت - في كثير من الحالات - أكثر جدوى؛ مما جعل المُزارعين يتحولون عن زراعة الكروم إلى زراعة فواكه أخرى.



الشكل (2): تغيُّر نسبة إنتاج الكروم عالمياً إلى إجمالي إنتاج الفواكه للفترة 1999-2008.
مصدر البيانات: FAOSTAT

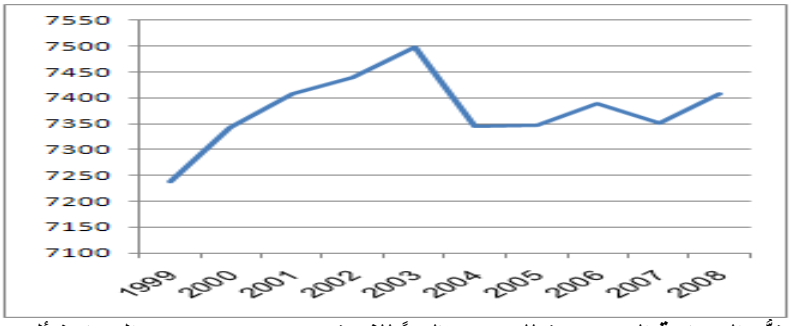
أمَّا عن تغيُّر المُؤشرات الخاصة بزراعة كروم العِنَب بعيداً عن المُقارنة ببقية الفواكه فكانت كما يلي:

1- تطوُّر مساحات الكروم عالمياً

تراوحت مساحة الكروم عالمياً خلال الفترة 1999-2008 بين 7237.2 ألف هكتار كأقل مساحة في موسم 1999، و7497.7 ألف هكتار في موسم 2003 كأكبر مساحة محصودة عالمياً، كما في الشكل (3). وكانت قيمة الانحراف المعياري للرقم القياسي لهذه المساحات 1.12 خلال الفترة المذكورة.

وشكَّلت مساحات كروم أوروبا 60% من المساحات العالميَّة للكروم في بداية الفترة، وتراجعت في نهايتها لتصبح بحدود 55% من إجمالي المساحات العالميَّة للكروم؛ وهذا يعني أنَّ أهميَّة زراعة الكروم في أوروبا تتراجع بمرور الزمن؛ ومن ثمَّ فإنَّ سوقها المُستوردة للعِنَب تتسع. أما نسبة مساحات كروم آسيا

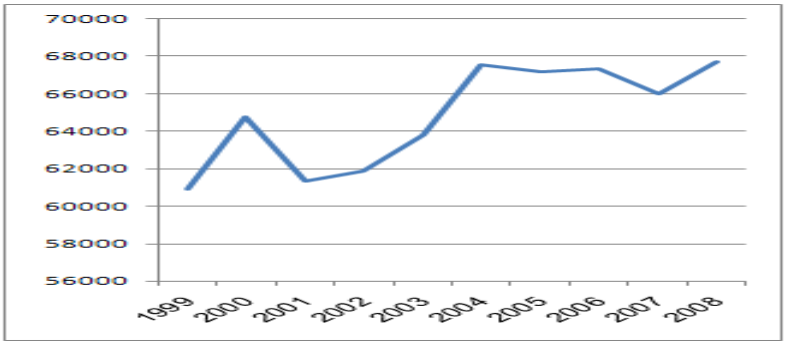
إلى إجمالي مساحات الكروم المحصودة في العالم فقد ازدادت من 22% في بداية الفترة إلى 24% في نهايتها. كما شكّلت مساحات كروم الأمريكيتين 11% من إجمالي مساحات الكروم العالميَّة في بداية الفترة، وارتفعت إلى 13% في نهايتها؛ ومن ثمَّ فإنَّ التناقص الذي حصل في المساحات المزروعة بالكروم في أوروبا قد ترافق بتزايدٍ مُعادل تقريباً في مساحات كروم آسيا، والأمريكيتين (FAOSTAT). وقد ازدادت المساحة المحصودة للكروم عالمياً خلال الفترة السابقة بمُعدَّل 0.24% سنوياً.



الشكل (3): تغيُّر المساحة المحصودة للكروم عالمياً للفترة 1999-2008. المساحة ألف هكتار.
مصدر البيانات: FAOSTAT

2- تطوُّر الإنتاج العالمي من العِنَب

تطوَّر الإنتاج العالمي من العِنَب خلال الفترة 1999-2008 بمُعدَّل 1.12% سنوياً، كما في الشكل (4)؛ ومن ثمَّ فقد تطوَّر الإنتاج بصورة تزيد على تطوُّر المساحة المحصودة التي ذُكر سابقاً أنَّها تطوُّرت بمُعدَّل 0.24% سنوياً؛ وإنَّ ارتفاع مُعدَّلات الإنتاجيَّة عالمياً هو ما برر ارتفاع مُعدَّل تزايد الإنتاج عن مُعدَّل تزايد المساحة.



الشكل (4): تطور إنتاج العِنَب عالمياً للفترة 1999-2008. الإنتاج ألف طن.
مصدر البيانات: FAOSTAT

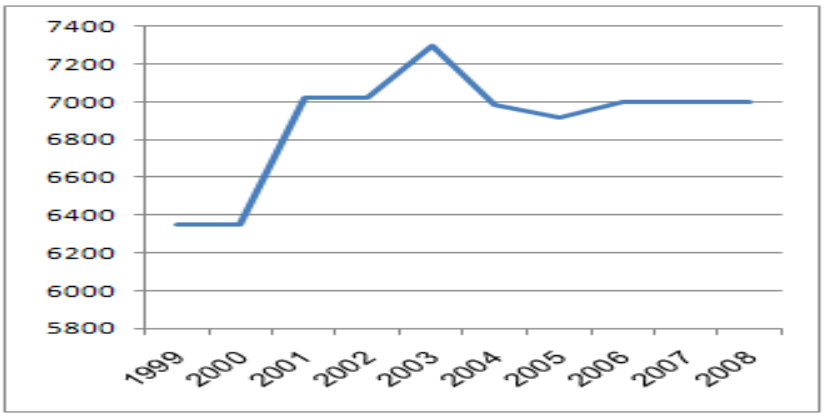
3- تطوُّر إنتاجية العِنَب عالمياً

تختلف إنتاجية الكروم بحسب الأصناف، فقد بيَّن (Dill, 2006) أنَّ إنتاجية الأعناب الحمراء في Maryland في الولايات المُتَّحدة الأمريكية كانت 7.4-12 طن/هكتار، كما كانت إنتاجية الأعناب البيضاء مشابهة أيضاً، أما أعناب *Hybrid* فقد كانت إنتاجيتها أعلى ووصلت إلى 15.9 طن/هكتار.

أخذ مُعدَّل إنتاجية الكروم عالمياً منحىً مُتزايداً نوعاً ما، خلال الفترة 1999-2003، لكنَّه تراجع عام 2004، واستمرَّ عند المُعدَّل نفسه حتى موسم 2008 كما في الشكل (5)، ويبدو النصف الأول من السلسلة منطقيًّا؛ نظراً لرفع الإنتاجيَّة من خلال اعتماد أصناف ذات إنتاجية مُرتفعة، وتطوُّر التقنيات المُستخدمة في الإنتاج عالمياً؛ كما هو الحال في التقنيات المُستخدمة في كل المُنتَجات الزراعية. أما

النصف الثاني من السلسلة؛ أي من 2004-2008 والذي سار بدون تغيُّر يذكر، فقد كان منحاه عائداً إلى تفاعل عاملين مُتعاكسين؛ وهما الإنتاجيَّة العالميَّة - باستثناء إنتاجية كروم أوروبا - التي أخذت منحىً مُتزايداً حتى نهاية السلسلة. وإنتاجية كروم أوروبا التي سارت باتجاهٍ مُتناقص بالمُعدَّل نفسه تقريباً؛ مما جعل مُعدَّل الإنتاجيَّة العالميَّة لهذه الفترة يستمر شبه ثابت.

وبدت مُعدَّلات إنتاجية الكروم مُتشتتة بشكلٍ كبير بين دول العالم؛ إذ وصلت قيمة الانحراف المعياري للرقم القياسي لها عام 2008 إلى 55.9، وكان أعلى مُعدَّل إنتاجية كروم عالمياً للعام نفسه في الهند؛ إذ وصل إلى 26 طن/هكتار؛ أي 284.9% من مُتوسط الإنتاجيَّة العالميَّة، وكانت إنتاجية الكروم في سورية 9.1 طن/هكتار؛ أي 89.5% من مُتوسط الإنتاجيَّة العالميَّة، وجاءت الفلبين في نهاية السلسلة بمُعدَّل 0.5 طن/هكتار أي 5.5% من مُتوسط الإنتاجيَّة العالميَّة. وهذه الأرقام لا يمكن اعتمادها مؤشراً على تطوُّر زراعة الكروم في البلدان المذكورة؛ كونها تتباين تبايناً كبيراً بحسب مدى ملاءمة الظروف الجوية للزراعة، وبحسب الأصناف المزروعة، إلى جانب تباينها بشدَّة تبعاً لطرائق الزراعة، وما إذا كانت الزراعة بعلية أم مرويَّة، كما أنَّها لا تعطي مؤشراتٍ عن المساحة المزروعة ولا عن كميَّة الإنتاج.



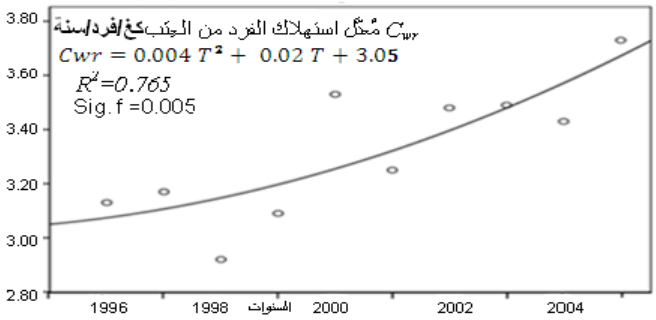
الشكل (5): تطوُّر إنتاجية العِنَب عالمياً للفترة 1999-2008. الإنتاجيَّة طن/هكتار.
مصدر البيانات: FAOSTAT

4- تطوُّر الاستهلاك العالمي من العِنَب

كان المُعدَّل السنوي لاستهلاك الفرد من العِنَب عالمياً للفترة من 1996-2005[1] بحدود 3.32 كغ/فرد/سنة، وبانحرافٍ معياري قدره 0.25؛ أي إنَّ هذا المُعدَّل يتغيَّر سنوياً بحدود 0.25 كغ فقط. وبدا تغيُّر هذا المُعدَّل مُرتبطاً بالزمن ارتباطاً معنوياً، لكنه كان غير خطي، وكانت مُعادلة التابع الصحيح من الدرجة الثانية هي الشكل الأمثل للتعبير عن انحدار استهلاك الفرد عالمياً من العِنَب على الزمن، وكان مُعامل تحديدها معنوي، وبالرغم من أنَّ قيمة مُعامل التحديد كانت مقبولة إلا أنَّ البواقي كانت عالية نسبياً، وكانت مُعادلة انحداره وخطه البياني كما في الشكل (6).

حيث أشارت C_{wr} إلى مُعدَّل استهلاك الفرد من العِنَب في السنة على المستوى العالمي لكل سنة من سنوات الفترة المُحددة 1996-2005، وأشارت T إلى الزمن مقدَّراً بالسنوات خلال هذه الفترة، وهو يأخذ قيماً مُتصاعدة من 1 التي تُشير إلى عام 1996 إلى 10 التي تُشير إلى عام 2005.

[1]- كانت هذه المدة أقدم من المدة المدروسة في حالة الإنتاج؛ كون البيانات العالميَّة عن مؤشرات الاستهلاك تكون عادة أقدم من البيانات عن الإنتاج، وفي مدة الدراسة كانت أحدث بيانات الاستهلاك المُتوفرة على موقع مُنظَّمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة هي بيانات عام 2005.



الشكل (6): مُعدَّل استهلاك الفرد من العِنَب في السنة عالمياً للفترة 1996-2005.

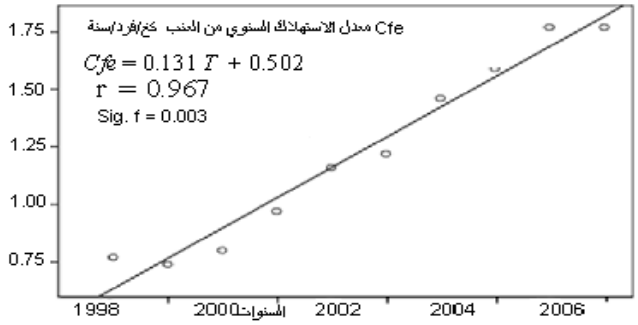
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ويكشف الشكل (6) أنَّ استهلاك الفرد من العِنَب عالمياً يأخذ اتجاهاً مُتزايداً وبمُعدَّلاتٍ مُتزايدة، وإذا تم أخذ تزايد سكان المعمورة بعين الاعتبار، فإنَّ السوق العالميَّة للعنب تتسع من عام إلى آخر.

وفي أوروبا كان تغيُّر المُعدَّلات السنوية لاستهلاك العِنَب ظاهرياً، وبلغ هذا المُعدَّل للفرد في فترة الدراسة6.81 كغ/فرد/سنة؛ أي ضعف المُعدَّل العالمي، وبانحراف معياري قدره 0.52، إلا أنَّ مُعدَّلات استهلاك الفرد من العِنَب في القارة الأوروبية - وإن كانت أعلى من المُعدَّلات العالميَّة - إلاَّ أنَّها مُنخفضة مقارنة بنظيرتها في كل من سورية، وتركيا، ومِصر، ولبنان بوصفها دولاً قريبة من أوروبا؛ ومن ثمَّ فأسواق البلدان الأوروبية غير مُشبعة، وإمكانية زيادة هذه المُعدَّلات هو أمرٌ ممكنٌ جداً، إذا أمكن تلبية المواصفات والمقاييس التي تشترط الدول الأوروبية في العِنَب الذي يُراد له دخول أراضيها أن يوافقها.

أما أسواق دول الشرق الأقصى فهي مُرشَّحة لاستهلاك العِنَب استهلاكاً كبيراً، لكنَّ مُعدَّل استهلاك الفرد فيها من العِنَب مُنخفض جداً؛ إذ بلغ المُعدَّل السنوي لاستهلاك الفرد من العِنَب في الشرق الأقصى 1.23 كغ/فرد/سنة؛ أي بحدود 37% فقط من المُعدَّل العالمي كمتوسط للسلسلة، إلاَّ أنَّه تجاوز 50% من المُعدَّل العالمي لاستهلاك العِنَب في نهاية السلسلة، علماً بأنَّه كان يقلُّ عن 23% من الاستهلاك العالمي في بدايتها. وعلى الرغم من أنَّ هذا المُعدَّل مُنخفض انخفاضاً كبيراً مقارنة بالمُعدَّل العالمي، ويكاد يكون معدوماً مقارنة بنظيره لسورية، وللدول القريبة منها، لكنَّه كان يتطوَّر بمرور السنوات، ولتحديد علاقة تغيُّر هذا المُعدَّل بالزمن حُسبت قيمة مُعامل بيرسون فكانت r = 0.967، وكانت قيم البواقي منخفضة جداً؛ أي إنَّ هناك علاقة ارتباط طردية قوية بالزمن لتغيُّر مُعدَّل الاستهلاك السنوي للفرد في الشرق الأقصى من العِنَب، ووضَّح الشكل (7) هذه العلاقة.

حيث Cfe مُعدَّل الاستهلاك السنوي من العِنَب للفرد في منطقة الشرق الأقصى، T الزمن مُقدَّراً بالسنوات؛ وهو يأخذ قيماً تتراوح بين 1 لعام 1996 وحتى 10 لعام 2005.



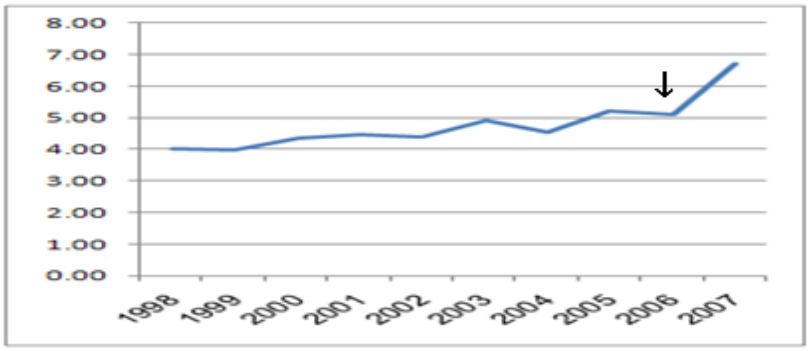
الشكل (7): مُعدَّل استهلاك الفرد من العِنَب في السنة في منطقة الشرق الأقصى للفترة 1996-2005.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

وبموجب الشكل (7) يمكن النظر إلى أسواق الشرق الأقصى على أنَّها أسواق تنمو نمواً سريعاً، ومُرشَّحة لأن تُصبح أسواقاً واعدة للعِنَب السوري، خاصَّة إذا عُلم بأنَّ أسعار العِنَب في هذه الأسواق مُرتفعة جداً عن متوسطاتها العالميَّة.

5- تطوُّر التسويق العالمي لعِنَب المائدة

شهدت السنوات الماضية تطوُّراً في حصة التجارة الخارجية إلى إجمالي التجارة العالميَّة في كل المُنتَجات تقريباً؛ وهذا عائدٌ إلى مجموعةٍ كبيرةٍ من العوامل، وأياً كانت هذه العوامل فإنَّ التجارة الخارجية لعِنَب المائدة لم تخرج أبداً عن هذه القاعدة العامَّة؛ إذ كانت تُشكِّل الأعناب التي دخلت التجارة الخارجية عام 1998 ما يُعادل 4.02% من إجمالي الإنتاج العالمي من العِنَب، وارتفعت هذه النسبة إلى 6.72% عام 2007، وكان مُتوسط هذه النسبة المئوية للفترة 1998-2007 بحدود 4.77% كما كان انحرافها المعياري 0.8%، ويمكن من خلال الشكل (8) توضيح مسار تغيُّر هذه النسبة خلال الفترة المذكورة، ويبدو هنا أنَّ الارتفاع الكبير في هذه النسبة في نهاية السلسلة الزمنية كان من مُفرزات تحرير التجارة العالميَّة بعد التحرير الكامل لأسعار السُلع الذي طبَّقته مُنظَّمة التجارة العالميَّة عام 2005، وإن لم يكن التنفيذ كلياً؛ ومن ثمَّ فإنَّ تحرير التجارة الخارجية عالمياً يُسهم إسهاماً واضحاً في زيادة حصة التجارة الخارجية من العِنَب إلى إجمالي حجم تجارته.



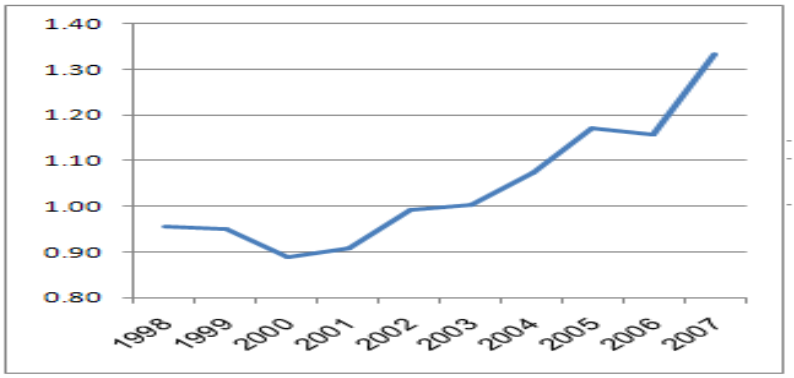
الشكل (8): تطوُّر نسبة التجارة الخارجية للعِنَب إلى نسبة الإنتاج العالمي منه للفترة 1998-2007.
مصدر البيانات: FAOSTAT

وأيَّاً كانت الأسباب التي أسهمت في زيادة حصة التجارة الخارجية من العِنَب عالمياً إلى نسبة الإنتاج العالمي منه، فإنَّها تعمل على تشجيع التوسُّع بزراعة كرومه عالميَّاً نظراً لتوسيع أفق تصديره.

وترى معظم الدول أنَّ الأسعار الزراعية هي الوسيلة الأساسية للتأثير في الإنتاج، والدخل الزراعيين، وفي رفاهية المُستهلك، وأنَّها من خلال آثارها في تكاليف المعيشة تؤدي دوراً هاماً في مُعدَّلات التضخم، والبطالة، والنمو الاقتصادي عموماً (بشارة، 1988). لكنَّ تدخُّل الدول في تحديد أسعار الفواكه هو أقل بكثير من تدخلها في تحديد أسعار بقية المنتجات الزراعية؛ لذلك تترك أسعار الفواكه للسوق غالباً لتحددها استناداً إلى قانون العرض والطلب.

تتباين أسعار العِنَب المُنتَج تبايناً ظاهراً بحسب مناطق إنتاجه في العالم، وقد كانت أسعار الجُملة للعنب المنتج في Maryland في الولايات المتحدة بحدود 2-6 دولار/كغ، في حين كانت هذه الأسعار لمجموعة الأعناب الحمراء في المنطقة نفسها 1.6-2 دولار/كغ، وللأعناب البيضاء 1.2-1.6 دولار/كغ، أما أعناب *Hybrid* فقد كان متوسط أسعار الجملة لها 0.6-1.2 دولار/كغ (Dill,2006). وكان متوسط أسعار الجملة لعنب المائدة في أستراليا 5 دولار/كغ (Ngo, 2002).

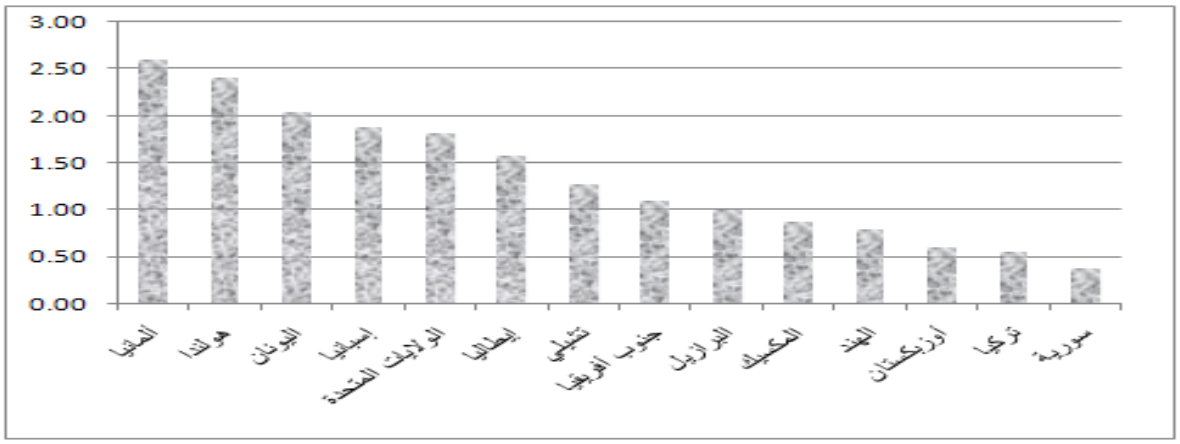
وتراجعت أسعار العِنَب المُصدَّر عالمياً الملحق (7) خلال الفترة 1998-2000؛ إذ انخفضت بمُعدَّل 35 دولار/طن/سنة، لكنَّها عاودت ارتفاعاً بمُعدَّلاتٍ أعلى حتى نهاية السلسلة؛ إذ كان المُعدَّل السنوي لارتفاع أسعار العِنَب عالمياً بحدود 64.3 دولار/طن/سنة، كما في الشكل (9). وكان الارتفاع الكبير في هذه الأسعار عام 2007 عن عام 2006 والذي بلغ 180 دولار/طن، فقد كان مُنسجماً مع الارتفاع العالمي لأسعار المُنتجات الزراعية الذي سبق الأزمة العالميَّة التي حدثت عام 2008.



الشكل (9): تغيُّر المُتوسطات السنوية للأسعار العالميَّة من العِنَب المُصدَّر للفترة 1998-2007. الوحدة دولار/كغ.
مصدر البيانات: FAOSTAT

بلغ متوسط سعر العِنَب المُصدَّر عالمياً للفترة السابقة 1030 دولار/طن، وبانحرافٍ معياري 130 دولار/طن. وإن بدت هذه الأسعار غير مُتباعدة تباعداً كبيراً بين عام وآخر، خصوصاً إذا استُثني العام 2007، إلا أنَّها كانت مُنسجمة بشدَّة مقارنة بمكوناتها المُتشتتة بحسب الدول والتي بدت مُتباينة تبايناً كبيراً من بلد إلى آخر، ففي حين كان المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي صدرته ألمانيا 2600 دولار/طن عام 2007، وكان 2400 دولار/طن في هولندا، فقد كان أقل من 400 دولار/طن في سورية. وكانت هذه الأسعار مُتشتتة بين دولةٍ وأخرى لعدة اعتبارات، سيأتي البحث على توضيح هذه الاعتبارات في حينها.

ويمكن من خلال الشكل (10) إظهار المُتوسطات السنوية لأسعار الأعناب المُصدَّرة من الدول الأهم على سلم الصادرات العالميَّة من العِنَب؛ إذ يكشف هذا الشكل تبايناً كبيراً في هذه الأسعار؛ وهذا يطرح تساؤلاً حول الأسباب التي جعلت أسعار العِنَب السوري المُصدَّر تبدو مُنخفضةً بشدَّة، مقارنة بأسعاره في بقية الدول، خصوصاً في الدول الأوروبية القريبة من سورية مناخياً كإيطاليا، واليونان.

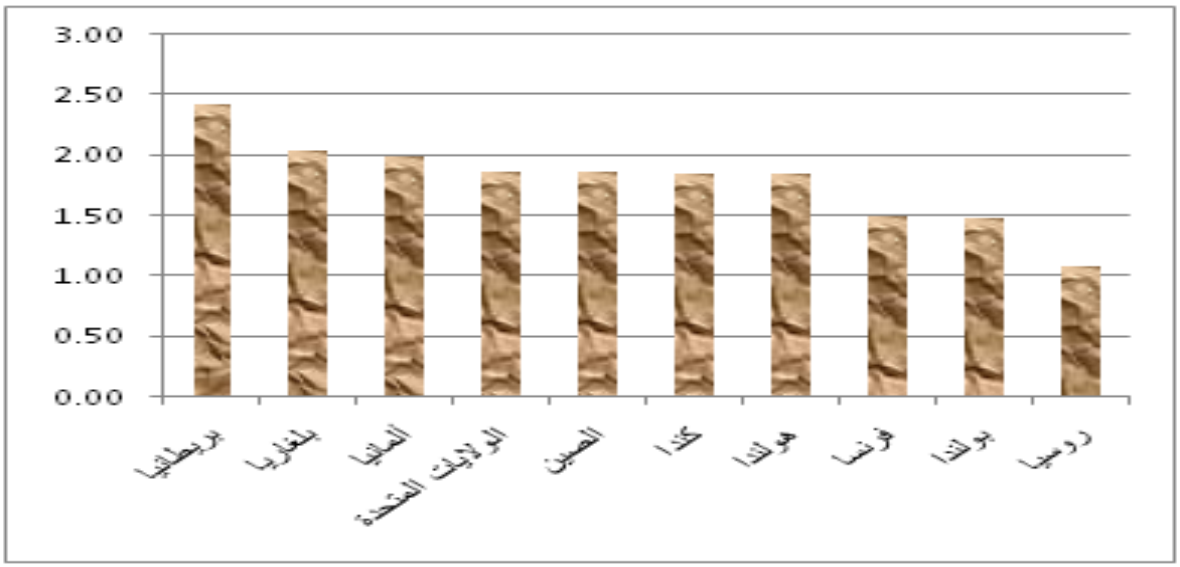


الشكل (10): مقارنة مُتوسطات الأسعار العالميَّة للعِنَب المُصدَّر لمجموعة من الدول لعام 2007. الوحدة دولار/كغ.
مصدر البيانات: FAOSTAT

إنَّ هذا التفاوت الكبير بأسعار العِنَب المُصدَّر بين بلدٍ وآخر يعني أنَّ هناك تفاوتاً في الجودة إلى جانب التباين في مواسم الإنتاج؛ ومن ثمَّ مواسم التسويق، وعلى العموم فهو دليلٌ على القدرة التسويقية العالية التي استطاعت بعض الدول تحقيقها.

وتعكس أسعار واردات العِنَب لأهم الدول المُستوردة له الملحق (8)، صورة عن أهم الأسواق العالميَّة للعِنَب إلى جانب إعطاء صورة عن بعض مُبررات تباين الأسعار بين الدول المُستوردة.

وتبيَّن أنَّ المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي استوردته بريطانيا عام 2007 كان 2.4 دولار/كغ، وكان هذا هو المُعدَّل الأعلى من بين الدول العشر الأهم على سلم مُستوردي عنب المائدة، على الرغم من أنَّها استوردت ما يعادل نصف الكميَّة التي استوردتها الولايات المُتحدة الأمريكية فقط، هذه التي استوردت العِنَب بمتوسط سعر سنوي بلغ في الموسم نفسه 1.8 دولار/كغ. أما روسيا التي أتت أخيرة على سلم السعر فقد كانت ثانية على سلم كميَّة الواردات العالميَّة كما في الشكل (11). ومن هذا كله، وبالمُقارنة بالشكل (10) السابق فإنَّ تشتت المُتوسط السنوي لأسعار الصادرات كان أكبر من تشتت نظيره لأسعار الواردات، وهذا يعني أنَّ الدول المُستوردة كانت تستورد العِنَب من مجموعة من الدول المُصدِّرة، وبأسعار مُتباينة، وهذا يشير إلى وجود مجموعة عوامل تجعل الأسعار تتباين بين الدول المُصدِّرة لها، وأهم هذه العوامل اختلاف مواسم الإنتاج بحسب الدول؛ ومن ثمَّ اختلاف الأسعار، وتباين الجودة بحسب مجموعات الدول المُصدِّرة، إلى جانب تباين شدَّة المُواصفات والمقاييس التي تقبل بها الدول المُستوردة.

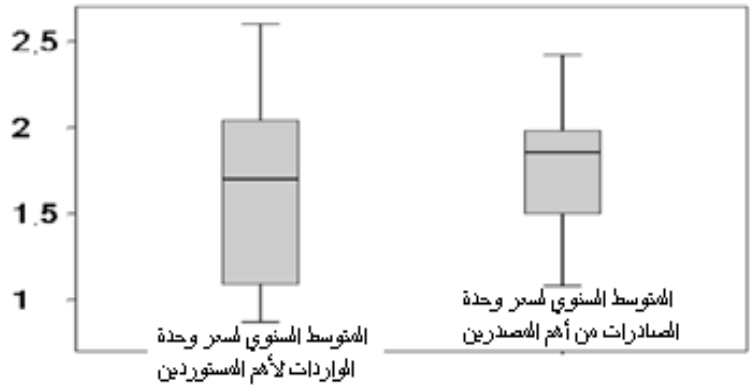


الشكل (11): مقارنة مُتوسطات أسعار العِنَب المستورد من قبل أكبر المستوردين لعام 2007. الوحدة دولار/كغ.
مصدر البيانات: FAOSTAT

وحتى تكون الصورة أوضح جرت مُقارنة الصندوق الخُماسي للبيانات لكل من المُتوسط السنوي لأسعار العِنَب المُصدَّر من أكبر عشرة مُصدِّرين بالصندوق البياني للمُتوسط السنوي لأسعار العِنَب المُستورد من قبل أكبر عشرة مُستوردين كما في الشكل (12).

يكشف الشكل (12) أنَّ هناك مجموعة من الدول التي تُصدِّر العِنَب بأسعارٍ مُرتفعة، على الرغم من أنَّها ليست من الدول العشر الأولى على سلم المُصدِّرين، إلى جانب أنَّ هناك رسوماً تُفرض على الأعناب التي تستوردها بعض الدول؛ مما جعل أسعار الواردات تبدو مُرتفعة عن أسعار الصادرات زيادةً عمّا

تُبرره تكاليف التصدير، وليس بالضرورة أن تكون هذه الرسوم جمركية؛ بل قد تكون رسوماً غير جمركية، ولكنَّها أيَّاً كانت فهي ذات أثرٍ مُماثل لأثر الرسوم الجمركية.



الشكل (12): مقارنة أسعار العِنَب المُصدَّر والمُستورد لأهم المُستوردين وأهم المُصدِّرين لعام 2007. الوحدة دولار/كغ.
مصدر البيانات: FAOSTAT

وهذا العرض يطرح تساؤلاً عن الأسباب التي جعلت أسعار العِنَب السوري المُصدَّر تبدو أقل بكثير من المُتوسطات العالميَّة لنظيرتها، وسيحاول البحث الإجابة عن هذا التساؤل في فصوله التالية.

ثانياً- تطوُّر زراعة الكروم وإنتاج العِنَب في سورية

1- تطوُّر مساحات الكروم في سورية

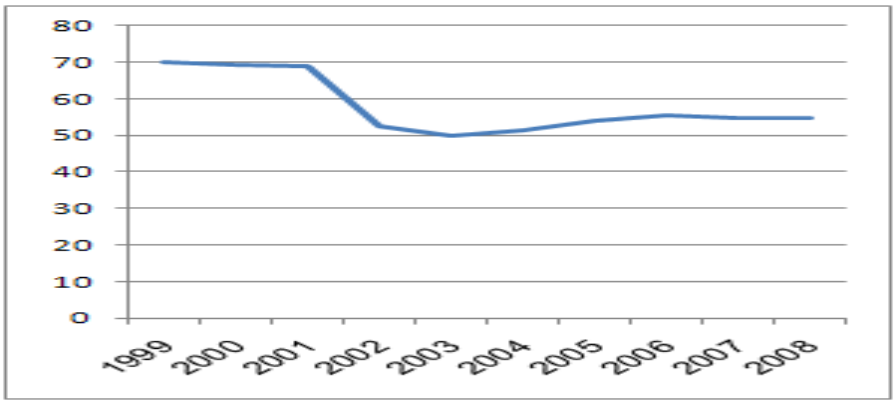
يأخذ التطوُّر بزراعة محصولٍ ما إحدى صورتين هما: التوسُّع الأفقي عبر زيادة المساحة المزروعة. والتوسُّع العمودي عبر رفع الإنتاجيَّة من خلال تحسين العمليات الزراعية، والأصناف المزروعة؛ ومن ثمَّ فلا بُدَّ من دراسة تطوُّر المساحة المزروعة (التوسُّع الأفقي)، ودراسة تطوُّر الإنتاجيَّة (التوسُّع العمودي)، ودراسة تطوُّر الإنتاج بوصفه نتيجة للتفاعل بين هذين الشكلين من التوسُّع بالزراعة. إلى جانب دراسة تطوُّر الاستهلاك، وتطوُّر التسويق لتحديد مُبررات تغيُّر المساحات المزروعة.

كانت كروم العِنَب في سورية تغطّي 20.16% من إجمالي المساحة المزروعة بالأشجار المُثمرة عام 1983، لكنَّ هذه النسبة تراجعت بِشدَّة في السنوات الأخيرة الملحق (9)، ووصلت إلى 5.8% من إجمالي مساحات الأشجار المُثمرة عام 2007 (المجموعة الإحصائية الزراعية، 1984،1998، 2004-2009). وإنَّ المُتتبع لتطوُّر المساحات المزروعة بالكروم في سورية في 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) كما يجد تبايناً في تغيُّر المساحات من مُحافظةٍ إلى أخرى. فبينما تتناقص هذه المساحات في مُحافظة ريف دمشق، بسبب زحف العمران، والجفاف، فإنَّها تزداد في درعا، بسبب زيادة المساحات المرويَّة، علماً بأنَّها لم تكن مزروعة على مستوى اقتصادي فيها من قبل. كما يجد تزايداً في نسب المساحات المرويَّة إلى المساحات البعلية.

على الرغم من تناقص المساحات المزروعة بالكروم في سورية عبر الزمن، فإنَّ هناك زيادةً في الإنتاج، وهذا يعود إلى أنَّ التناقص الحاصل أساساً هو في المساحات البعلية ذات الإنتاجيَّة المُنخفضة بالمُقارنة بتلك المرويَّة، كما أنَّ هناك تزايداً في الإنتاجيَّة من عام لآخر. إلى جانب ذلك فقد تقاربت أرقام الإنتاج، وقل تشتتها بمرور الزمن، في حين كانت في بداية السلسلة مُتشتتة. وقد يعود السبب في ذلك إلى التحسُّن الدائم في عمليات الخدمة، وقلة الاعتماد على الظروف الجوية، كلما اقتربنا في السلسلة الزمنية.

إلا أنَّ الخطة الخمسية العاشرة 2006-2010 تنبأت بتراجع إنتاج العنب في سورية خلال سنواتها بمُعدَّل 6% سنوياً، ورأت أنَّ مردَّ ذلك إلى استبدال زراعته في المناطق الجبلية بمحصول التفاح ذي العائد الأفضل والقابل للتخزين لفترة زمنية أطول، وإمكانية تصديره بشكلٍ أفضل (هيئة تخطيط الدولة، 2006).

بلغت مساحة الكروم في سورية 54.7 ألف هكتار عام 2008، وهي مساحة قليلة، إذا ما قيست بنظيرتها لعام 1998، التي وصلت إلى 114.5 ألف هكتار، وكان مردّ التناقص الكبير في هذه المساحة إلى جُملة من الأسباب من بينها الجفاف الذي ساد المِنطقة في السنوات الأخيرة؛ والتي أخرجت بعض المناطق المُنتِجة للعِنَب من دائرة الإنتاج، إضافةً إلى تحوُّل بعض مزارعي الكروم البعلية إلى محاصيل أخرى أعلى ربحية كالتفاح في السويداء، ناهيك عن الآفات الكثيرة التي تُصيب كروم العِنَب؛ والتي جعلت بعض المزارعين يتحوَّلون عن زراعته، وكان تناقص المساحات المزروعة مُستمراً؛ وبوتيرة شبه ثابتة حتى عام 2002؛ حيث أخذت هذه المساحات بالاستقرار حتى نهاية السلسلة الزمنية، كما في الشكل (13).

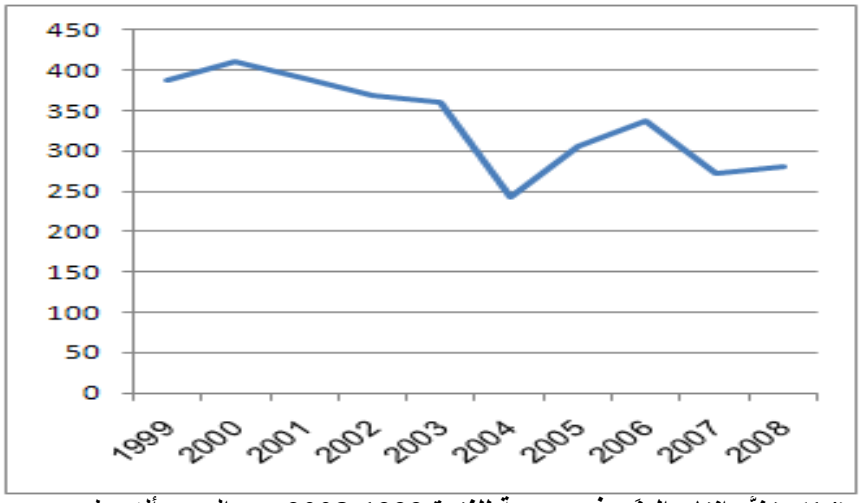


الشكل رقم (13): تغيُّر مساحات الكروم في سورية للفترة 1999-2008. الوحدة ألف هكتار.
مصدر البيانات: المجموعة الإحصائية المكتب المركزي للإحصاء.

وقد بلغ مُتوسط المساحة المزروعة بالكروم في السنوات العشر 1999-2008 ما يُعادل 58.09 ألف هكتار، ولكن قيمة الانحراف المعياري لها كانت مُرتفعة، ووصلت إلى 7.95 آلاف هكتار؛ أي ما يُعادل 14% سنوياً، ويُفسِّر هذا الارتفاع بقيمة الانحراف المعياري الزراعة البعلية أكثر من المرويَّة؛ إذ إنَّ اتخاذ القرار بتبني هذه الزراعة أو التحوُّل عنها يكون سهلاً، وغير مُكلف كثيراً في حالة الزراعة البعلية، في حين أنَّه يكون باهظ التكلفة في حالة الزراعة المرويَّة؛ ومن ثمَّ تتغيَّر المساحات البعلية بشدَّة أكبر من تغيُّر المساحات المرويَّة.

2- تطوُّر إنتاج العِنَب في سورية

انعكس تراجع مساحات الكروم المزروعة، وظروف الجفاف التي مرَّت بها المِنطقة على إنتاج العِنَب؛ نظراً لأنَّ الإنتاجيَّة لم تتطوَّر بما فيه الكفاية، ففي حين أنتجت سورية 590 ألف طن عِنَباً عام 1998، فإنَّ هذا الإنتاج تراجع إلى 280.9 ألف طن عام 2008؛ أي إلى أقل من 50% من إنتاج 1998، وبالنسبة للفترة 1999-2008 وباتخاذ سنة 1999 سنة أساس فقد كان إنتاج العِنَب شبه مُستقر في السنوات الثلاث الأولى من السلسلة الزمنية، في حين سار مُنخفضاً بشدَّة حتى وصل إلى 72.6% فقط مما كان عليه في سنة الأساس. ويمكن من خلال الشكل (14) توضيح مسار تغيُّر الإنتاج في هذه الفترة.



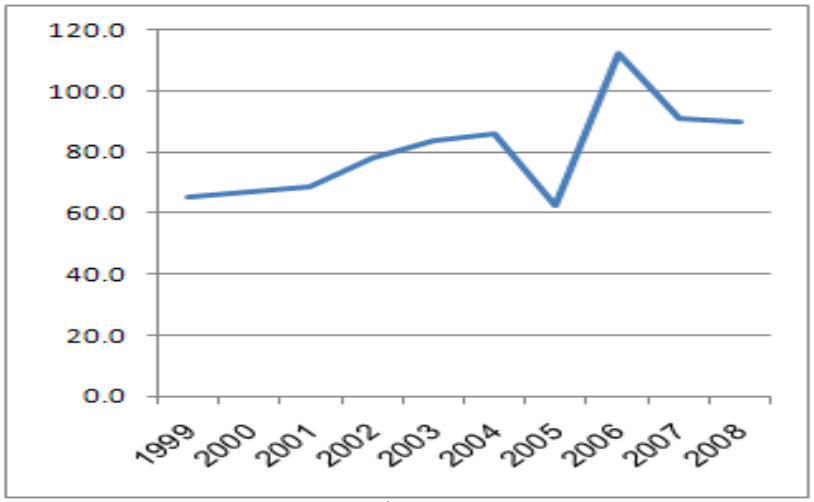
الشكل رقم (14): تغيّر إنتاج العِنَب في سورية للفترة 1999-2008. الوحدة ألف طن.
مصدر البيانات: المجموعة الإحصائية المكتب المركزي للإحصاء.

3- تطوُّر إنتاجية كروم العِنَب في سورية

تبدو البيانات الصادرة عن المكتب المركزي للإحصاء، والبيانات الصادرة عن مُنظَّمة الأغذية والزراعة للأمم المُتَّحدة FAO عن قيم إنتاجية مزارع العِنَب في سورية مُتضاربة تضارباً كبيراً. وكشفت الدراسة أنَّ أرقام المجموعة الإحصائية للمكتب المركزي للإحصاء كانت محسوبة على أساس نسبة الإنتاج إلى المساحة المزروعة، وليس إلى المساحة المحصودة كما في إحصاءات مُنظَّمة الأغذية والزراعة الملحق (10)؛ ومن ثمَّ فالأرقام الصادرة عن المُنظَّمة أولى بالاعتماد.

وإنَّ إنتاجية الكروم في سورية مُنخفضة مقارنة بالمُتوسط العالمي، وهذا عائدٌ إلى أنَّ أغلب مساحات كرومها هي مساحات بعلية، ومن الطبيعي أن تكون إنتاجيتها مُنخفضة، ومُتقلِّبة بين عامٍ وآخر.

إلا أنَّ هذه الإنتاجيَّة ترتفع بمُعدَّل مقبولٍ، طالما أنَّ نسبتها إلى الإنتاجيَّة العالميَّة تزداد بالاتجاه يميناً في السلسلة الزمنية كما في الشكل (15).



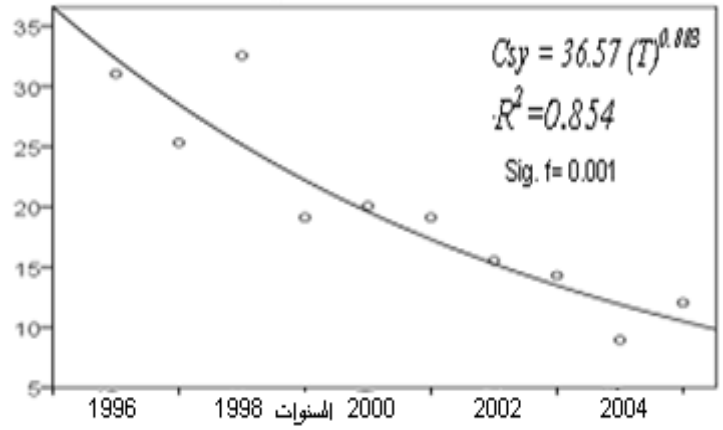
الشكل (15): النسبة المئوية لإنتاجية كروم سورية مقارنة بالمُتوسط العالمي له للفترة 1999-2008.
مصدر البيانات: FAOSTAT.

ويظهر الشكل (15) أنَّ إمكانية تطوير الإنتاجيَّة في سورية قائمة، لكن ظروف الزراعة البعلية هي ما يجعل هذه الإنتاجيَّة، تتباين بشكلٍ ظاهرٍ من عامٍ لآخر.

4- تطوُّر استهلاك العِنَب في سورية

بيَّنت دراسة مُعدَّل استهلاك العِنَب في سورية لفترة من 1996-2005، أنَّ مُتوسط استهلاك العِنَب في سورية في السنة الواحدة بلغ ما مُعدّله 19.78 كغ/فرد/سنة، وهذا رقم مُرتفع إذا ما قورن بالمُتوسط السنوي العالمي للفترة نفسها، الذي بلغ 3.32 كغ/فرد/سنة، لكن قيمة الانحراف المعياري لمُتوسط استهلاك الفرد في سورية من العِنَب بلغت 7.8كغ، وهو رقمٌ عالٍ جداً، ويُشير إلى أنَّ هناك تفاوتاً كبيراً في ما هو مُتاح من العِنَب في سورية للاستهلاك بين سنة وأخرى، في حين كان الانحراف المعياري للاستهلاك السنوي للفرد من العِنَب في تركيا أخفض من هذا المُعدَّل بكثير؛ إذ بلغ 3.12 كغ على الرغم من أنَّ مُعدَّل الاستهلاك في تركيا كان أكبر منه في سورية؛ وهذا يدلُّ على أنَّ المُصدِّرين الأتراك أقدر من السوريين على زيادة حجم صادراتهم تبعاً لزيادة المعروض في السوق المحلّية.

وبيَّنت دراسة تغيُّر مُعدَّل الاستهلاك السنوي للفرد في سورية من العِنَب، أنَّ هذا المُعدَّل آخذٌ بالانخفاض، وكان انحداره على الزمن معنوياً؛ إذ كان مُعامل التحديد معنوي، وأخذت العلاقة المُعبِّرة عن انحداره على الزمن شكل التابع المُركَّب، وعبَّر الشكل (16) عن طبيعة هذه العلاقة؛ إذ أشارت C_{Sy} إلى المُعدَّل السنوي لاستهلاك الفرد من العِنَب في سورية، وأشارت T إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات عبر السلسلة 1996-2005. وكشف عن تراجع هذا المُعدَّل؛ إذ وصلت قيمته في نهاية الفترة إلى نحو 30% مما كانت عليه في بدايتها.



الشكل (16): مُعدَّل استهلاك الفرد من العِنَب في السنة في سورية للفترة 1996-2005. الوحدة:كغ/فرد/سنة.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

5- تطوُّر تسويق عِنَب المائدة في سورية

تزداد أهمية التسويق الزراعي في ظروف البلدان النامية، حيث ركَّزت برامج التنمية في البلدان النامية جل اهتمامها على عملية الإنتاج وزيادته للوصول إلى تحقيق الأمن الغذائي، وأهملت الجانب التسويقي؛ ولكن التطوُّر الكبير في الإنتاج انعكس مُشكلة حقيقية (محمود، 2005).

أسهمت المنتجات الزراعية بنسب تفاوت بين 16-22% من إجمالي الصادرات السورية، عدا اسهامها في الصناعات التحويلية والغذائية التي تعتمد على المواد الزراعية (هيئة تخطيط الدولة، 2006).

كان عِنَب الشام يُصدَّر إلى الحجاز في رحلة الصيف منذ أكثر من 1500 سنة، قبل أن يعرف الإنسان أيّاً من وسائل النقل الحديثة التي تُقصِّر زمن الوصول إلى الأسواق المُستوردة، وقبل أن يمتلك أيّاً من طرائق الحفظ التي تُطيل من عمر الرف التي باتت معهودة اليوم. واليوم وبعد كل هذه السنين لا تزال

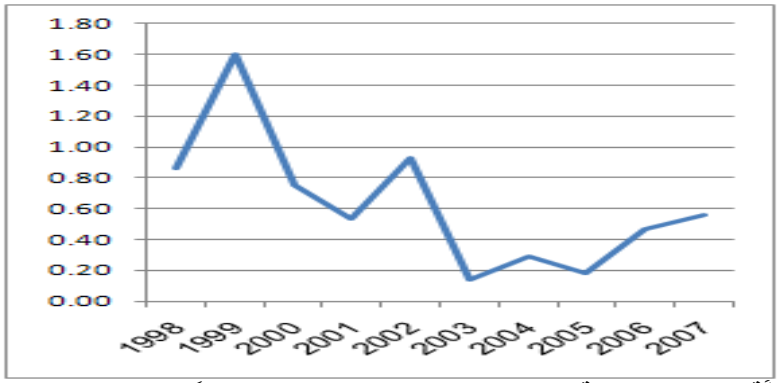
سورية تعاني مُعوِّقات كبيرة تواجه تصدير العِنَب، وتحول دون تحقيق العِنَب السوري المُصدَّر للكفاءة في اختراق الأسواق العالميَّة والمُنافسة فيها.

شكَّلت نسبة ما تُصدِّره سورية من العِنَب إلى ما تُنتجه منه بحدود 5% كمُتوسط للفترة 1998-2007 الملحق (11)، ولكن هذه النسبة كانت مُتباينة من عام إلى آخر، فكانت 10% من إجمالي الإنتاج السوري من العِنَب عام 1999، وانخفضت عام 2003 إلى 1% فقط من إجمالي الإنتاج، وكان المُتوسط السنوي لهذه الكميَّة لفترة الدراسة 17.9 ألف طن، وانحرافها المعياري بحدود 10.92 آلاف طن؛ ومن ثمَّ فإنَّ التغيُّر السنوي لكميَّة العِنَب المُصدَّر لم يكن عائداً إلى تغيُّر الإنتاج؛ أي لم يكن تصدير الأعناب يمثِّل تصديراً للفائض منها عن حاجة السوق المحلِّية؛ وهذا يعني أنَّ السوق لم تكن مُشبعة، وأنَّ التصدير كان يعود إلى فرق السعر المُحقق بين السوق المحلِّية، والأسواق المُستوردة، إلى جانب ذلك فعدم تطوُّر التصدير بصورةٍ مُوازية لتطوُّر الإنتاج يعني أنَّ هناك عجزاً في تصريف المُنتَج الفائض إلى الأسواق الخارجية.

يتبيَّن من تحليل إحصاءات التجارة الخارجية محدودية عدد الشركاء التجاريين المُستوردين للعِنَب من سورية، إلى جانب كون هؤلاء الشركاء من بين الدول العربية؛ ومن ثمَّ فهناك عدم قدرة على التوسُّع بتصدير العِنَب السوري إلى الأسواق الخارجية، خصوصاً أنَّ أسعار العِنَب في الأسواق العالميَّة أعلى بكثير من الأسعار التي ينالها العِنَب السوري المُصدَّر إلى البلدان العربية؛ وهذا يُشير إلى أنَّ هناك حواجزَ غير مُباشرة أمام تصدير العِنَب السوري إلى خارج المِنطقة العربية، وهذه الحواجز تتمثَّل أساساً بعدم مُطابقة العِنَب السوري للمواصفات والمقاييس المطلوب تحقيقها في هذه الدول.

وانخفضت نسبة الصادرات السورية من العِنَب إلى إجمالي صادراته العالميَّة خلال الفترة 1998-2007، ففي حين وصلت إلى 1.6% من إجمالي كميَّات الصادرات العالميَّة من العِنَب فقد انخفضت إلى ما دون 0.2% عام 2003 وكانت في نهاية الفترة دون 0.6% منها. كما في الشكل (17).

وهذا يعني أنَّ العِنَب السوري لم يستطع مُجاراة الأعناب العالميَّة في تطوُّر قدرتها على التسويق خلال الفترة السابقة، وتتضح الصورة أكثر إذا عُلم أنَّ أهميَّة سورية كمُصدِّرة للعِنَب قد تراجعت ثماني مراتب، وتقدَّمت عليها كل من البيرو، ولبنان، وألمانيا، ومولدافيا، ومقدونيا، والصين، ومِصر، والتشيك، في حين لم تتراجع خلفها أيٍّ من الدول التي كانت تتقدم عليها في بداية الفترة، وهذا يعني وجوب إجراء دراسة دقيقة للعوامل التي حالت دون مُجاراة صادرات سورية من العِنَب للتطوُّر العالمي بتصدير العِنَب، من خلال دراسة تجارب الدول التي تقدمت عليها في سلم تصدير العِنَب كما سيأتي في فصولٍ لاحقة.



الشكل (17): نسبة كميَّة صادرات سورية من العِنَب إلى إجمالي صادراته عالمياً للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT.

وقد تباين المتوسط السنوي لأسعار العِنَب من مُحافظة إلى أخرى الملحق (12)، ولم يكن من اليسير تحديد مبرر هذا التباين. فالبحث عن مُبرر جغرافي لتبرير تباين السعر على أساس ارتفاع التكاليف المُصاحبة لعمليات النقل إلى المُحافظات البعيدة لم يؤدِ إلى نتيجة؛ لأنَّ المُحافظات الأبعد عن مناطق الإنتاج كانت ذات أسعار مُتباينة بشدَّة؛ ففي حين كان المُتوسط السنوي للسعر في دير الزور 45 ل.س/كغ، كان في الرقة 37 ل.س/كغ، وكان في الحسكة 34 ل.س/كغ. كما أنَّ مستوى الدخل أيضاً لم يكن مقياساً لتبرير تباين أسعار العِنَب بحسب المُحافظات السورية؛ فالأسعار في حمص كانت أعلى من الأسعار في دمشق. والغريب أيضاً أنَّ الأسعار في حمص - وهي إحدى المحافظات المُنتجة للعِنَب - كانت هي الأعلى على مستوى سورية. كما أنَّ أسعار العِنَب في مُحافظة درعا كانت أعلى من الأسعار في مُحافظة طرطوس التي يُفترض أن تكون أسعار العِنَب فيها مُرتفعة مقارنة ببقية المُحافظات؛ كونها منطقة سياحية، وموسم تسويق العِنَب يتقاطع مع موسم السياحة.

وينبغي إعداد دراسة خاصة للوقوف على أسباب هذا التباين في الأسعار بحسب المحافظات، من حيث مقارنتها بأسعار بقية الخضار والفواكه. وهذا بعد تحديد إجراءات احتساب هذه الأسعار في المحافظات طبعاً، وما إن كانت دقيقة، وإلا فلا مبرر من هذه الدراسة.

ثالثاً- أهميَّة المِنطقة الجنوبية بوصفها منطقة مُنتجة لعِنَب المائدة في سورية

إنَّ المواصفات المرغوبة في العِنَب من المُستهلك السوري - وخصوصاً للفئات العُمرية المُتقدمة من المُستهلكين - تتفق كثيراً مع مواصفات الأصناف ثنائية الغرض ذات المحتوى المُرتفع من السكريات؛ أي إنَّهم يرغبون باستهلاك الأعناب البعلية أكثر من رغبتهم بأعناب المائدة التي تحتاج إلى مُعدَّلات ريٍّ مُرتفعة؛ ومن ثمَّ فقد أسهمت وفرة الأعناب ثنائية الغرض في هذه المنطقة، وتلبيتها لرغبة المُستهلكين المحليين بالحد من التطوُّر بمساحات الكروم المروية، إلى جانب وجود بعض الأصناف المحلية من أعناب المائدة التي كانت تزرع بعليةً في المناطق ذات مُعدَّلات الأمطار المُرتفعة (الناصير، 2006).

ويمكن النظر إلى واقع زراعة الكروم في المنطقة الجنوبية عبر مجموعة من المؤشِّرات، أهمها:

1. الحصول على تراخيص لإنشاء الكروم

يُعدُّ اشتراط الحصول على تراخيص لإنشاء الكروم إجراءً حكومياً مُنظِّماً لعملية التوسُّع بهذه الزراعة، كما أنَّه يعطي في كل لحظة صورة واضحة عن أعداد المزارع ومساحاتها في كل منطقة، ويُمكِّن المُختصين من التوجُّه إلى مُنتجي العِنَب مباشرة سواء بالدعم، أو بالإرشاد، أو بأيِّ أسلوبٍ آخر، كما يعطي هذه الإجراءات مصداقية أكبر لاسيما إذا كانت هناك إجراءات تلي عملية الترخيص؛ للتحقق من تنفيذ الزراعة، والتدقيق في مُطابقة المساحة المزروعة للمساحة المنصوص عليها في الترخيص.

وإنَّ تراجع دور الدول في التدخُّل بالشأن الاقتصادي لا يحول دون ترخيص المشروعات الزراعية، لاسيَّما أنَّ هذه التراخيص تعد معياراً تتمكَّن الدول من خلاله في رسم سياساتها المستقبلية والتوجُّه بالدعم أو منح القروض، والتأمين على المزارع. فالدول التي تسمح بتأمين الإنتاج الزراعي تحسب قيمة التأمين على أساس المساحات المرخَّصة مضروبةً بمُعدَّل إنتاجيةٍ مُحدد لكل صنف، ولكل منطقة، وتتراوح قيمة التأمين في الولايات المُتَّحدة بين 1235 دولار/طن، و1710 دولار/طن

United States Department of Agriculture Risk Management Agency (2008).

وفي سورية فإنَّ تخوُّف المُستثمرين من التوجُّه إلى القطاع الزراعي عائدٌ إلى عامل المُخاطرة المُرتفع،

وطول فترة استرداد رأس المال مُقارنة بالقطاعات الأخرى، وعدم وجود تأمين زراعي (هيئة تخطيط الدولة، 2006).

وقد وجدت الدراسة الميدانية ارتباطاً معنوياً عكسياً بين الحصول على ترخيص لإنشاء الكروم، وبين تاريخ إنشائها؛ فكان أصحاب المزارع القديمة يحصلون على التراخيص، أما أصحاب المزارع الحديثة نسبياً فلم يهتموا لهذا الأمر؛ وهذا عائدٌ إلى أنَّهم كانوا يحصلون على مواد بناء بأسعار أدنى من الأسعار الرائجة - في بداية هذه الفترة - استناداً إلى التراخيص؛ مما كان يجعلهم يسعون لترخيص مزارعهم، وعندما زال هذا الامتياز لم يعد المزارعون يهتمون بذلك. فقد شكَّل الذين حصلوا على تراخيص 33% من إجمالي عينة الدراسة، في حين لم يحصل الـ 67% الباقون على تراخيص مُطلقاً.

2. المحاصيل السابقة

تحوَّل 44.2% من أفراد عينة الدراسة إلى زراعة الكروم على حساب المحاصيل الحقليَّة، و35.8% على حساب الخضار المرويَّة، و20% الباقون تحوَّلوا من زراعة أشجار مُثمرة أخرى إلى زراعة الكروم الملحق (13).

كما أنَّ المزارع الكبيرة أتت على حساب مساحات المحاصيل الحقلية؛ إذ إنَّ 52.97% من مساحة الكروم التي شملتها عينة الدراسة كانت تُزرع بالمحاصيل الحقلية قبل غرس الكرمة فيها، بَيْدَ أنَّ 35.14% من مساحات الكروم كانت تُزرع بالخضار، أما الـ 11.89% الباقية فقد كانت تُزرع بأشجارٍ مُثمرة أخرى الملحق (13).

ويكشف هذا المؤشِّر أنَّ زيادة مساحات مزارع الكروم لم تأتِ على حساب مساحات الأشجار المثمرة الأخرى؛ ومن ثمَّ فيمكن النظر إلى زيادتها على أنَّها زيادة فعلية لمساحات الأشجار المثمرة، وليست تحوُّلاً من شجرةٍ إلى أخرى.

3. استصلاح الأرض قبل الزراعة

يُنظر إلى استصلاح الأرض على أنَّه عامل هام جداً في تسهيل عمليات خدمة المزارع، إلى جانب أنَّه يسهم في توفير مياه الري عبر تسوية الأرض الزراعية، كما يحسِّن نمو الكروم من خلال كسر الطبقة الصلبة الواقعة عادةً تحت سطح الترب الزراعية.

استصلح المزارعون الذين شملتهم عينة الدراسة 34.2% من إجمالي مساحة الكروم؛ أي 60.3 هكتاراً، في حين أنَّهم زرعوا بقية المساحة البالغة نسبتها 65.8% من إجمالي المساحة المدروسة بدون إجراء عملية استصلاح. لكنَّ 26.5% فقط من المزارعين قاموا بعملية الاستصلاح، وهذا يعني أنَّ أصحاب المزارع الكبيرة كانوا أكثر ميلاً إلى استصلاح الأرض قبل الزراعة من أصحاب المزارع الصغيرة.

وقبل أن يزرع فلاحو ريف دمشق كرومهم استصلحوا 15.6% فقط من مساحاتها، في حين أنَّ 84.4% الباقية لم تجرِ عليها عملية استصلاح، وهذا عائدٌ إلى أنَّ كثيراً من الأراضي الزراعية في هذه المحافظة مُستوية، وخالية من الحجارة، والمُعوقات، في حين أنَّ مزارعي درعا استصلحوا 33.3% من مساحات كرومهم الملحق (14)، وعلى الرغم من أنَّ هناك أراضي مُحجِّرة في هذه المحافظة إلا أنَّ الكروم التي كانت تُرخَّص قديماً؛ كان يتم ترخيصها على أساس استصلاح الأرض عن طريق دائرة التشجير المُثمر التابعة لمديرية الزراعة، أو عن طريق مديرية تطوير المنطقة الجنوبية.

4. أنماط الملكية

كانت ملكية هذه المزارع غالباً ملكيةً فردية؛ وهذا منطقي كون زراعة الكروم تحتاج إلى اتخاذ قرار أكثر تكلفة من القرار الذي يتخذه الفلاح إذا أراد زراعة شجرةٍ أخرى، إلى جانب أنَّه من الصعب حساب التكاليف والإيرادات بدقَّة بين الشركاء في هذه الحالة، إضافة إلى أنَّ المُعطيات الأساسية المطلوبة لإشادة الكروم وهي: مياه الري، والأرض الزراعية غالباً ما تكون قيمتها أكثر بكثير من قيمة المزرعة التي ستُشاد عليها؛ ومن ثمَّ فالاستثمار في هذا النوع من المشاريع محكومٌ بصيغة مُلكية هذين المُعطيين؛ أي إنَّ المزارع التي تبيَّن أنَّها كانت ذات ملكية مُشتركة بين عدة أفراد كان مردُّ ذلك إلى أنَّ الأرض، والبئر كانتا مُشتركتين، وغالباً بين عدة ورثة، أو أنَّ التشارك في التركة جاء بعد إشادة فرد واحد للمزرعة. وهذا يفسِّر كون 91.5% من مساحات الكروم كانت كلٌّ منها مملوكةً لشخصٍ واحدٍ فقط الملحق (15).

5. عمر المزرعة عند دخول طور الإثمار

يُعدُّ عمر المزرعة عند دخول طور الإثمار مؤشِّراً هاماً يعكس مدى نجاح زراعة الكروم، واعتماد التقنيات الحديثة، والعمليات الإنتاجية السليمة، والأصناف الجيدة. إضافة إلى أنَّه من أول العوامل التي تحدد ربحية المزرعة، إذ إنَّ تأخر دخول المزارع في طور الإثمار يعني أنَّ التكاليف المُتغيِّرة غير الإنتاجية لسنوات ما قبل الإثمار ستكون مُرتفعة، كما أنَّ الإيرادات سوف تتأخر، ومن ثمَّ فسيتأخر وصول المزرعة إلى نقطة التعادل. واستناداً إلى ذلك فكل عملية من شأنها أن تُقصِّر عمر ما قبل الإثمار هي عملية تسرِّع تحقيق العائد على الاستثمار في المزرعة.

ارتبط عمر المزرعة عند دخولها طور الإثمار بتاريخ إنشائها؛ فالمزارع القديمة كانت تتأخر في دخول طور الإثمار، بينما كانت تدخل المزارع الحديثة طور الإثمار بوقتٍ أبكر، وكانت علاقة الارتباط هذه معنوية، وقيمة مُعامل الارتباط $r = 0.42$ ، وهذا يعني أنَّ هناك تحسُّناً في مستوى معرفة المُنتجين بالعمليات الزراعية التي من شأنها أن تقصر فترة ما قبل دخول طور الإثمار الملحق (16).

6. الزراعة التكثيفية في كروم العِنَب

لا يُنظر عادةً إلى أهمية الزراعة التكثيفية في حقول الأشجار المُثمرة من جانب كونها تولِّد إيراداً ثانوياً فحسب؛ بل كثيراً ما يكون الهدف منها تخصيب التربة بالمواد العضوية والآزوت كما في حالة زراعة البقوليات، إلى جانب أنَّها توفِّر في عمليات الخدمة خصوصاً في سنوات ما قبل الإثمار.

زرع حائزو كروم العِنَب الذين شملتهم عينة الدراسة 62.1 هكتاراً بالبقول؛ أي نحو 35.25% من إجمالي مساحة عينة الدراسة، كما زرعوا 42.55 هكتاراً بالخضار؛ أي ما يُعادل 24.16% من إجمالي مساحة عينة الدراسة، و8.8 هكتاراً بمحاصيل أخرى مُتنوعة؛ أي ما يُعادل 7.76% من إجمالي مساحة عينة الدراسة؛ ومن ثمَّ فقد كانت المساحة المزروعة تكثيفياً 113.45 هكتاراً؛ أي 64.41% من إجمالي مساحة عينة الدراسة، وبقي 62.7 هكتاراً؛ أي 35.59% من مساحة عينة الدراسة لم تُزرع بمحاصيل تكثيفية الملحق (17).

إلا أنَّ هذه الصورة تبقى غير واضحة المعالم ما لم تقترن بقراءة تأثير الزراعة التكثيفية في إنتاجية المزارع، وبتكاليف عمليات الخدمة. فقد كانت إنتاجية المزارع التي قام حائزوها بزراعة محاصيل تكثيفية داخلها 2.97 طن/هكتار، أما إنتاجية التي لم تُزرع بالمحاصيل التكثيفية فكانت 2.99 طن/هكتار، وكان

الفرق بينهما ظاهرياً؛ أي إنَّ زراعة المحاصيل التكثيفية داخل مزارع العِنَب لم يخفض من إنتاجيتها الملحق (18). ويكون هنا الإيراد الذي يوفّره المحصول التكثيفي إيراداً إضافياً في سنوات ما قبل الإثمار.

7. تمويل مزارع العِنَب

إنَّ تدخُّل الحكومات في قطاع إنتاج الفواكه هو أقل بكثير من تدخلها في القطاعات الزراعية الأخرى، وبالنتيجة فإنَّ الدعم المحلي لمُنتجي الفواكه في دول مُنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD[1] هو قليل نسبياً، ويُسجِّل الاتحاد الأوروبي فقط درجة مُتقدِّمة من مقياس الدعم المتراكم لقطاع الفاكهة؛ بالرغم من أنَّ مساعدات الاتحاد الأوروبي لمُصدِّري الخضار والفواكه الأوروبيين تقل عن 1% من قيمة صادراته من الفواكه. أما اليابان وكندا فإن مقدار الدعم الذي تقدمه لقطاع الفاكهة هو أقل من مستوى الحد الأدنى (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2006[a]).

وكان لافتاً للنظر أنَّ مزارعي الكروم في منطقة الدراسة لم يحصلوا على قروض من المصرف الزراعي التعاوني لإشادة مزارعهم، وهذا يعكس صورة من غياب الدعم الحكومي لتمويل هذا النوع من الزراعات، أو يمكن أن يُنظر إليه على أنَّه انخفاض عدالة توزيع القروض على أساس المحاصيل. علماً بأنَّ زراعة الكروم هي استثمار مكلف جداً، كما سيكشف الفصل الرابع من هذا البحث. وعلى العموم فإنَّ قروض المصرف الزراعي التعاوني في غالبها قروض قصيرة ومتوسطة الأجل وهذه لا تأتلف مع قروض الإنشاء التي يحتاج المزارع إلى سنوات طويلة حتى يسددها.

8. مصادر الري

تُعدُّ المنطقة العربية من المناطق الجافة التي تقل فيها الأنهار الجارية، والمياه الجوفية، وتتهددها موجات الجفاف، والتصحُّر، وليست سورية بخارجة عن هذه القاعدة. فيُعدُّ توفر مصدر الري العامل المُحدد الأول لاتخاذ القرار بزراعة كرم العِنَب، فما إن يتوفر مصدر الري الدائم حتى يُصبح خيار زراعة الكرم المروي مطروحاً، ويعتمد الفلاحون في ري كرومهم على أحد مصدرين رئيسيين، هما: الآبار الارتوازية، ومشاريع الري الحكومية الملحق (19)، وكان مجموع المساحة المرويَّة من الآبار التي شملتها الدراسة 142.5 هكتاراً، ومُتوسط مساحة الكرم منها 1.9 هكتاراً. أما الكروم المرويَّة من مشاريع الري الحكومية التي شملتها الدراسة فقد كانت مساحتها 33.65 هكتاراً فقط، ومُتوسط مساحة المزرعة من بينها 1.68 هكتاراً الملحق (20)؛ أي إنَّ الاعتماد على مشاريع الري الحكومية كان يحول دون إنشاء مزارع كبيرة، وهذا مردُّه إلى أنَّ ثقة المزارعين بديمومة وجود المياه في هذه المشاريع أقل من ثقتهم باستمرار الآبار الارتوازية.

9. الإرشاد الزراعي

إنَّ أهم طرائق تواصل الجهات المعنية مع المنتجين الزراعيين هي الإرشاد الزراعي، وتتمتع هذه الطريقة في سورية ببنية تحتية واسعة جداً تتمثَّل بالوحدات الإرشادية المُنتشرة في كل المناطق الزراعية، والتي تتمتع بكادر فني قد يكون زائداً عن الحاجة في كثيرٍ من الحالات. لكن كشفت الدراسة أنَّ ثقة المزارعين بالإرشاد الزراعي الحكومي مُنخفضة، وأنهم ينزعون إلى الحصول على المعرفة من طرق أخرى. ومن ثمَّ فتفعيل الإرشاد الزراعي الحكومي يقتضي أولاً زيادة ثقة المُنتجين بهذا الجهاز، وحتى

[1]- **تشير OECD** إلى دول منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي (Organization for Economic Co-operation and Development). www.oecd.org

يكون ذلك لا بُدَّ من عمل دؤوب يجعل المنتجين يقتنعون برغبة هذا الجهاز بتقديم المعرفة، إضافة إلى وجوب تدريب عامليه وتأهيلهم بحيث يقتنع المُنتجون بقدرة هذا الجهاز على تقديم هذه المعرفة.

كشفت الدراسة أنَّ 9.49% من عينة الدراسة حصلوا على بعض المعرفة عن طريق الوحدات الإرشادية الزراعية، لكنَّ أهميتها بوصفها مصدراً للمعرفة في نظر من حصلوا على المعرفة منها كان مُنخفضاً وبلغ 8.16%، وكان هذا العامل مُقاساً على أساس مدى طرْق من حصل على المعرفة من الوحدات الإرشادية لمصادر إرشادية أخرى؛ أي إنَّ المزارعين الذين حصلوا على المعرفة من الجهاز الإرشادي كانت ثقتهم به أقل من ثقتهم بمصادر الإرشاد الأخرى. وكانت الصورة بالنسبة للاستفادة من الجمعيات التعاونية مشابهة تماماً وإن كانت أهميتها أقل، فكانت نسبة من طرقوها 3.8% وأهميتها 2.72% الملحق (21).

وشكَّلت محلات بيع المواد الزراعية التي يتعامل معها الفلاح مصدراً أساسياً للحصول على المعلومات الإنتاجية في نظر 46.2% من المنتجين الذين شملتهم عينة الدراسة، لكنَّ مُعامل أهميته كان أعلى من ذلك وبلغ 50.61%؛ أي إنَّ المزارعين الذين كانوا يحصلون على المعرفة من محل بيع المواد الزراعية كانوا يكتفون عادة بها بوصفها مصدراً إرشادي، ولا يبحثون عن غيرها كما فعل الذين حصلوا على المعرفة من الوحدات الإرشادية والجمعيات الفلاحيَّة الملحق (21).

كما بيَّنت الدراسة أنَّ عامل أهمية المحل الزراعي بوصفه مصدراً للإرشاد الزراعي كان يرتفع كلما ازدادت مساحة المزرعة، في حين كان ينخفض عامل أهمية الوحدات الإرشادية والجمعيات التعاونية؛ ومن ثمَّ فأصحاب المزارع الكبيرة كانوا يميلون إلى الحصول على المعرفة من خلال أصحاب المحال التي تبيع المُبيدات الزراعية أكثر، في حين أنَّ أصحاب المزارع الصغيرة كانوا يميلون إلى الاستفادة من الوحدات الإرشادية والجمعيات التعاونية الملحق (21).

وهذا العرض يكشف نتيجة سلبية، وهي أنَّ أصحاب المزارع الكبيرة أقل ثقة بالإرشاد الزراعي الحكومي من أصحاب المزارع الصغيرة، وهذا يشكَّل عائقاً أمام تطوير هذه الزراعة؛ إذ إنَّ أصحاب المزارع الكبيرة هم من يعوَّل عليهم في تحسين العمليات الإنتاجية بما يتوافق مع المواصفات والمقاييس العالمية لتطوير الصادرات، كما سيبيِّن البحث في موضع آخر.

وحتى يكون متخذو القرار في الإرشاد الزراعي أمام بيِّنة عن سُبل تفعيل عمل الجهاز الإرشادي، بيَّنت الدراسة أهمية الأفعال الإرشادية الآتية:

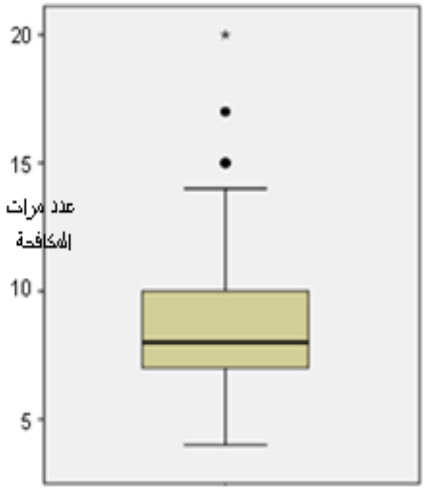
1) الدورات التدريبية، كان نقص هذه الدورات من العوامل التي أضعفت ثقة 56.84% من المزارعين بالعمل الإرشادي الحكومي.
2) الأيام الحقلية، بدت نُدرتها مؤشراً على ضعف كفاءة العمل الإرشادي في نظر 57.88% من عينة الدراسة.
3) المطبوعات الإرشادية، وعلى الرغم من وفرتها، إلا أنَّ ما يلفت الانتباه أنَّ أغلب المزارعين ليسوا على دراية بها؛ وهذا يعني أنَّ هناك ضعفاً في نقل المعرفة إلى المزارعين، ولذلك فقد كان عدم وصولها إلى المزارعين، مُبرراً لدى 54.74% منهم لعدِّ العمل الإرشادي ضعيفاً.

وهذا يقود إلى أهمية تطوير هذه النشاطات بشكلٍ متوازٍ ليُصار إلى رفع كفاءة الجهاز الإرشادي، والعمل على زيادة ثقة المنتفعين بخدماته. كما يعكس ضرورة تفعيل إدارة التواصل مع هؤلاء المنتفعين.

10. الوقاية ومكافحة الآفات

لعلَّ أكثر ما أرَّق المُنتجين هو كثرة الآفات التي تصيب العنب، وقد كان هذا الأمر سبباً في زيادة التكاليف زيادة كبيرة، وداعياً لتخوُّف الكثير منهم من مُستقبل هذه الزراعة، وكان وراء رفض الكثير من شِحنات العنب السوري المُصدَّر كما كشفت الدراسة الميدانية للمُصدِّرين، إضافة إلى أنَّ كثرة عمليات المُكافحة التي يجريها المُنتجون تتسبب في زيادة حُمولة ثمار العنب من المواد الكيميائية الغريبة التي تتمثَّل في الأثر المُتبقي للمُبيدات، وهذه وإن كانت لا تشكِّل عائقاً كبير الأهمية في سورية إلى الآن، ولا يجري فحص الأثر المُتبقي للمُبيدات في المُنتجات الزراعية قبل دخولها إلى الأسواق، إلا أنَّها باتت أولى مُعوِّقات التوسُّع في التجارة الخارجية؛ إذ تشترط أغلب دول العالم، وخاصة المُتقدمة منها خلوَّاً تاماً للمُنتجات الزراعية من آثار بعض المُبيدات، وحدوداً عُليا مسموحاً بها من آثار كيماويات أخرى.

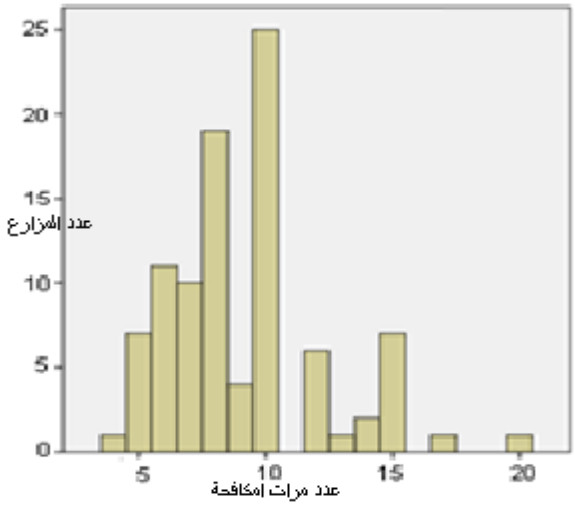
وقد تراوح عدد مرات المكافحة التي يجريها المنتجون بين أربع مرات كحدٍ أدنى إلى عشرين مرة كحدٍ أعلى، لكنَّ المزارع التي أجرى مالكوها المكافحة أكثر من خمسة عشر مرة كانت قليلة جداً؛ ومن ثمَّ صنَّفها الصندوق الخماسي قيماً شاذَّة ومُتطرفة، كما في الشكل (18).



الشكل (18): الصندوق البياني لعدد مرات المكافحة لكل مزرعة من مزارع عينة الدراسة.
المصدر: بيانات عينة الدراسة.

وكان متوسط عدد مرات المكافحة للمزرعة الواحدة 9.14 مرة/سنة، لكن عندما حُسب هذا المتوسط على أساس مساحة المزرعة كانت قيمته 9.33 مرة/وحدة المساحة، ولما كانت قيمة المتوسط في هذه الحالة أعلى من المتوسط المحسوب للحالة السابقة فهذا يعني أنَّ أصحاب المزارع الكبيرة كانوا يُجرون المكافحة أكثر من أصحاب المزارع الصغيرة.

ولدى تقسيم المزارع على أساس تكرارات المكافحة؛ كشفت الدراسة أنَّ القيمة الأكثر تكراراً كانت هي عشر مرات مكافحة للمزرعة، إذ تكررت هذه القيمة خمساً وعشرين مرة، وكانت القيم التي تقل عنها مُتزايدة كلما اقتربت من المنوال، في حين أنَّ القيم التي تزيد عن المنوال كانت متذبذبة ولم تكن نمطية. كما كانت قيمة الانحراف المعياري بحدود 3.05 مرات مكافحة، كما في الشكل (19).



الشكل (19): مقارنة أعداد المزارع بحسب أعداد مرات المكافحة.

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

كما بيَّنت الدراسة الميدانية أنَّ المزارعين الذين اعتمدوا برنامجاً زمنياً للوقاية والمكافحة كانوا أقلَّ إسرافاً في عدد مرات المكافحة؛ إذ كان مُتوسط عدد مرات المكافحة لديهم 8.13 مرة/سنة، في حين كان هذا المتوسط للباقين 9.33 مرة/سنة. كما كانوا أكثر اعتماداً على المشرفين الزراعيين، وأقلَّ اعتماداً على الوحدات الإرشادية، والخبرة الشخصية بوصفها مصادر لتحديد الوقت الأمثل للمكافحة، والمواد المُستخدمة فيها كما في الجدول (1).

الجدول (1): مقارنة اتباع برنامج زمني للوقاية والمكافحة بعدم اتباعه.

مصدر تحديد الحاجة للمكافحة	المزارعون الذين يتبعون برنامجاً زمنياً للوقاية والمكافحة	المزارعون الذين لا يتبعون برنامجاً زمنياً للوقاية والمكافحة
	النسبة المئوية للأهمية	النسبة المئوية للأهمية
المحل الزراعي	35.6	46.99
المهندس المشرف	44.4	25.05
الخبرة الشخصية	8.9	12.37
استعمال المصائد	11.1	11.07
الوحدة الإرشادية	0	4.52
المجموع	100	100

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

وهنا يمكن التوجُّه إلى مُتخذي القرار بأهمية توعية المُنتجين لاعتماد برنامج زمني للوقاية والمُكافحة، كونه يخفض عدد مرات المكافحة بما يزيد عن 10% سنوياً، وبشكل مرافق تنخفض تكاليف المُكافحة بالنسبة نفسها، كما أنَّ محتوى الثمار من المواد الكيميائية الغريبة ينخفض، علماً بأنَّ الدراسة بيَّنت أنَّ نقص عدد مرات المُكافحة لم يترافق بزيادة فاقد الإنتاج سواء في الكميَّة، أو بالنوعية.

كما خلُصت الدراسة الميدانية إلى أنَّ المزارع التي تزيد أعمارها عن 30 سنة كانت تُعامل بالمُبيدات أقل من غيرها، في حين أنَّ المزارع التي تقل أعمارها عن 20 سنة كانت تُعامل بالمُبيدات أكثر من غيرها، كما في الجدول (2)، ومنه فأصحاب المزارع القديمة كانوا أكثر خبرة في تحديد الموعد الأمثل للمكافحة؛ أي إنَّ المنتجين كانوا يحتاجون إلى فترة طويلة حتى تتراكم لديهم المعرفة الكافية لتحديد الموعد الأمثل لرش المُبيدات، وهذه الفترة يمكن تقصيرها عن طريق تفعيل الدور الإرشادي.

الجدول (2): مقارنة متوسط عدد مرات المكافحة استناداً إلى الفئة العمرية للمزرعة.

عمر المزرعة	عدد المزارع التي شملتها عينة الدراسة	متوسط عدد مرات المكافحة
من 35 إلى 40 سنة	11	7.73
من 30 إلى ما دون 35 سنة	14	7.79
من 25 إلى ما دون 30 سنة	26	8.88
من 20 إلى ما دون 25 سنة	15	9.4
من 15 إلى ما دون 20 سنة	12	10.42
دون 15 سنة	17	10.41
الإجمالي	95	9.14

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

رابعاً- زراعة الكروم المرويَّة في ريف دمشق.

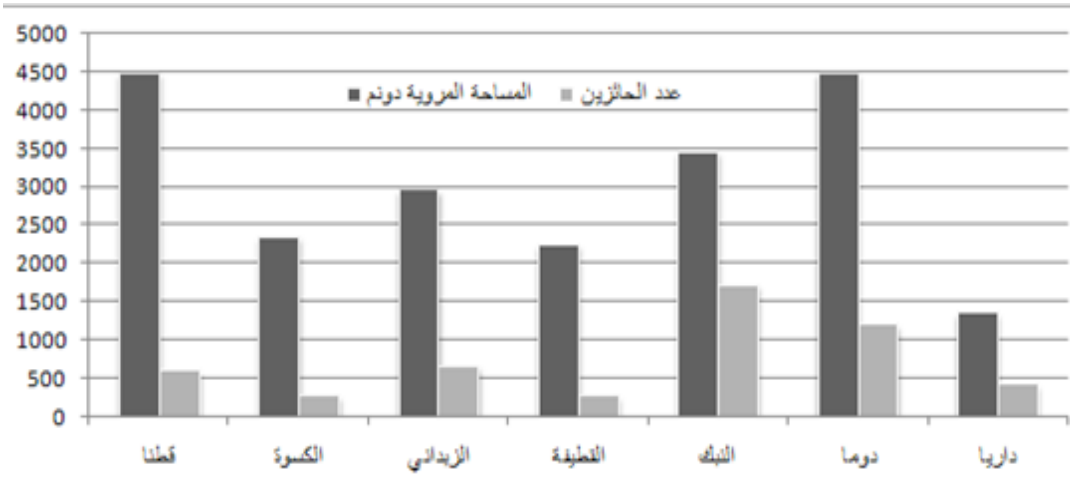
لعل أكثر ما يدلُّ على قِدَم زارعة الكروم في ريف دمشق هو وجود مجموعة من الأصناف المحلية التي أخذت أسماء مناطق زراعية مُحددة في ريف دمشق، كالعِنَب الديراني نسبة إلى داريا، والعِنَب الدوماني نسبة إلى دوما، والعِنَب الدربلي نسبة إلى دربل، وهذا يعني أنَّه قد ترسَّخ في فكر كثير من الناس أنَّ هذه الأصناف قد نشأت في هذه المناطق فحملت أسماءها.

ومن ثمَّ فزراعة الكروم المرويَّة في محافظة ريف دمشق قديمة جداً مُقارنة ببقية مُحافظات منطقة الدراسة وخاصة محافظة درعا، لأنَّ زراعة الكروم المرويَّة في ريف دمشق كانت تعتمد على مياه الأنهار والسيول إضافة إلى المياه الجوفيَّة التي كانت قريبة وميسورة للزارعين، أما مصادر الري في بقية المحافظات فهي ليست تقليدية؛ ومن ثمَّ فزراعة الكروم المرويَّة فيها ليست قديمة كثيراً، وهذا ما يُفسِّر أنَّ زراعة الكروم المرويَّة في محافظة درعا كانت قد بدأت تقريباً عام 1980، أما مُحافظة السويداء -التي تُعاني عوزاً شديداً في مياه الري- فلم تستطع زراعة الكروم المرويَّة فيها أن تتسع، إضافة إلى أنَّ إمكانية نجاح زراعة الكروم البعلية في مرتفعاتها قد حالت دون الجري وراء زراعة الكروم المرويَّة.

تتبع مديرية زراعة ريف دمشق إحدى عشرة دائرة إرشادية زراعية، وكشف جمع البيانات الثانوية فيما يخص زراعة كروم العِنَب فيها أنَّ مساحات كروم العِنَب المروي في كل من الدوائر الإرشادية الزراعية في الحرمون، ورنكوس، وبيرود، ودمشق كانت محدودة جداً، وكانت بضع دونمات مُوزَّعة على الوحدات الإرشادية التابعة لكل من هذه الدوائر، لذلك اقتُصِر على دراسة هذه الكروم في الدوائر الإرشادية الزراعية الأخرى وهي: قطنا، والكسوة، والزبداني، والقطيفة، والنبك، ودوما، وداريا[1].

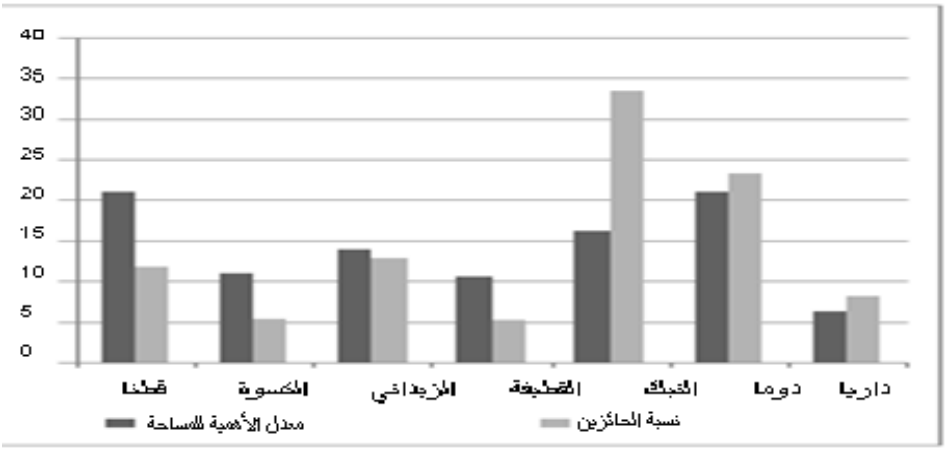
ولدى مقارنة مساحات الكروم المرويَّة في كل من هذه الدوائر الإرشادية بعدد حائزيها تبيَّن أنَّ دائرتي قطنا، ودوما قد احتوت كل منهما على 21% من إجمالي مساحة الكروم المرويَّة في المحافظة، لكنَّ عدد الحائزين في دائرة قطنا كان 606 حائزاً؛ أي نصف عدد الحائزين في دائرة دوما، ومنه فمُتوسط مساحة المزرعة في دائرة قطنا هو ضعف مُتوسط مساحة المزرعة في دائرة دوما كما في الشكل (20).

[1]- **الملحق (23):** مساحات كروم ريف دمشق على مستوى الدوائر الإرشادية وعدد الحائزين في كل منها لعام 2007.



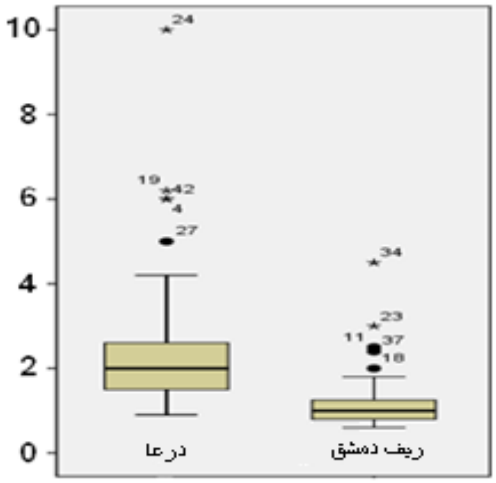
الشكل (20): مقارنة مساحات الكروم المرويَّة وبعدد الحائزين في أهم دوائر ريف دمشق لعام 2007.
المصدر: بيانات غير منشورة لمديرية الزراعة والاصلاح الزراعي بريف دمشق.

وشكَّلت النسبة المئوية لحائزي الكروم المرويَّة في دائرة النبك 33% من إجمالي حائزي الكروم المرويَّة في المحافظة، لكنَّ ذلك ليس مُؤشِّراً إيجابياً فهؤلاء يمتلكون 12.01% فقط من إجمالي مساحات الكروم المرويَّة في المحافظة، كما في الشكل (21)؛ وهذا يعني أنَّ متوسط مساحة الكروم المرويَّة في هذه الدائرة مُنخفض بشدَّة مقارنة ببقية دوائر المحافظة؛ إذ وصل في دائرة النبك إلى 0.201 هكتار، أمَّا في محافظة ريف دمشق وبشكلٍ وسطي فكان 0.413 هكتار، في حين كان في دائرة الكسوة 0.847 هكتار.



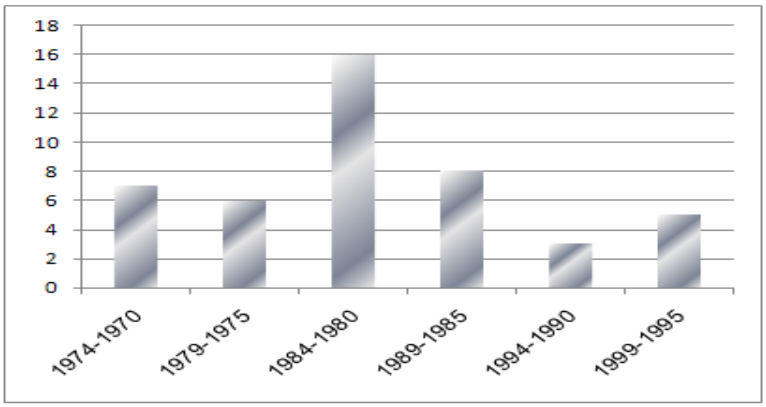
الشكل (21): مقارنة مساحات الكروم المرويَّة بعدد الحائزين في أهم الدوائر الزراعية لريف دمشق لعام 2007. الوحدة: %.
المصدر: بيانات غير منشورة لمديرية الزراعة والإصلاح الزراعي بريف دمشق.

شملت عيِّنة الدراسة 45 مزرعة في ريف دمشق، مجموع مساحاتها 54.65 هكتار، ومتوسط مساحة المزرعة 1.214 هكتار، وبدا هذا المُتوسط قريباً جداً من المتوسط المحسوب من البيانات النظرية الذي بلغ 1.25 هكتار، وكانت مساحات الكروم التي شملتها الاستبانة قريبة من مساحاتها المُسجَّلة في الوحدات الإرشادية. وظهرت مساحات بعضها كقيم مُتطرِّفة وشاذَّة عن وسيطها كما في الشكل (22).



الشكل (22): مقارنة قيم مساحات كروم ريف دمشق ودرعا لعام 2008. المساحة: هكتار.
المصدر: بيانات عينة الدراسة.

كانت كروم ريف دمشق أقدم بكثير من كروم درعا، إلا أنَّ فترة التسارع الأعظمي بالمساحات المزروعة كانت تقريباً متماشية مع نظيرتها لدرعا، ثم تراجعت زيادة هذه المساحات حتى نهاية الفترة، لكنَّ هذه السلسلة انقطعت بعد عام 1999 كما في الشكل (23).



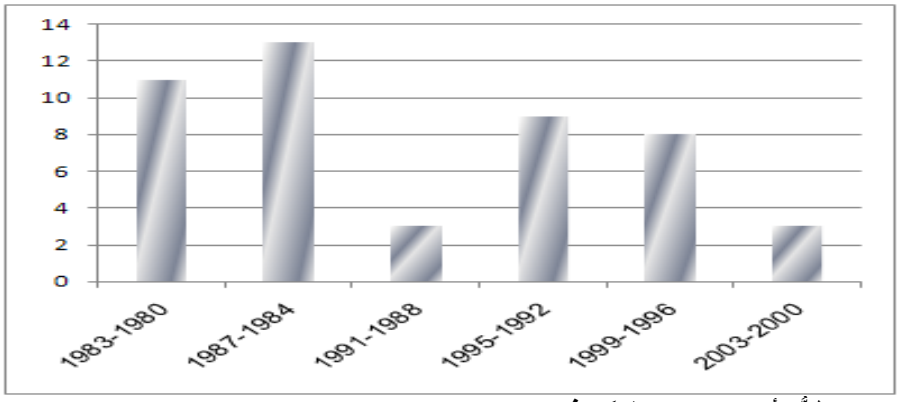
الشكل (23): تطوُّر أعداد مزارع العِنَب في ريف دمشق.
المصدر: بيانات عينة الدراسة.

اعتمد 2.2% فقط من مزارعي كروم العِنَب في محافظة ريف دمشق على مزارعهم مصدراً وحيداً للدخل، في حين أنَّ هذه المزارع شكَّلت مصدراً أساسياً للدخل من بين مصادر دخلٍ أخرى لما يُعادل 40% منهم، وكانت مصدراً هامشياً للدخل لـ 58% الباقين الملحق (23)؛ وهذا يعني أنَّ كروم العِنَب لم تكن كفوءة للاعتماد عليها مصدراً وحيداً للدخل في ريف دمشق.

خامساً- زراعة الكروم المرويَّة في درعا.

بلغ عدد مزارعي عنب المائدة في درعا 1947 مزارعاً، ووجدت الدراسة أنَّ هناك ارتباطاً معنوياً بين تاريخ إنشاء الكروم من جهة، والمحافظة التي تقع فيها هذه الكروم من جهة ثانية. فدرعا التي شملت الدراسة كروماً فيها تراوح تاريخ إنشائها بين 1980 و2003، فقد كانت هناك مرحلتان لنشاط زراعة الكروم الجديدة: المرحلة الأولى من 1980 وحتى 1987؛ أي تلك التي بيَّنها العمودان الأوليان من الشكل (24)، ثم تلتهما فترة تباطؤ تزايد المساحات لمدة أربعة أعوام، ومن بعدها عاودت الزيادة وتيرتها الأولى،

ولكن بمستويات أقل قليلاً لثمانية أعوام أخرى، ثم انخفضت الزيادة في الأعوام الأربعة الباقية من السلسلة، وانتهت السلسلة عام 2003، وهذا لا يعني تماماً أنَّ هناك توقُّفاً في التوسع بزراعة الكروم في هذه المحافظة بعد عام 2003، وإن كان هناك تراجع كبير في زراعة هذه الكروم في الأعوام الأخيرة؛ بسبب ظروف الجفاف، وانتشار الآفات، وتدهور الأسعار، كما ستبيِّنه نقاط لاحقة من البحث؛ لكنَّ مردَّ ذلك إلى أنَّ الدراسة توجَّهت إلى الكروم التي دخلت طور الإثمار الفعلي.



الشكل (24): تطوُّر أعداد مزارع العِنَب في درعا.
المصدر: بيانات عينة الدراسة.

وقد شملت عينة الدراسة 48 مزرعة في درعا، وكان مجموع مساحاتها 119.5 هكتاراً، ومتوسط مساحة المزرعة 2.49 هكتاراً. وكان هذا المُتوسط بعيداً جداً عن المُتوسط المحسوب من البيانات النظرية، والذي بلغ 1.225 هكتاراً فقط، وهذا يعطي صورة عن أنَّ مساحات كروم درعا تزيد على ضعف المساحات المُسجَّلة فيها؛ لسببين:

1. الكروم المسجَّلة لدى وزارة الزراعة بلغت نصف المساحة التي قدرتها الدراسة.
2. هناك كروم غير مسجَّلة على الإطلاق وهذه لم تتوجَّه الدراسة إليها؛ كون معيار تحديد المجتمع الإحصائي في الدراسة كان جدول الحائزين.

اعتمد 23% من مزارعي كروم درعا على مزارعهم بوصفها مصدراً وحيداً للدخل، في حين كان 62.8% من مزارعي الكروم في تركيا يعتمدون على مزارعهم مصدراً وحيداً للدخل (Koçtürk, 2006). وكلَّما كانت نسبة الدخل الذي توفره المزرعة لمالكها أكبر مقارنة بإجمالي دخله السنوي، كان اهتمامه بتطوير هذه المزرعة أكبر، واعتماد التقنيات الجديدة في الإنتاج والتسويق أعلى.

في حين أنَّ 64.5% من حائزي الكروم في درعا قد اعتمدوا على كرومهم مصدراً أساسياً للدخل من بين مجموعة مصادر دخل أخرى، إلا أنَّ 12.5% منهم فقط كان اعتمادهم على دخل هذه المزارع هامشياً، وكان مصدر دخلهم الأساسي من خارج المزارع الملحق (23)؛ وهذا يعني أنَّ كروم العِنَب في محافظة درعا أكبر تأثيراً في المستوى المعيشي لأصحابها، بغض النظر عن مُعدَّلات دخلهم الإجمالي، أو عن قيمة الدخل الذي يأتيهم من المزرعة.

وهذه من النقاط التي ينبغي على واضعي السياسات الزراعية أخذها بالحسبان سواء عند التوجُّه بدعم لهذه الزراعة، أو إلغاء دعمٍ كان موجوداً، أو تغيير شكل هذا الدعم، أو عند الرغبة بالتعويض عن أضرار طبيعية، أو كوارث أصابت هذه الكروم أو تلك.

سادساً- زراعة الكروم المرويَّة في السويداء.

تعدُّ السويداء من المحافظات المُنتِجة للعنب بكميات كبيرة، وتعج الآثار الموجودة في مناطق كثيرة منها شهبا، وقنوات، وغيرها بعناقيد العِنَب، وأوراق الكرمة؛ إلاّ أنَّها تُنتج أعناباً تصنيعية، وثنائية الغرض من كروم بعلية، في حين أنَّ 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. وتوجد الكروم المروية في قرى قليلة جنوب المحافظة في حين تغيب بصورة شبه كلية عن بقية أرجاء المحافظة.

وأدرج البحث هذه المنطقة ضمن منطقة الدراسة؛ لبيان أسباب عدم اعتماد هذه الزراعة فيها، إلى جانب استشراف مُستقبلها في ظل تزايد المساحات المروية فيها نتيجة عمليات حفر الآبار.

سابعاً- زراعة الكروم المرويَّة في القنيطرة.

بلغت مساحة الكروم المرويَّة في القنيطرة 112 هكتاراً (بيانات غير منشورة لمديرية زراعة القنيطرة)، وأتت أهميتها في المرتبة الرابعة بين الأشجار المُثمرة المرويَّة، وكان الزيتون أولاً بمساحة 545.1 هكتاراً، ثم الكرز بمساحة 186.8 هكتاراً، وثالثاً التفاح بمساحة 181.4 هكتاراً، وعلى العموم فقد شكّلت الكروم المرويَّة 10.4% من إجمالي المساحة المزروعة بالأشجار المُثمرة المرويَّة في المحافظة الملحق (24).

إن كانت عمليات استصلاح الأراضي المُتسارعة في المحافظة، إلى جانب الوفرة النسبية لمياه الري، والطبيعة الجغرافية الملائمة لزراعة الكروم كلها عوامل تدفع المزارعين لاتخاذ القرار بزراعة الكروم، إلا أنَّ ارتفاع تكاليف الإنشاء ارتفاعاً كبيراً مقارنة بتكاليف زراعة أيِّ نوعٍ آخر من الأشجار المُثمرة، إلى جانب كثرة الأمراض والحشرات التي تصيب الكروم، والأسعار المُتدنية للعنب في السنوات السابقة كلها عوامل تجعل المزارع يُعرض عن زراعة الكروم، ناهيك عن أنَّ هذه المحافظة تتصف بالطبيعة الوعرة والترب المُحجِّرة وغير المستوية، مما يحول دون التوسع بهذه الزراعة.

ثامناً- مُعوِّقات إنتاج عِنَب المائدة في جنوب سورية.

1. شح مياه الري

شهدت سورية والمنطقة في السنوات الأخيرة موجة جفاف، تسببت في انخفاض منسوب المياه الجوفية، ونقص غزارة آبار بعض المناطق الزراعية، ونضوب مياه الآبار في مناطق أخرى. وعانى 42.1% من أفراد عينة الدراسة من شح مياه الري في مزارعهم التي بلغت مساحتها 63.35 هكتاراً، علماً بأنَّ الدراسة لم تستهدف فئة المزارعين الذين نضبت مياه الري في مزارعهم، وخرجوا من العملية الإنتاجيَّة، لأنَّ خروجهم من الإنتاج ألغى مُبرر دراسة العمليات الإنتاجية في مزارعهم. وهذه الظروف الجوية غير الاعتيادية كانت من بين العوامل التي حالت دون التوسُّع بمساحات الكروم المروية في السنوات الأخيرة.

2. نقص التمويل

يعاني القطاع الزراعي في سورية ضعفَ التوظيفات المالية، وعدم كفايتها، سواء أكانت من الجانب الحكومي أم الخاص، رغم ضرورتها لتطويره وتحديثه (هيئة تخطيط الدولة، 2006).

حصل 13.7% من عينة الدراسة فقط على قروض لإنشاء مزارعهم، وبلغت قيمتها أقل من مليوني ل.س، وهو مبلغ زهيد جداً، إذا ما قورن بتكلفة إنشاء هذه المزارع التي بلغت 37.6 مليون ل.س؛ أي 5% فقط من إجمالي تكاليف الإنشاء، كما أنَّ هذه القروض كانت قروضاً خاصة وغيرمصرفية، وغاب التمويل الحكومي لهذا النوع من المشروعات، لكن هناك أشكالاً من التمويل الحكومي غير المباشر لها كالقروض لمالكي الآبار؛ إذ يستغل بعضهم قيمة هذه القروض لإنشاء الكروم، أو الإنفاق على مزارعهم القائمة، إلى جانب أنَّ هناك شكلاً آخر من التمويل غير المباشر، وهو القروض التي تمنح للتحوُّل إلى الري الحديث.

ويرى البحث أهمية أن تحظى الكروم المروية بقروض زراعية؛ كونها من الاستثمارات الزراعية المُكلفة إلى جانب توافر الأصول المملوكة للمشروع، كالأرض المُقام عليها المشروع، وضمان المشروع ذاته لسداد المقترض لقيمة القرض الذي حصل عليه. كما يقع على عاتق مجلس النقد والتسليف توجيه المصارف الخاصة بتمويل هذا النوع من المشروعات، سواء عن طريق قروض طويلة الأجل تمنح عند الإنشاء، أو قروض موسمية تُمنح سنوياً في بداية الموسم، ويتم تحصيلها من المزارعين في موسم الجني. علماً بأن أكثر من 85% من القروض الممنوحة من المصرف الزراعي التعاوني توجَّه للقروض القصيرة التي تسترجع سنوياً، ولا تسهم في بناء الأصول الإنتاجية (هيئة تخطيط الدولة، 2006).

3. ارتفاع تكاليف الإنشاء

توجد طرائق مُتعددة لتربية الكروم، بعضها محدودة التكاليف كالتربية الأرضية؛ إذ تتقارب مُعدَّلات تكاليفها من مُعدَلات تكاليف إنشاء مزارع بقية الأشجار المُثمرة، إذ لا حاجة لإنشاءات معدنية أو إسمنتية. وبعضها الآخر مرتفعة التكاليف، ومن أكثرها تكلفة طريقة التربية العرائشية المُتَّبعة في منطقة الدراسة.

وتحتاج كروم العنب إلى عدة سنوات حتى تغدو مُنتجة؛ بمعنى أنَّ تكلفة الاستثمار الذي يتم توظيفه في بداية عمر الاستثمار يحتاج إلى عدة سنوات حتى يتم استرداده، وبعدها سنواتٌ أخرى حتى تبدأ المزرعة بتحقيق العائد، لكنَّ التكاليف لا تقتصر على التكاليف الاستثمارية؛ إذ إنَّ هناك تكاليفَ مُتغيرة بعضها إنتاجي، وبعضها الآخر غير إنتاجي يستمر المزارع بإنفاقها سنوياً.

كانت تكاليف الإنشاء مُتقاربة لكل مزارع عينة الدراسة؛ إذ تتكون هذه التكاليف من المجموعة ذاتها من المكونات، لكنَّ هناك بعض المزارعين دون غيرهم عدُّوا التكاليف الإنشائية المرتفعة إحدى العقبات التي تعترض تطور هذه الزراعة، وبلغ عدد هؤلاء 61 مزارعاً من عينة الدراسة وكانت نسبتهم 64.21% من حجم عينة الدراسة، كما كانت أهمية مُؤشِّر التكاليف الإنشائية المرتفعة 8.74% من إجمالي أهمية مُعوِّقات تطوير هذه الزراعة، وبانحراف معياري بلغ 7.21%، وانخفاض قيمة الانحراف المعياري، مقارنة بأغلب المُعوِّقات الأخرى تعكس صورة من استقرار هذه المشكلة لدى المنتجين؛ أي إنَّ أهميتها متقاربة لدى المنتجين؛ لذلك يكون تذليلها صعباً. وسيخصص البحث الفصل الرابع منه لدراسة هذه التكاليف.

4. ارتفاع تكاليف الري

كانت مادة المازوت إلى ما قبل عام 2008 مدعومة دعماً كبيراً، لكن بعد تخفيف الدعم ورفع سعر المازوت عدة أضعاف أصبحت تكاليف الري عالية جداً، وهذا جعل عدداً غير قليل من المنتجين يختارون الإسراع في تسويق مُنتجهم تقليلاً لتكاليف الري العالية المُترتبة على بقاء العناقيد على الأشجار، مما

اختصر من النهاية الثانية للموسم، وجعل الموسم ينزاح باتجاه بدايته، وهذا من شأنه أن يزيد تدفُّق المُنتَج إلى السوق في فترة محدودة، ويقصِّر موسم تصدير العنب، ومن ثمَّ فهو يخفض من أسعار العنب.

كان عدد المنتجين الذين بيَّنوا أن ارتفاع تكاليف الري هي من المُعوِّقات أمام تطوير إنتاج عنب المائدة في منطقة الدراسة، هو 87.37% من حجم عينة الدراسة، كما كانت أهميَّة هذا المعوِّق 13.13% من إجمالي أهمية مُعوِّقات زراعة الكروم المروية في منطقة الدراسة، وهو الرقم الأعلى بين جميع المُعوِّقات؛ ويفيد بأنَّ هذه المُشكلة هي المُشكلة الأساسية التي تقف في وجه تطوير هذه الزراعة، لكن الانحراف المعياري لها كان مُنخفضاً جداً مقارنة بقيمه لبقية المُعوِّقات، وبلغ 6.69%؛ ومن ثمَّ فهذه مشكلة عامة لدى جميع مناطق الإنتاج، وهذا منطقي كون أسبابها تعود إلى ارتفاع تكاليف المحروقات من جهة، والاحتياج المائي العالي للأصناف المزروعة، أو هدر المياه في الري من جهة ثانية، هذا على الرغم من شيوع استخدام طرائق الري الحديثة التي توفر الفاقد المائي أثناء عملية الري.

5. ارتفاع تكاليف التسميد

كان المزارعون يحصلون على الأسمدة المعدنية الأساسية، بشرائها عن طريق المصرف الزراعي التعاوني، إمَّا بصورة قروض عينية، أو بدفع ثمنها مباشرة. وفي الحالتين كان السعر الذي يدفعونه أقل من معدَّل الأسعار العالمية لهذه الأسمدة. فقد كانت الأسمدة من بين مُستلزمات الإنتاج الزراعي المدعومة، وهذا ما جعل بعض المنتجين يسرفون في إضافتها، حتى تجاوزت مُعدَّلات إضافتها في بعض مزارع عينة الدراسة 750 كغ/هكتار، وهي مُعدَّلات مُرتفعة جداً. أما بقية الأسمدة فكان ولا يزال المُنتِج يحصل عليها من سوق القطاع الخاص، وأسعارها المحلية تابعة لتغيُرات أسعارها العالمية، ومحكومة بعامل العرض والطلب. لكن عندما رفعت الحكومة الدعم عن الأسمدة؛ وجد المزارع - الذي اعتاد على الإسراف في إضافة الأسمدة - نفسه مُجبراً على دفع مبالغ طائلة لتغطية تكاليف إضافة الأسمدة، كما وجد نفسه مُجبراً على تحسين إدارة إضافة هذه الأسمدة.

كان قرار رفع الدعم عن الأسمدة قراراً ذا فعلين متعاكسين؛ ففي الوقت الذي رفع هذا القرار من تكاليف التسميد، وجعل المنتجين يشتكون من التكاليف الإضافية التي وقعت على عاتق كل منهم بسبب رفع الدعم عن الأسمدة. جعلهم الفعل المُعاكس للقرار أو الفعل الإيجابي له يقللون من استعمال الأسمدة؛ ومن ثمَّ من هدرها، وهذا يزيد من جودة المُنتَج، وإن كان يخفض من كمية الإنتاج.

وكان ارتفاع تكاليف التسميد من بين مُعوِّقات زراعة الكروم المروية في منطقة الدراسة، إذ عانى 52 مزارعاً من أولئك الذين شملتهم عينة الدراسة من ارتفاع تكاليف التسميد، وبلغت نسبة هؤلاء 54.74% من حجم عينة الدراسة، لكنَّ أهمية هذا العامل كانت أقل بشكلٍ بَيِّنٍ من أهمية العاملين السابقين، وبلغت أهميته 7.62% من إجمالي أهمية مُعوِّقات زراعة الكروم المروية، وبانحرافٍ معياري بلغ 7.54%، وهو يزيد بشكلٍ معنوي عن متوسط الانحراف المعياري لكل المُعوِّقات، ومنه فارتفاع تكاليف التسميد لم يكن معوِّقاً على مستوى الأهمية نفسه لدى كل المنتجين الذين عانوه، ومردُّ هذا إلى أنَّ بعض المزارعين استطاعوا خفض قيمة هذا المُعوِّق من خلال بعض العمليات التي أجروها في كرومهم؛ كزراعة البقوليات، أو ترشيد إضافة الأسمدة، وإضافة الأسمدة بحسب نتائج تحليل التربة الذي يُجرونه، أو غيرها، وأيَّاً كانت السُبل التي اتبعوها، فإنَّ النتائج كشفت عن إمكانية تذليل هذه العقبة بسهولة، مقارنة بغيرها.

6. صعوبة مكافحة الآفات

من البديهي أنَّ المحاصيل المروية، والأصناف عالية الإنتاجية منها، أكثر تأثراً بالآفات من المحاصيل البعلية ومن الأصناف المحلية. وهذا يفسِّر حاجة كروم العنب المروي إلى 9.14 مُعاملة بالمُبيدات الزراعية في السنة الواحدة، في حين قد تغيب عملية المُكافحة تماماً في ظروف الزراعة البعلية، وإن وجدت فهي محدودة سواء من حيث عدد مرَّات المُكافحة، أو من حيث أنواع المُبيدات المُستخدمة في المُكافحة، فقد تقتصر على مُبيد واحد، في حين درج أصحاب الكروم المروية على استخدام مُبيدات حشرية وقد تكون ملامسة وجهازية، ومُبيدات فطرية، وأسمدة في المُعاملة الواحدة.

إضافة إلى اسهام ضعف فعالية الإرشاد الزراعي في زيادة أهمية الآفات كمُعوِّقات لنجاح زراعة الكروم في منطقة الدراسة، فقد تبيَّن أنَّ الكثير من المزارعين قد زرعوا غراساً غير مقاومة لحشرة الفيللوكسيرا التي أصبحت منتشرة في المنطقة وتتهدد هذه المساحات بالخروج من الإنتاج خلال بضع سنوات، وقيامهم بزراعة هذه الغراس عائدٌ إما لجهلهم بأهمية هذه الحشرة، أو لاعتقادهم بعدم وجودها في المنطقة. وأياً كانت الأسباب التي جعلت المزارعين يزرعون أشجاراً غير مقاومة لحشرة الفيللوكسيرا، فعدم جلاء الصورة حول أهمية هذه الحشرة يعكس تقصير الجهاز الإرشادي في نقل المعرفة إلى المزارعين. ويبدو التقصير أكثر شدة إذا عُلم أنَّ أصحاب المزارع القديمة زرعوا غراساً مقاومة لهذه الحشرة، في وقت كانت فيه وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي تتولى مهمة توفير هذه الغراس. وصحيح أنَّ الوزارة لا تزال توفر هذه الغراس للمنتجين، لكنَّ انخفاض ثقة المنتجين بجودة هذه الغراس جعلهم يتوجهون إلى مصادر أخرى، وغير مأمونة في كثير من الحالات للحصول على هذه الغراس.

كما أنَّ وجود آفات أخرى غير مدروسة بعناية، ويزداد خطرها إذا عُلم أنَّ نسبة غير قليلة من المنتجين يجلبون غراسهم من بلدان أخرى، بعيداً عن رقابة الحجر الصحي الزراعي، وهذا قد يكون مصدر إدخال أمراض وحشرات جديدة غير موجودة في سورية، ويترتب على هذا مخاطر غير محسوبة.

كانت صعوبة مكافحة الآفات ثاني المُعوِّقات أهميةً بعد ارتفاع تكاليف الري؛ الذي بلغت أهميته 13.13% من إجمالي أهمية مُعوِّقات زراعة الكروم المروية في منطقة الدراسة. إذ بلغت أهميته 10.87% منها، وكانت قيمة انحرافه المعياري عالية؛ مما يعني وجود تفاوت في قدرة المُنتجين على التحكم بهذا المعوق، وتفسير هذا أنَّ أصحاب المزارع القديمة كانوا أقل استخداماً للمُبيدات من أصحاب المزارع الحديثة، كما أنهم كانوا أكثر منهم اعتماداً على برامج الوقاية والمكافحة. ومنه فهذا المُعوِّق ممكن التذليل؛ إذا جرت إدارة الإرشاد الزراعي بما يخصُّه بشكلٍ علمي.

7. ندرة العمال المتخصصين

لعل من أهم الجوانب الاقتصادية-الاجتماعية للمشروعات الزراعية هو إيجاد فرص العمل، وامتصاص البطالة الزائدة، وتبدو الكروم المروية مثالية في هذا الجانب من حيث كثرة العمليات التي تتطلبها على مدار العام، إلى جانب تنوع هذه العمليات من عمليات هندسية، وإنشائية أساسية عند إنشاء الكروم، إلى عمليِّات فنيِّة زراعية، والحاجة لعمالة مُتخصصة، وعمالة يدوية غير مُتخصصة للقيام بالعمليات الإنتاجية، ناهيك عن العمالة المدربة الضرورية اللازمة للقيام بالعمليات التسويقية، إلى جانب العمل الميكانيكي في كل المراحل السابقة.

شكلّت ندرة العمالة المتخصصة إحدى مُعوِّقات تطوُّر زراعة الكروم المروية في منطقة الدراسة؛ إذ واجهت هذه المشكلة 62 مالكاً من أصحاب المزارع الذين شملتهم الدراسة؛ أي نحو 65.26% من حجم عينة الدراسة، وكان متوسط أهميتها 9.58% من إجمالي أهمية هذه المُعوِّقات، لكن قيمة الانحراف المعياري لها كانت عالية وبلغت 8.58%؛ أي إنَّ أهمية هذا العامل كانت تتفاوت بشدة من مزرعة إلى أخرى، ومفاد هذا أنَّ العمالة كانت تتوفر في مناطق وتندر في أخرى، كما أنَّ المزارع القديمة التي خبر أصحابها عمليات الخدمة ودربوا عمالاً على تنفيذها قللت أهميَّة هذه المُشكلة في نظرهم، إلى جانب كون أهمية هذه المُشكلة عالية في المزارع الكبيرة التي تتطلب عدداً كبيراً من العمال المتخصصين في فترات محدودة.

لكن مما يلفت الانتباه كون هذا العامل من المُعوِّقات الرئيسية لنجاح زراعة الكروم المروية في منطقة الدراسة، في حين أنَّ ارتفاع معدلات البطالة في سورية يفترض غياب هذا المُعوِّق، وهذا مردُّه إلى موسمية العمل في كروم العنب التي تجعل توفر العمال أقل مما لو كانت هذه العمالة دائمة، وانخفاض أجور العمل الزراعي مقارنة بالعمل في بقية القطاعات الذي يجعل العاملين ينزحون باتجاه القطاعات التي تعطي أجوراً أعلى للعاملين، وظروف العمل الزراعي القاسية التي تقلل من رغبة العاملين بالتوجه نحو العمل في القطاع الزراعي، واحتياج كثير من العمليات الإنتاجية والعمليات التسويقية في مزارع العنب إلى عمالة مدربة وهذه يندر وجودها حتى لو توفرت العمالة غير المدربة.

وحتى يمكن التغلُّب على هذا المُعوِّق، وتوفير العمالة؛ ينبغي تدريب أصحاب المزارع على أداء الأعمال الفنية؛ كالتقليم الذي يُشكّل حيزاً غير قليل من التكاليف المُتغيِّرة، والقطاف الذي يحتاج إلى مهارة في التعبئة، إضافة إلى عمليات خف العناقيد وفك تشابكها، وغيرها من العمليات التي تتطلبها الكروم.

إنَّ عدم تفرُّغ عاملي الكروم لأعمالها، وممارستهم لأعمالٍ أخرى، يعوق عملية تدريبهم وتأهيلهم؛ لممارسة هذا النوع من الأعمال باحترافية. وعلى العموم فيندر تفرُّغ عمال كروم العنب لها، إلا إذا كانوا عمالاً دائمين، أو بعض العمالة الأسرية، ولا تزيد نسبة المتفرغين لممارسة هذا النوع من الأعمال عن 3% من إجمالي العاملين فيها (Piva *et al*, 2006).

8. كثرة عمليات الخدمة

في وقت تحوَّلت فيه كثير من العمليات في أغلب أنواع المشروعات الزراعية إلى استخدام المكننة، وقللت إلى حد بعيد من احتياج المشروعات الزراعية للعمالة وخاصة العمالة غير الفنية. لا تزال كروم العنب تتصف عن كثير من المشروعات الزراعية بكثرة عمليات الخدمة التي تتطلبها إضافة إلى تنوع هذه العمليات، حتى تكاد الكروم الكبيرة لا تخلو من العمال على مدار العام، لكن مع اختلاف كبير في نوعية الأعمال المطلوبة من وقت إلى آخر، إلى جانب كون كثير من هذه العمليات يدوية، وهذه من عيوب التربية العرائشية للكروم في حين أنَّ طرائق التربية الأخرى تُعدُّ أقل احتياجاً للعمالة؛ ومن ثمَّ فالتغلُّب على هذا المُعوِّق يبدو أمراً صعباً. وهنا يأتي دور البحوث الزراعية بضرورة إجراء دراسات مُقارنة بين طرائق تربية كروم العنب بحسب مجموعة من المُؤشرات، أهمها: الاحتياج للعمالة والإنتاجية وجودة المنتج وإمكانية التحوُّل إلى العمالة الميكانيكية، بما يمكّن من المفاضلة بين طرائق التربية.

وقد كانت كثرة عمليات الخدمة من المُعوِّقات التي واجهت 67 مزارعاً من المزارعين الذين شملتهم الدراسة؛ أي نحو 70.53% من حجم عينة الدراسة، وكانت أهميتها 9.93% من إجمالي أهمية المُعوِّقات

التي تعترض زراعة كروم العنب المروي في منطقة الدراسة، وكانت قيمة الانحراف المعياري 7.62% وهي تزيد بشكلٍ معنوي عن متوسط قيمة الانحراف المعياري لكل المُعوِّقات المدروسة، ومن ثمَّ فهذه المشكلة لم تكن على مُستوى مُتقارب من الأهمية لدى كل عينة الدراسة، وهذا مردُّه إلى جملة من العوامل، من بينها مساحة المزرعة، وعدد أفراد الأسرة العاملين في المزرعة، ومدى اعتماد الأسرة على المزرعة مصدراً للدخل، والأعمال الأخرى التي يمارسها أفراد الأسرة خارج نطاق المزرعة.

وكخلاصة، يمكن القول بأنَّ المعوقات التي تعترض تطوير زراعة الكروم المروية في منطقة الدراسة ليست مُستحيلة التذليل، في حال توفرت الإرادة لتطوير هذه الزراعة، وإنَّ معالجة أغلب هذه المعوقات هي في الوقت نفسه معالجة لمُعوِّقات الإنتاج الزراعي بشكلٍ كامل؛ إذ إنَّ الكثير من المُعوِّقات هي مُعوِّقات مُشتركة لكثير من أنواع المشروعات الزراعية، وإن تباينت أهميتها من مشروع إلى آخر.

تاسعاً- التكاليف الثابتة لإنتاج عِنَب المائدة في جنوب سورية.

مهما كان نوع المشروع الزراعي، وكيفما اختلفت عوامل الإنتاج فيه عن أيِّ مشروع آخر، وأياً كانت أهميَّته، فلا يمكن النظر إليه بمعزل عن عوامل التكلفة، والإيرادات ومقارنتهما وتحديد ربحية هذه المشروعات، ومقارنتها بربحية المشروعات التي تمثِّل فرصاً بديلة لها، واتخاذ القرار باعتمادها، أو العدول عنها في ضوء هذه المُعطيات.

ولدراسة تكاليف كروم العنب لا بُدَّ من تحديد مفردات هذه التكاليف، وتصنيفها، استناداً إلى البرامج العلمية لتصنيف هذه التكاليف، وتحديد التكاليف الثابتة والمُتغيِّرة، الإنتاجية منها وغير الإنتاجية، وتحديد بنود التكاليف التي تبدو أكثر أهمية في الإنتاج، لُيصار إلى العمل على تدنيتها، سواء بالبحث عن العمليات البديلة التي تقلل من قيمتها، أو تغيير أسلوبها وطريقتها، أو كميتها ومقدارها.

تحتاج كروم العِنَب إلى فترة طويلة حتى تصبح مُنتجة، وتحتاج من سبع وحتى اثنتي عشر سنة حتى تصبح مربحة؛ لذلك تُعدَّ مزارع العِنَب استثماراً طويل الأجل (dill, 2006)، ووصل (Bordelon, 2001) إلى أنَّها تحتاج في فرنسا من 7-10 سنوات حتى تسترد رأس المال المُستثمر في إنشائها.

وهذا يعني أنَّ الدخول في عملية الإنتاج أو الخروج منها هو قرار تحكمه السوق، ويجب أن يُنظر إلى قرار الاستثمار في مزارع عنب المائدة على أنَّه قرار استراتيجي طويل المدى (Seo, *et at*, 2004).

لذلك كان لزاماً لإتمام الفائدة من هذا البحث إيلاء دراسة تكاليف إنتاج عِنَب المائدة وتسويقه أهمية كبيرة، وتفصيل بنود هذه التكاليف وتحديد العمليات التي كانت عالية التكاليف مقارنة بزراعة الكروم في مناطق أخرى من العالم، إضافة إلى تحديد التكاليف التي كانت عالية في بعض المزارع دون غيرها، وتبرير ذلك أو تحديد أسبابه. لكن دراسة التكاليف لا تعني الكثير في غياب دراسة الإيرادات لذلك أولى البحث عناية بموضوع إيرادات كروم العنب، وحدد هذه الإيرادات وبيَّن أسباب تفاوتها من مزرعة إلى أخرى. ثم قارن بين التكاليف والإيرادات التي توصَّل إليها. وصاغ النتائج التي خلُص إليها.

يجري عادة حساب القسط السنوي للتكاليف الثابتة في الكروم على أساس عمر المشروع الذي تقدِره الدراسات بحدود 30-40 سنة، والعمر الإنتاجي للأشجار الذي تقدره هذه البرامج بحدود 25-30 سنة قبل أن يتم استبدال هذه الأشجار. لكنَّ دراسة عينة الدراسة بيَّنت أنَّ التعريشات استمرت حتى عمر 40 سنة قادرة على النهوض بأشجار الكرمة المزروعة فيها، كما أنَّ استبدال الغراس لم يجر قبل عمر 30 سنة،

إلاّ في الحالات المرضيَّة؛ ومن ثمَّ فقد اعتمدت الدراسة حساب القسط السنوي للتكاليف الثابتة على هذا الأساس. ويمكن أخذ سيناريو للمستوى الأدنى لكل من الحالتين، وعندها سترتفع الأقساط السنوية للتكاليف الثابتة.

يمكن أن تختلف تكاليف الإنشاء (التكاليف الثابتة) اختلافاً كبيراً من منطقة إلى أخرى؛ تبعاً لأسعار الأراضي، وطريقة الزراعة، والعمر الافتراضي للمشروع، وغيرها (Bordelon, 2001)، وكانت تكاليف الإنشاء المُرتفعة من مُعوِّقات تطوير هذه الزراعة كما بيَّن الفصل السابق من البحث.

لدراسة التكاليف الثابتة لكروم العنب المروي في جنوب سورية، جرى تقسيم هذه التكاليف إلى بنود فرعية استناداً إلى مجموعة من برامج تكاليف كروم العنب التي صممتها واعتمدتها مجموعة واسعة من الباحثين في عدَّة مراكز أبحاث وجامعات عالمية الملحق (25)، وكانت هذه البنود كما يلي:

1- تكلفة استصلاح أرض المزرعة قبل الزراعة

بلغ إجمالي المبلغ المُنفق على استصلاح الأرض لعيِّنة الدراسة 386350 ل.س؛ وكان مُعدَّل تكلفة استصلاح الهكتار الواحد من إجمالي مساحة عينة الدراسة 2193.3 ل.س/هكتار. لكنَّ المساحة المُستصلحة كانت فقط 34.2% من إجمالي مساحة عينة الدراسة؛ ومن ثمَّ فقد بلغت تكلفة استصلاح الهكتار الواحد من الأراضي التي جرى استصلاحها 7501 ل.س.

وعدَّت وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي في برنامجي تكاليف العنب العصيري تكاليف الاستصلاح تكاليفَ ثابتة، تُحّمل على 30 سنة من عمر المشروع، ولا يوجد برنامج تكاليف لعنب المائدة لدى وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، لذلك استأنس البحث بالبرنامجين المذكورين. لكن ما دامت المزارع التي بلغت أعمارها 40 سنة لم تخرج بعد من دائرة الإنتاج، فيُحمِّل البحث هذه التكاليف على 40 سنة، وليس على 30 سنة كما فيهما. وبذلك فقد بلغ القسط السنوي لاستصلاح كامل مساحة عينة الدراسة 9658.8 ل.س/سنة. أما القسط السنوي لاستصلاح وحدة المساحة المدروسة فبلغ 55 ل.س/هكتار/سنة.

2- تكاليف الإنشاء والتسوير

ذُكر سابقاً في هذا البحث أنَّ التربية العرائشية هي أعلى طرائق تربية الكروم الخارجية تكلفةً، وهي الطريقة الوحيدة المتَّبعة لتربية كروم عنب المائدة في منطقة الدراسة، ومن ثمَّ فمن الطبيعي أن تكون تكاليف الإنشاء مُرتفعة مُقارنة بباقي بنود التكاليف، وهذا يُقلل من أهمية ما ذهب إليه المنتجون؛ إذ رأى 64.2% منهم أنَّ التكاليف الإنشائية المُرتفعة تشكِّلُ مُعوِّقاً من مُعوِّقات التوسُّع بهذه الزراعة؛ إذ أنَّ التكاليف الإنشائية المُرتفعة هي من صفات التربية العرائشية، ومنه فتذليلها أمرٌ يتوقف على تغيير طريقة التربية، وتنجم التكاليف الإنشائية المُرتفعة لهذه الطريقة من التربية عن كونها تحتاج إلى إنشاء أعمدة بيتونية ثابتة مُسلحة، وأعمدة أخرى يتم تثبيتها بجوار الغراس، وقد يُستعاض عن الأخيرة بأنابيب معدنية، إضافة إلى الحاجة للأسلاك المعدنية لصنع التعريشة، وتصميم مُخططات هندسية، وغيرها.

واختار البحث لحساب الاهتلاك استخدام طريقة المقدار الثابت أو الخط المستقيم، كما عدَّ قيمة التعريشة في نهاية الفترة المحددة تُعادل تكاليف إزالتها فقط.

شملت عينة الدراسة مزارعَ أُنشئت اعتباراً من عام 1970، ولغاية عام 2003، وتضاعفت أسعار مواد الإنشاء خلال هذه الفترة الطويلة عشرات المرات، مما جعل إدخال قيم تكاليف إنشاء المزارع القديمة

في التحليل أمراً غير مقبول، مما يعني أنَّ قسماً كبيراً من التباين في تكاليف الإنشاء عائدٌ لعامل الزمن، وأنَّ التكاليف تزداد كلما سرنا بالسلسلة الزمنية إلى الأمام. لذلك رأى البحث وجوب تعديل تكاليف إنشاء المزارع القديمة؛ استناداً إلى قيم تكاليف إنشاء المزارع الحديثة، فعدَّ المزارع التي أنشئت في السنوات الخمس الأخيرة من السلسلة الزمنية المدروسة مقياساً كمتوسط لتكاليف إنشاء المزارع، خصوصاً أنَّ قيم تكاليف الإنشاء لم تختلف كثيراً في الفترة الأخيرة. وكان مُتوسط تكلفة إنشاء الهكتار الواحد من التعريشة في السنوات الخمس الأخيرة من السلسلة هو 483570 ل.س. لكن في برنامج (White, 2005) في جامعة Cornell كانت تكلفة الإنشاء 4100 دولار/هكتار وهي تعادل نصف قيمتها تقريباً في منطقة الدراسة، وهذا عائد إلى أنَّ New York تزرع الأعناب بالطريقة الجدارية التي تعدُّ أقل تكلفة من الطريقة العرائشية المتبعة في منطقة الدراسة.

وكان متوسط تكلفة إنشاء الهكتار الواحد من التعريشة لكامل فترة الدراسة 205000 ل.س فقط. عندما حُسب على أساس العلاقة (1). ولكنه بلغ 216360 ل.س عندما حُسِب كمُتوسط مُرجَّح على أساس مساحات المزارع، وليس على أساس أعدادها كما في العلاقة (2).

العلاقة (1):

متوسط تكلفة إنشاء الهكتار = (متوسط تكلفة إنشاء الهكتار للمزرعة 1 + ... + متوسط تكلفة إنشاء الهكتار للمزرعة ن)/ عدد المزارع.

العلاقة (2):

المتوسط المرجح لتكلفة إنشاء الهكتار الواحد = [(مساحة المزرعة 1 × متوسط تكلفة إنشاء الهكتار الواحد منها) + ... + (مساحة المزرعة ن × متوسط تكلفة إنشاء الهكتار منها)]/ إجمالي مساحة المزارع.

وبدا هنا متوسط تكاليف إنشاء وحدة المساحة من المزارع الكبيرة أعلى من مُتوسط تكاليف إنشاء وحدة المساحة من المزارع الصغيرة. ومنه تكون التكلفة التقديرية لإنشاء إجمالي مساحة العيِّنة المدروسة 851808560 ل.س، وجرى حسابها من العلاقة (3).

العلاقة (3):

التكلفة التقديرية لإنشاء كروم العينة المدروسة = المساحة الإجمالية لكروم العينة × التكلفة التقديرية لوحدة المساحة.

وبلغ القسط السنوي لاهتلاك التعريشة والسور 12089 ل.س/هكتار/سنة، وقد حُسب هذا القسط استناداً إلى العلاقة (4). ومن ثمَّ فالقسط السنوي لاهتلاك كامل مساحة عينة الدراسة هو 21295210 ل.س/سنة

العلاقة (4):

قسط الاهتلاك السنوي لوحدة المساحة من التعريشة = (قيمة وحدة المساحة عند الإنشاء – قيمتها عند نهاية المدة)/عمر التعريشة.

3- تكاليف الغراس

تتباين تكاليف الغراس من مزرعة إلى أخرى تبعاً لمصدر الغراس ونوعها؛ فالمستوردة المطعمة على أصول مقاومة أغلى من نظيرتها المحلية الموجودة لدى القطاع الخاص، وهذه أغلى من تلك التي توفرها مشاتل وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي. أما الغراس غير المطعمة على أصول مقاومة فهي

الأرخص. في حين أنَّ أغلى 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

بلغ إجمالي ثمن غراس مزارع عينة الدراسة 1588550 ل.س. وبلغ متوسط ثمنها لوحدة المساحة 9018 ل.س/هكتار. لكن قسماً كبيراً من هذه المزارع أُنشِئ منذ عشرات السنين؛ أي كانت قيمة غراسها أقل من القيمة الحالية لها، لذلك اعتمد البحث على قيمة الغراس في السنوات الخمس الأخيرة من السلسلة كمقياس لتعديل قيمة غراس المزارع القديمة. إذاً فالقيمة التقديرية لتكلفة الغراس لإجمالي مساحة عينة الدراسة هي 3286450 ل.س، والتكلفة التقديرية للغراس لوحدة المساحة هي 18657 ل.س/هكتار، لكن هذه التكلفة ليست سنوية بل تكلفة ثابتة، ومنه فقسطها السنوي لإجمالي المساحة هو 109548.3 ل.س، ولوحدة المساحة هو 62.2 ل.س/هكتار/سنة، وجرى حسابهما على أساس العمر الإنتاجي كما في العلاقة (5).

العلاقة (5):التكلفة السنوية للغراس = تكلفة الغراس/ (العمر الإنتاجي لها + عمر ما قبل الإثمار).

2) تكلفة زراعة الغراس بالتربة

جرى حسابها تماماً كما في الفقرة السابقة من حساب إجمالي تكاليف زراعة الغراس كانت 1357812 ل.س، وكانت قيمتها لوحدة المساحة 7708.3 ل.س/هكتار. وكانت قيمتها لوحدة المساحة في السنوات الخمس الأخيرة 254 ل.س/هكتار؛ فكان إجماليها التقديري 4474210 ل.س، ومنه فالقسط السنوي التقديري لإجمالي المساحة هو 149140.3 ل.س/سنة، ومنه تكون القيمة التقديرية للقسط السنوي لوحدة المساحة هي 846.7 ل.س/هكتار/سنة.

3) تكلفة الغراس المُستخدمة للترميم

أنفق أفراد عينة الدراسة في موسم 2008 تكاليفَ لاستبدال الأشجار المريضة والميتة في كرومهم بما يُعادل 316720 ل.س قيمة غراس جديدة، وأجور زراعة؛ أي 1798 ل.س/هكتار. وإن كان هذا البند من التكاليف يتكرر سنوياً إلا أنَّه يبقى أحد بنود التكاليف الثابتة، وعليه فيمكن إدراج تكاليف الترميم التي تُنفق في السنة الواحدة ضمن التكاليف المُتغيِّرة لنفس السنة.

3- تكلفة شبكة الري

أصبح اتِّباع طرائق الري الحديثة شائعاً في كل الكروم التي شملتها الدراسة تقريباً، وباتت المزارع التي تروى بالطريقة التقليدية نادرةً، واقتصرت على مزارع محدودة صغيرة، وتعتمد على مشروعات الري الحكومية. وقد قدَّرت عدَّة برامج تكاليف أعمار شبكات الري بثماني سنوات، واتخذها البحث مرجعاً في تحديد القسط السنوي لاهتلاك شبكات الري في كروم العنب. لكنَّ شبكات الري تتكون في غالبها من مواد بلاستيكية، وهذه يمكن أن تُباع في نهاية الفترة، وتُقدَّر قيمتها في نهاية الفترة بنحو 20 % من قيمتها في بدايتها، ويسير خط اهتلاكها تبعاً لنظرية الخط المستقيم.

وقد بلغ إجمالي تكاليف شبكة الري 7036300 ل.س، وكان متوسطها 3994.5 ل.س/هكتار. وجرى تطبيق العلاقة (6) لحساب اهتلاكها فكان القسط السنوي لاهتلاك شبكة الري لإجمالي مساحة عينة الدراسة 703630 ل.س/سنة، والقسط السنوي لاهتلاكها لوحدة المساحة 3995 ل.س/هكتار/سنة.

العلاقة (6):

القسط السنوي لاهتلاك شبكة الري = (قيمة الشبكة عند الإنشاء – قيمتها عند نهاية عمرها)/ عمرها الافتراضي.

4- اهتلاك المحرك

تَعِدُّ وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي عمر المُحركات المُستخدمة في ضخ المياه 12.5 سنة، وأنَّ القيمة المادية لهذه المحركات في نهاية فترة الاستخدام معدومة. ومن ثمَّ فيبلغ قسطها السنوي 8% من قيمتها في بداية الفترة. ويبلغ متوسط سعر المُحركات المُستخدمة لضخ مياه الآبار، ورفع المياه عبر شبكات الري إلى الكروم 100 ألف ل.س تقريباً. وهذا يعني أنَّ قسط اهتلاكها السنوي هو 8000 ل.س. إلا أنَّها لا تُستخدم لضخ المياه للكروم فقط؛ بل إلى جميع المحاصيل التي يزرعها المزارع في أرضه، وهذه تُقدَّر - بحسب الخطة الزراعية - بخمس هكتارات، وإن كانت تتجاوز هذا المُعدَّل غالباً، وتشكِّل مساحة الكرم بالمُتوسط 1.854 هكتاراً، أي إنَّ ما يترتب على مساحة المزرعة من ثمن المحرك هو 46350 ل.س، وما يترتب على وحدة المساحة من ثمن المحرك هو 2500 ل.س. ومن ثمَّ فيتحمَّل الكرم فقط 37% من قسط اهتلاك المحركات؛ أي 2157 ل.س/الكرم/سنة، أو 1164 ل.س/هكتار/سنة.

ومن خلال النقاط الأربع السابقة يمكن حساب القسط السنوي للتكاليف الثابتة الذي بلغ 5761514 ل.س لإجمالي مساحة عينة الدراسة؛ أي 32708 ل.س/هكتار/سنة.

5- تكاليف سنوات ما قبل الإثمار

إنَّ التكاليف المُتغيِّرة التي يُنفقها المُنتجون على كرومهم في سنوات ما قبل الإثمار لا يمكن إهمالها، أو عدَّها مُحمَّلةً على السنوات التي أنفقت فيها، لذلك لابُدَّ من حسابها وتقسيمها على سنوات الإثمار، وتُقدَّر تكاليف العمليات والمستلزمات لكل سنة من سنوات ما قبل الإثمار بما يُعادل 25 % من مثيلتها لسنوات الإثمار الملحق (26). كما في برنامج (Brown, 2003) مع حذف التكاليف المُتعلقة بالإنتاج، علماً بأنَّ مزارع هذا البرنامج دخلت طور الإثمار في السنة الثالثة من عمرها. وهذا يعني أنَّ إمكانية تقليل فترة ما قبل الإثمار قائمة، إذا أمكن تحسين الأصناف، وعمليات الخدمة ... إلخ. أما التكاليف الثابتة فتحسب أقساطها، واهتلاكاتها كما حُسبت للسنوات المُثمرة تماماً. وبالنتيجة يمكن أن تُعطى علاقة حساب القسط السنوي المترتب على السنة المثمرة من تكاليف سنوات ما قبل الإثمار كما في العلاقة (7).

العلاقة (7): القسط السنوي لتكاليف سنوات ما قبل الإثمار = [(القسط السنوي للتكاليف الثابتة + تكاليف العمليات والمستلزمات غير الإنتاجية × 0.25) × عدد سنوات ما قبل الإثمار]/ عدد السنوات المنتجة.

وقد كانت قيمة القسط السنوي لهذه التكاليف لإجمالي مساحة عينة الدراسة 3135336 ل.س/سنة، أما لوحدة المساحة فقد كان القسط السنوي 17799.2 ل.س/هكتار/سنة.

ويُحسب ما يترتب على كل سنة من سنوات الإثمار من أجور الأرض لسنوات ما قبل الإثمار فيحسب كما في العلاقة (8).

العلاقة (8): ما يترتب على كل سنة من سنوات الإثمار من أجور الأرض لسنوات ما قبل الإثمار= (أجر الأرض المُقدَّر للسنة الواحدة لوحدة المساحة) × (عدد سنوات ما قبل الإثمار) ÷ (عدد السنوات المنتجة)

وكانت قيمته 352300 ل.س/سنة لإجمالي مساحة عينة الدراسة، أي 2000 ل.س/هكتار/سنة لوحدة المساحة.

عاشراً- التكاليف المُتغيِّرة لإنتاج عِنَب المائدة في جنوب سورية.

إنَّ كثرة عمليات الخدمة التي تحتاجها الكروم تجعل احتساب التكاليف المُتغيِّرة، أمراً مُعقَّداً، واختلفت البرامج التي حسب واضعوها التكاليف المُتغيِّرة لكروم العِنَب، كما اختلفت بنودها لدى كل منهم، وهذا يوجب تقسيم التكاليف إلى مجموعة من البنود، كما جرى في حالة التكاليف الثابتة. وهذه البنود هي:

1. أجور صيانة وإصلاح المحرك

تُقدَّر أجور الإصلاح والصيانة بـ 8 % من قيمة المحرك سنوياً، أي 8000 ل.س. وتماماً كما في حساب اهتلاك المحرك، يتحمل الكرم 2157 ل.س/سنة منها، وتصبح قيمتها لوحدة المساحة 1164 ل.س/هكتار/سنة. وتكون قيمتها لإجمالي مساحة عينة الدراسة 205038.6 ل.س/سنة.

2. تكاليف الوقود

كانت تكاليف الوقود بنداً على درجةٍ عاليةٍ من الأهمية، بعد تقليل معدل الدعم بشأنه عنه وتحرير أسعاره، فقد شكَّلت إحدى مُعوِّقات تطوُّر زراعة الكروم في منطقة الدراسة. كما أثَّرت في طول موسم التسويق كما سيتبين في مكانٍ لاحقٍ من البحث، وقللت من كمية الإنتاج أيضاً، إلى جانب أنَّها رفعت التكاليف المُتغيرة بشدَّة، في وقتٍ لم تستجب فيه الأسعار لهذا التغيُّر بالصورة نفسها.

كان إجمالي ما أنفقته مزارع عينة الدراسة كتكاليف للوقود في موسم 2008 هو 12546745 ل.س، علماً بأنَّ قرار رفع أسعار المحروقات لم يصدر منذ بداية الموسم، ولكن من الشهر الخامس، وهذا يعني أنَّ تكاليف الوقود أقل مما ستكون عليه في السنوات اللاحقة. وقد كان متوسط تكلفة الوقود المُنفق في هذا الموسم لوحدة المساحة من عينة الدراسة 73126 ل.س/هكتار، ولكنَّها تراوحت بين 27000 ل.س/هكتار و175500 ل.س/هكتار، وبانحرافٍ معياري بلغ 31927 ل.س، ويعود سبب هذا التباين الكبير بين تكاليف الوقود من مزرعة إلى أخرى إلى أنَّ تكلفة الوقود تتبع عدة مؤشرات كعمق البئر، وقوة المضخة المستخدمة، وغزارة البئر، إلى جانب طبيعة التربة فالترب النفوذة تحتاج إلى الري أكثر من الترب الغدقة، إضافة إلى أن الإنتاجية العالية تفرض زيادة الري ومن ثمَّ زيادة تكاليف الوقود.

وكانت تكاليف الوقود هي البند الأكثر تكلفة بين جميع بنود التكاليف الثابتة والمُتغيِّرة، ولا توجد بدائل قائمة له، بذلك فيمكن التنبؤ بما ستؤول إليه تكاليف كروم العنب أي مقدار انزياح المركز المالي للمشروع بتغيُّر أسعار المحروقات عبر جداء تكاليف المحروقات المحسوبة بنسبة التغيُّر في أسعاره. وهنا يبدو مُلحَّاً على العاملين في البحث العلمي الزراعي إجراء الدراسات في مدى تلاؤم الأصناف العالمية قليلة الاستهلاك لمياه الري والمُتحملة نوعاً ما لظروف الجفاف، للزراعة في منطقة الدراسة، أو استنباط هجن جديدة تحقق هذه الغاية.

3. أجرة الأرض

لا يبدو منطقياً قياس أسعار الأراضي الزراعية على أساس اسهامها في الإنتاج الزراعي، كما أنَّ أسعارها تتباين بشدة من منطقة إلى أخرى تبعاً لعدة اعتبارات وغالباً ما تكون هذه الاعتبارات بعيدة عن المجال الزراعي. لذلك يلجأ المحللون الاقتصاديون إلى حساب القيمة الإيجارية، ويمكن قسمة هذا الإيجار على سعر فائدة مُحدد، وتقييد القيمة الرأسمالية في حسابات السنة الأولى من عمر المشروع، ويكون سعر الفائدة المناسب هو مُعدَّل العائد الاقتصادي. ويمكن حساب أجرٍ سنويٍ للأرض يُعادل 15% من قيمة

مردودها السنوي، كما في برنامج وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي. بلغ إجمالي إيرادات المزارع التي شملتها عينة الدراسة 116738885 ل.س، وبلغت قيمتها لوحدة المساحة 662724.3 ل.س/هكتار/سنة، ومن ثمَّ فأجرة إجمالي أرض المزارع التي شملتها عينة الدراسة 17510833 ل.س/سنة؛ أي إنَّ القيمة الإيجارية لوحدة المساحة من أرض المزارع هي 99408.6 ل.س/هكتار/سنة، لكنَّه رقمٌ مرتفع جداً؛ كون مردود الكروم عالٍ جداً بالمقارنة ببدائله المروية من أشجار مثمرة وخضار، وارتفاع المردود هنا منطقي جداً كون تكاليف هذه الشجرة عالية. لهذا لجأ البحث إلى طريقة أخرى لحساب الأجر السنوي للأرض وهي: تقدير القيمة الإيجارية لأرض المزرعة بما يُعادل القيمة التقديرية لأجر الأرض للمحاصيل المروية، وهي تعادل 10000 ل.س/هكتار/سنة. فتكون القيمة الإيجارية لإجمالي المساحة 1761500 ل.س/سنة.

4. تكاليف الأسمدة

تختلف صور الأسمدة التي يُضيفها المزارعون لكرومهم، وتتكون من ثلاثة أشكال أساسية إلى جانب أشكال أخرى أقل أهمية وشيوعاً وانتظاماً. ومن أشكال الأسمدة التي يضيفها المزارعون لكرومهم:

1) الأسمدة العضوية

كانت إضافة الأسمدة العضوية عملية شائعة لدى عينة الدراسة؛ إذ أضاف 97% منهم الأسمدة العضوية إلى كرومهم وكانت قيمة الأسمدة التي أضافوها 1947784 ل.س، لكنَّ إضافة الأسمدة العضوية لم تكن عملية سنوية؛ بل كانت تجري كل سنتين، أو ثلاث سنوات، وأحياناً تجري سنوياً، لذلك حُسِبَ القسط السنوي لهذه التكلفة استناداً إلى العلاقة (9).

العلاقة (9):

القيمة التقديرية للأسمدة العضوية المُضافة سنوياً = [(قيمة الأسمدة العضوية المُضافة/الفترة بين الإضافات للمزرعة 1) + (قيمة الأسمدة العضوية المُضافة/الفترة بين الإضافات للمزرعة 2) +.....+ (قيمة الأسمدة العضوية المُضافة/الفترة بين الإضافات للمزرعة ن)].

فكانت القيمة التقديرية للأسمدة العضوية المُضافة سنوياً 1090570 ل.س لإجمالي مساحة عينة الدراسة، وكانت قيمتها لوحدة المساحة 6191 ل.س/هكتار/سنة. وقد كان ارتباط مساحة المزرعة بقيمة الأسمدة العضوية المُضافة لوحدة المساحة منها ظاهرياً، أي إنَّ أهمية إضافة الأسمدة كانت متقاربة لدى المزارعين مهما كانت مساحات مزارعهم.

2) الأسمدة المعدنية الأساسية

كانت أسعار الأسمدة المعدنية الأساسية قبل عام 2008 مدعومة، وكان المزارع يحصل عليها نقداً، أو بقرض عيني من المصرف الزراعي التعاوني، كما كانت تتعدد مُبررات الحصول عليها، ولم يكن المزارع يعدَم الوسيلة التي يحصل بموجبها على هذه الأسمدة، فيتم منحها على أساس المحاصيل الحقلية، وعلى أساس الأشجار المثمرة، والخضار، وغيرها. لكنَّ الصورة تغيَّرت بوضوح بعد ذلك، وارتفعت أسعارها، مما كان له بالغ الأثر في سلوك المنتجين حيال هذا المُدخل الهام، وكان البحث قد جاء على توضيح ذلك فيما سلف منه. وقد بلغ إجمالي قيمتها 5387750 ل.س، ومتوسطها لوحدة المساحة 30580 ل.س/هكتار/سنة. وهو رقم عالٍ جداً مقارنة بتكاليف إضافة الأسمدة العضوية؛ أي يمكن من خلال إرشاد المزارعين بشأن أهمية إضافة الأسمدة العضوية كبديل جزئي لإضافة الأسمدة المعدنية تقليل هذا الرقم

تقليلاً كبيراً، لكنَّ الوصول إلى مُعادلة دقيقة بين النسب التي ينبغي إضافتها من الأسمدة العضوية بحسب أنواع هذه الأسمدة، وما تعوِّضه إضافتها من أسمدة معدنية هو أمرٌ يحتاج إلى دراسةٍ علمية.

3) الأسمدة المركزة: معدنية، وعضوية

إلى وقتٍ ليس ببعيد كانت الأسمدة المعدنية، والعضوية، والأسمدة الخضراء هي كل ما يعرفه المنتجون حول التسميد، لكن اليوم - وبعد هذا التطوُّر في المُدخلات المُستخدمة في الإنتاج الزراعي- باتت تتعدد مكونات الأسمدة، وتختلف أشكالها وتركيباتها، وطرائق إضافتها، لذلك وجد البحث --لتيسير عملية حساب تكاليف هذه الأسمدة - أن يتم تجميعها تحت بند واحد، مهما اختلفت مكوناتها، أو طرائق إضافتها. وقد بلغت إجمالي قيمتها 2458351 ل.س، وقيمتها لوحدة المساحة 13960 ل.س/هكتار/سنة، وبالمقارنة مع دراسة (الناصير،2006) تبيَّن أنَّ تكلفة هذا البند من التكاليف قد تضاعفت خلال خمس سنوات، وهذا عائدٌ إلى زيادة الاهتمام بإضافة هذه الأسمدة من جهة، وإلى ارتفاع أسعارها من جهة أخرى.

5. قيمة المُبيدات الحشرية والفطرية

اعتقد 9.5% من المنتجين فقط بإمكانية إنتاج عنب المائدة مُستقبلاً بعيداً عن المُبيدات، ومن ثمَّ فإنَّ ثقافة التوجُّه إلى الزراعة العضوية، والمكافحة الحيوية لا تزال شبه غائبة عن مُجتمع المنتجين، ومنه فسيبقى إنتاج العنب في السنوات القليلة القادمة مُعتمداً على استخدام هذه الكيماويات.

تُجرى عملية المُعاملة بالمُبيدات غالباً لأغراض مُتعددة وفي وقت واحد، فمن مُبيداتٍ وقائيَّة، إلى علاجيَّة، ومن مُلامِسة إلى جهازيَّة، ومن حشريَّة إلى فطريَّة وإلى عنكبيَّة. وهذا يجعل حساب تكلفة كلٍ منها مُنفصلاً عن البقية أمراً مُعقداً، إلى جانب عدم الحاجة لهذا التفصيل في هذه الدراسة، لذلك فقد جُمعت هذه البنود الفرعية تحت بند قيمة المُبيدات الحشريَّة والفطريَّة. وبلغ إجمالي المبالغ التي أنفقها المُنتجون ثمناً للمُبيدات الحشرية، والفطرية لعام 2008 ما يقارب 5284356 ل.س، أي 30000 ل.س/هكتار. وشُرح سابقاً كيف يمكن تدنيتها. وبلغ مُعدَّل الرشات في عينة الدراسة التي درسها (Correia,1999) في New York تسع رشات، وكلفتها 520 دولار/هكتار، وهو أقلُّ من مُعدَّل تكلفة المُبيدات في منطقة الدراسة.

6. قيمة مُبيدات الأعشاب والبذور

لم يجد البحث أنَّ جمع هذا البند مع تكاليف المُبيدات الحشرية والفطري أمراً مقبولاً، نظراً لأنَّ مُبيدات الأعشاب وبذورها تقع تحت تكاليف عمليات خدمة التربة، وليس تحت تكاليف الوقاية، والمكافحة، أي هي أقرب إلى عمليات الفلاحة، والركش، منها إلى عمليات الوقاية، والمكافحة. وقد بلغ إجمالي ما أنفقه أفراد عينة الدراسة عام 2008 عليها 201950 ل.س، وكانت لوحدة المساحة فكانت 1146.5 ل.س/هكتار.

7. أجور العمال

إنَّ العمل الأسري هو من سمات العمل الزراعي في البلدان النامية ومنها سورية، وهذا عائدٌ إلى جملة من الأسباب منها محدودية مساحات الحيازات الزراعية، وانخفاض مُعدَّل دخل الأسرة، وارتفاع البطالة في المناطق الزراعية. وهذا ما يدفع الكثير من الريفيين لإنشاء المشروعات الزراعية لإيجاد فرص العمل الكريم لأفراد أسرهم أولاً. وأيَّاً كانت الدوافع وراء العمل الأسري فهو لا يخرج عن كونه

أحد أشكال العمالة اليدوية التي تغيب البيانات الدقيقة عن مُعدَّلات أجور العاملين فيها، لذلك فقد قدَّر الباحث هذه الأجور على أساس ما أنفقه المنتجون الذين استخدموا العمالة المؤقتة المأجورة للعملية نفسها.

1) أجور عمال نثر الأسمدة العضوية

بلغ إجمالي ما أنفق أفراد عينة الدراسة 443197.5 ل.س في الموسم الواحد أجور عمال نثر أسمدة عضوية، لكنَّ إضافات الأسمدة العضوية ليست سنوية دوماً كما ذُكر سابقاً، لذلك لا بُدَّ لحساب ما يقع على عام 2008 من أجور عمال نثر الأسمدة العضوية، وجرى حسابها كما حساب تكاليف إضافة الأسمدة العضوية، فكانت 239084.3 ل.س/سنة، وكانت قيمتها لوحدة المساحة 1357 ل.س/هكتار/سنة.

2) أجور التقليم

دفع أفراد عينة الدراسة 1664344 ل.س أجوراً للعمال الذين قاموا بتقليم الكروم عام 2008، وترتب على وحدة المساحة من هذه التكاليف 9448 ل.س/هكتار/سنة، وكانت قيمة الانحراف المعياري لأجرة تقليم الهكتار الواحد من المزرعة 1914 ل.س، وهي قيمة مُنخفضة، وتوحي بأنَّ هناك شبه توافق بين المنتجين على مستوى محدد لأجور التقليم. لكنَّ أجور التقليم تبقى مُرتفعة مُقارنة بأجور العامل اليدوي أو بأجور العمالة الأسرية، ومردُّ ذلك إلى أنَّ عملية التقليم تُجرى بأيدي مهندسين أو عمال متخصصين، لذلك فإقامة الإرشاد الزراعي للدورات التدريبية للمزارعين يمكن أن يقلل من قيمة هذا البند.

3) أجور إزالة مخلفات التقليم

لم تعد بقايا التقليم تلقى على جوانب الطرقات أو يتم حرقها في كثير من بلدان العالم؛ بل بات يجري تدويرها، واستغلالها لإنتاج الأسمدة، أو الأعلاف، أو الوقود، أو إدخالها في الزراعة، أما في سورية فهي لا تزال تُشكِّل مُخلفاتٍ يدفع المنتج نقوداً لقاء إخراجها من كرمه. وقد بلغ إجمالي أجور العمال المُستخدمين لإزالة مخلفات التقليم 380079.5 ل.س، ولوحدة المساحة 2158 ل.س/هكتار/سنة.

4) أجور تربيط أفرع الإثمار

بلغ إجمالي المبلغ المُنفق لقاء تربيط الأفرع، والأجر المُقدَّر للعمالة الأسرية المُستخدمة تحت هذا البند 380554 ل.س، وبلغت قيمته لوحدة المساحة 2160 ل.س/هكتار/سنة.

5) أجور عمال رش المُبيدات الزراعية

بلغ إجمالي التكاليف 442550 ل.س، وبلغت قيمته لوحدة المساحة 2512 ل.س/هكتار/سنة.

6) أجور خف الأوراق الزائدة حول العناقيد، وفك تشابك العناقيد

بلغ إجمالي تكاليف خف الأوراق، وفك تشابك العناقيد 1089218 ل.س، وبلغت قيمتها لوحدة المساحة 6183 ل.س/هكتار/سنة، وبدت هذه القيمة بحدود ضعف ما كانت عليه عام 2003 (الناصير،2006)؛ ما دامت هذه العملية تضمن تحسين جودة العناقيد، فهذا يعني أنَّ اهتمام المزارعين بالعمليات الإنتاجية التي ترفع جودة عناقيد العنب قد ازداد بشدَّة.

7) أجور المهندسين المشرفين

بيَّن البحث -في موضع سابق- أنَّ المزارعين الذين اعتمدوا على مهندسين مشرفين كانوا أقل إنفاقاً على المُبيدات الزراعية، لكنَّهم كانوا قلة، فلم يستعن كثيرٌ من المزارعين بمهندسين مشرفين، لكنَّهم اعتمدوا على أصحاب المحال الزراعية كمشرفين غير مأجورين؛ بل كخدمة يؤديها أصحاب المحال

مُقابل شراء المزارع لمُستلزمات المزرعة من محالّهم. وكان إجمالي أجور المشرفين 744000 ل.س، وإذا جرى تقسيمه على وحدة المساحة من مساحة المزارع التي استخدمت مُشرفين فتكون قيمة الأجور 11230 ل.س/هكتار/سنة. أما وحدة المساحة من إجمالي المساحة فتكون 4224 ل.س/هكتار/سنة.

8) حساب أجرة العامل الدائم

كان عدد المزارعين الذين استخدموا عمالاً دائمين 24 مزارعاً، ودفعوها سنوياً لهؤلاء العاملين 2460000 ل.س/سنة، وبلغت الأجور الشهرية لهؤلاء العاملين205000 ل.س/الشهر، ومتوسط الأجر الذي تحملته وحدة مساحة إجمالي عينة الدراسة أجوراً للعمال الدائمين 13965 ل.س/هكتار/سنة.

9) أجور عمال جني المحصول وتحميله

سيُظهر البحث لاحقاً أنَّ العنب كان يُعبَّأ بصناديق بلاستيكية سعة 25 كغ، إلا في حالات قليلة كان يُعبَّأ العنب من الحقل مُباشرة بعبوات التصدير؛ لذلك تراوحت أجور التعبئة والتحميل بين 750-2000 ل.س/طن، وفي حالاتٍ قليلة ارتفعت حتى 3000 ل.س/طن، وبما أنَّ معيار التكاليف الذي اعتمده البحث هو وحدة المساحة، وليس وحدة الوزن؛ لذلك حُسب جداء هذا البيان بالإنتاجية، فكانت تكلفة القطاف والتحميل بين 20250-42000 ل.س/هكتار، وارتفعت حتى 81000 ل.س/هكتار في حالة التعبئة المُباشرة بعبوات التصدير. واستُخدمت هنا العلاقة (10)؛ لأنَّها تُعطي قيمة أجور الجني والتحميل، للمزارع غير المؤجرة للضامنين فقط؛ كون مالكي المزارع المُضمَّنة لا يتحملون أجور جني ثمارها. ولهذا لم تُستخدم العلاقة (11)؛ علماً بأنَّها أبسط من العلاقة المُستخدمة، وكان متوسط تكلفة قطاف الطن الواحد وتحميله من العنب الذي بيع في سوق الجملة هو 1547.7 ل.س/طن، وإجمالي هذه التكاليف لكامل الكمية التي بيعت في سوق الجُملة هو: 4071611.78 ل.س/سنة؛ ومنه تكون قيمة هذه التكاليف لوحدة المساحة من عينة الدراسة 23114.5 ل.س/هكتار/سنة.

العلاقة (10):أجور الجني من وحدة المساحة للعينة = (أجور الجني لوحدة الوزن × إجمالي الكمية) /المساحة.

العلاقة (11):أجور الجني من وحدة المساحة = أجرة جني وحدة الوزن × الإنتاجية.

أما أجور القطاف والتحميل في حالة البيع للوسطاء، فلم تحسب في هذا البند؛ كون المنتج لم يتحملها كاملة. لذلك أفرد لها حساب لاحق.

10) أجور تنزيل المُنتج في السوق

تجمع العمال الذين يتولون عمليات تفريغ الحمولة أو نقلها من شاحنة إلى أخرى نقابةٌ تنظِّم عملهم، وتقتطع أجورهم من فواتير البيع، وتُعادل هذه الأجور 100 ل.س/طن، يقوم وسيط سوق الهال بإضافتها على الفاتورة تحت بند أجور تنزيل حمولة. فيكون إجمالي هذه التكلفة لكامل الكمية 263075 ل.س، ولوحدة المساحة من عينة الدراسة 14.935 ل.س/هكتار/سنة.

11) أجور جني الأوراق الغضة، وتسويقها

جرى تقدير تكاليف جني الأوراق الغضة بما يعادل نصف ثمنها في السوق. وكان إجمالي قيمتها 961000 ل.س بالنسبة لإجمالي عينة الدراسة، لكن ما يلفت الانتباه أنَّ مزارعي ريف دمشق كانوا أكثر اهتماماً بهذا الموضوع من غيرهم؛ إذ كانت قيمة ما جناه الذين شملتهم الدراسة من مزارعي ريف دمشق 740000 ل.س، لذلك فقد كانت تكاليف جمع الأوراق الغضة 485000 ل.س، ومنه فيترتب على وحدة المساحة من هذه التكلفة 2753 ل.س/هكتار/سنة.

12) تكاليف قطاف، الحصرم (العنب غير الناضج) وتسويقه

يمكن حساب تكاليف قطاف، وتسويق الحصرم استناداً إلى تكاليف قطاف العنب كما في العلاقة (12)، وإن كان قطاف الحصرم يكون في كثير من الحالات نتيجة لعملية خف العناقيد الزائدة؛ ومن ثمَّ فتتقاطع تكلفته مع تكلفة خف الأوراق والعناقيد وفك تشابك العناقيد، إلا أنَّ هناك منتجين يقومون ببيع الحصرم؛ لما يلقاه من أسعار مقبولة في سوق الجملة، ونظراً لأنَّ بيعه يُجنِّبهم تكاليفَ إنتاجية زائدة كانت ستُنفق من أجل المحافظة عليه حتى ينضج عنباً، أو أنَّ مزارعهم تعاني نقص مياه الري فيكون تسويق الإنتاج حصرماً لتجنب جفاف الصيف.

العلاقة (12): كلفة قطاف طن واحد من الحصرم وتسويقه = (كلفة القطاف + أجرة التحميل) + قيمة العبوات + أجرة النقل للسوق+ أجرة التنزيل في السوق + عمولة تاجر العمولة.

$= (15000 \times 0.05) + 100 + 2500 + 2000 + 1547.7$

= 6897.7 ل.س/الطن تكلفة قطاف طن واحد من الحصرم وتسويقه. وبذلك تكون تكلفة قطاف إجمالي كمية الحصرم المقطوفة وتسويقه 5.2×6897.7= 35868.04 ل.س، وتكون قيمتها لوحدة المساحة 203.6 ل.س/هكتار/سنة.

13) تكاليف زراعة الترقيدات

مع انتشار حشرة الفيللوكسيرا في مناطق إنتاج العنب، عملت وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي على منع إنتاج الترقيدات، كونها تنقل عامل الإصابة من المزرعة المنتجة للغراس إن كانت مصابة، إلى المزارع التي سيتم زراعة الترقيدات فيها، إلاّ أنَّ هناك بعض المزارعين استمروا بإنتاج الترقيدات بحجة أنَّها لاستبدال أشجارٍ ضمن مزارعهم، وليست للبيع لمزارعين آخرين. وغالباً ما يجري استخدام الأكياس البلاستيكية الزراعية، أو الأوعية المعدنية المُستعملة، لزراعة هذه الغراس. ويُقدَّر المنتجون تكلفة إنتاج الترقيدة الواحدة بـ 40 ل.س. فيكون إجمالي تكلفتها 44800 ل.س. أي 254 ل.س/هكتار/سنة.

8. العمالة الميكانيكية أو الآلية

1) أجور الحراثة والركش

قدَّرت وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي في برنامج تكاليف إنتاج العنب في حمص أجرة حراثة الهكتار الواحد حراثةً متوسطة العمق بـ 1100 ل.س، لكنَّ هذا التقدير كان قبل ارتفاع أسعار المحروقات، وبارتفاعها تضاعفت تقريباً تكاليف الفلاحة بشكلٍ عام؛ أي إنَّها أصبحت بحدود 2200 ل.س/هكتار. فتكون تكلفتها لإجمالي مساحة عينة الدراسة 2015090 ل.س/سنة، ومتوسطها 11440 ل.س/هكتار/سنة.

أما عملية العزيق، أو الركش الآلي فقد اختلفت أهميتها في نظر المزارعين فلم يجرِ 19 مزارعاً منهم هذه العملية مُطلقاً، وكانت مساحة كروم هؤلاء 31.2 هكتاراً من إجمالي مساحة عينة الدراسة، أما الباقين فقد تراوحت مرات إجرائهم لهذه العملية بين 1-4 مرات، وكان مُعدل إجرائهم لهذه العملية 1.34 مرة/سنة. ويُقدِّر المنتجون تكلفة العزيق بـ 4000 ل.س/هكتار، للمرة الواحدة فتكون 704600 ل.س/سنة لإجمالي عينة الدراسة، و4000 ل.س/هكتار/سنة لوحدة المساحة من عينة الدراسة.

2) أجور عمالة ميكانيكية لرش المُبيدات الحشرية والفطرية

شرح البحث في موضع سابق عدد مرات المكافحة لمزارع عينة الدراسة، ويُقدِّر المنتجون أجرة رش خزان مُبيدات واحد سعة متر مُكعب ماء بـ 500 ل.س. ويكفي الخزان الواحد عادةً لمُعاملة 0.7 هكتاراً من المزرعة بالمُبيد، ومن ثمَّ فالمبالغ المُنفقة كتكاليف رش مُبيدات تعادل 1174929 ل.س/سنة لإجمالي عينة الدراسة. أما لوحدة المساحة فهي تُعادل 6670 ل.س/هكتار/سنة.

3) تكلفة نقل المنتج إلى السوق

تبلغ أجرة نقل الطن الواحد من العنب إلى السوق 2500 ل.س عادةً، لكنَّها تزيد بالنسبة للمزارع البعيدة عن السوق، وتنخفض هذه الأجرة بالنسبة للمناطق القريبة من السوق كما في منطقة دوما. ويخصمها تاجر العُمولة من قيمة الفاتورة مُباشرة، ويسلّمها للسائق. ولما كانت الكمية التي سوَّقها المنتجون عبر سوق الجملة بلغت 2630750 كغ، فإنَّ تكلفة نقلها إلى السوق تبلغ 6576875 ل.س، ومنه تكون التكلفة المترتبة على وحدة المساحة من هذا البند هي: 37336.8 ل.س/هكتار/سنة.

9. النفقات النثرية

أضاف البحث إلى إجمالي النفقات نفقاتٍ نثريةً بما يُعادل 5% من قيمة العمليات والمستلزمات، استناداً إلى برنامج التكاليف الذي اعتمدته وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي. وبلغ إجمالي قيمة العمليات والمستلزمات لكامل مساحة عينة الدراسة 62360729 ل.س، ومنه فالنفقات النثرية المترتبة عليها هي 3118036 ل.س/سنة. وبذلك فقد بلغت قيمة العمليات والمستلزمات لوحدة المساحة 354020.6 ل.س/هكتار/سنة، وتكون قيمة النفقات النثرية 17701 ل.س/هكتار/سنة.

10. قيمة العبوات

تُستخدم لتعبئة العنب المبيع لسوق الجُملة عبوات بلاستيكية مُستعملة، تختلف أسعارها تبعاً للعرض والطلب، وتبعاً لتغيُّر أسعار العبوات الجديدة، وهذه تتغيَّر وفقاً لتغيُّر أسعار البترول، ويبلغ مُتوسط سعر العبوة البلاستيكية المُستعملة مُسبّقاً ذات سعة 25 كغ 50 ل.س. وبما أنَّ الكميَّة المُعبَّأة بها إلى سوق الجُملة من قبل المنتجين كانت 2630750 كغ: فيكون عدد العبوات المستخدمة 105230 عبوة، ويكون إجمالي قيمتها 5261500 ل.س. وهذا يعني أنَّه يترتب على وحدة المساحة 29869.4 ل.س/هكتار/سنة.

11. عمولة وسيط سوق الجملة

يُرسِل المُنتِج حمولة العِنَب إلى سوق الجملة غالباً مع سائق مأجور، وعندها يتولى وسيط سوق الجُملة عملية بيع المُنتج اعتباراً من لحظة دخول الحمولة إلى السوق، ويضمن تحصيل الثمن من المشتري، لقاء عمولةٍ محددةٍ يخصمها الوسيط من إجمالي قيمة الفاتورة بنسبة 5 % منها، لكنَّها قد ترتفع إلى 7% من قيمة الحمولة في حال كان الوسيط قد موَّل المُنتِج خلال موسم الإنتاج. ولما كان إجمالي قيمة العنب الذي باعه المنتجون في سوق الجملة بلغ 77694250 ل.س، فتكون العمولة 3884713 ل.س، ولوحدة المساحة 22053.4 ل.س/هكتار/سنة.

12. التكاليف المُرافقة لعملية البيع للوسطاء

باع المنتجون 238000 كغ عِنَباً للضامنين الذين أدّوا دور وسطاء في المسار التسويقي، وكان إجمالي قيمة هذه الأعناب 8339000 ل.س؛ أي إنَّ متوسط السعر كان 35.04 ل.س/كغ. لكنَّ الضامنون تحمَّلوا أغلب هذه التكاليف واقتصرت التكلفة التي وقعت على عاتق المنتجين من هذا البند على 88992.8

ل.س؛ أي إنَّ ما يترتب على وحدة المساحة من هذه التكاليف بلغ 505 ل.س/هكتار/سنة. وقد أُهملت قيمة العبوات عبر هذا المسلك كون الوسيط يتحملها عادة، ونادراً ما يتحملها المُنتِّج.

13. التكلفة المُرافقة لعملية البيع للمُصدِّر مباشرة

لم يكن مسلك البيع المباشر للمُصدِّرين مطروقاً سوى من 17.9% من المنتجين، إذ باعوا 141 طن عنب، بلغت قيمتها 5412500 ل.س؛ أي إنَّ متوسط السعر 38.52 ل.س/كغ. لكنَّ هذا السعر لم يكن مُعبِّراً عن السعر الفعلي الذي حصل عليه المُنتِج؛ كون المُصدِّر يُجري حسماً يُعادل 10% من الكمية؛ أي تنخفض القيمة بالنسبة نفسها؛ من ثمَّ فالسعر الحقيقي هو 34.67 ل.س/كغ، والقيمة التي حصلوا عليها هي 4871250 ل.س. وقد وقعت جميع التكاليف التسويقية في حال التسويق عبر هذا المسلك على كاهل المنتج، لكنَّه وفَّر عمولة الوسيط، الذي لم يعد يمر عبره، وقيمة العبوات التي أصبحت تُعاد إليه بعد تفريغها، إن كان عبأ العنب بعبوات كبيرة، أما إذا عبأه بعبوات صغيرة، فإنَّ المُصدِّر هو من يجلب إليه هذه العبوات، مُرفقة غالباً بقصاصات ورقية تحمل بيانات تعريفية بالمُصدِّر. أي إنَّ التكاليف التي رافقت هذا المسلك كانت كما في العلاقة (13)؛ إذ بلغت قيمتها لإجمالي المساحة التي شملتها عينة الدراسة 570725.7 ل.س، وكانت قيمتها لوحدة المساحة 3240 ل.س/هكتار/سنة.

العلاقة (13):

التكاليف المرافقة للبيع مباشرة إلى المُصدِّرين = الكمية المبيعة مباشرة للمُصدِّرين (تكاليف نقل وتحميل وحدة الوزن + تكاليف نقل وحدة الوزن إلى المشغل).

14. الفوائد السنوية لقيمة المستلزمات

قدَّرت وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي في برامج تكاليف العنب فائدة رأس المال للمستلزمات لسنوات ما قبل الإثمار بـ 6 %، وفائدة رأس المال للمستلزمات لسنوات الإثمار بـ 4.5 %. في حين أنَّ (Ernst, 2002) قدَّرها على أساس معدَّل فائدة 9%، وقدَّرها (Kadir *et al* , 2004) على أساس 6% على كل المستلزمات باستثناء الآلات والمحركات؛ إذ قدروها بـ 10% سنوياً. ويمكن حسابها من العلاقة (14) التي تشير إلى قانون حساب الفائدة المركبة.

العلاقة (14): $م = ح (1+ ع)^{س}$

حيث تُشير (م) إلى القيمة المُستقبلية للنقود، كما تُشير (ح) إلى القيمة الحالية للنقود، وتشير (ع) إلى مُعدَّل الفائدة، و(س) إلى عدد السنوات، وقيمة الفائدة المركبة (ف = م – ح).

بيَّنت دراسة عينة الدراسة أنَّ متوسط عمر المزرعة كان 20.7 سنة عام 2008؛ أي تُحسب الفوائد السنوية عند السنة الخامسة عشرة من عمر المزرعة، منها 5 سنوات قبل الإثمار، و15 سنة مُثمرة.

وبلغ إجمالي التكاليف الثابتة المُنفقة عند الإنشاء لكل مزارع عينة الدراسة بعد تعديل تكاليف الإنشاء للمزارع القديمة بموجب تكاليف إنشاء المزارع الحديثة 104822109 ل.س، فتكون الفائدة المركبة لسنوات ما قبل الإثمار 35453518 ل.س. تتحمل السنة المُنتجة الواحدة من هذه القيمة ما نسبته 25/1 أي: 1418140.7 ل.س/ السنة، ولوحدة المساحة 8050.8 ل.س/هكتار/سنة.

15. إجمالي تكاليف التسميد

إنَّ إجمالي تكاليف التسميد هو قيمة مجموع الأسمدة العضوية والأساسية والمركزة المضافة، إلى جانب تكاليف إضافتها إلى التربة، وقد بلغت لإجمالي مساحة عينة الدراسة 9175301.2 ل.س؛ أي 52088 ل.س/هكتار/سنة. وشكَّلت تكاليف التسميد 13.65% من إجمالي التكاليف المُتغيِّرة، فهي إما أُضيفت بكميات كبيرة، أو أنَّ أسعارها مرتفعة فوق المُعدَّلات العالمية.

16. إجمالي تكاليف المكافحة

تختلف تكاليف المكافحة من موسم إلى آخر بحسب الظروف الجوية لكل موسم، ومدى انتشار الآفات، ويُفترض مُعاملة الكرم بالمُبيدات 7-8 مرات خلال الموسم الواحد (GWRCD, 2002).

وتتضمن تكاليف المكافحة قيمة المُبيدات الزراعية الحشرية والفطرية، وتكلفة العمالة اليدوية الميكانيكية لرش هذه المُبيدات، وبلغت 6901909.3 ل.س/سنة لإجمالي مساحة عينة الدراسة؛ أي نحو 39182 ل.س/هكتار/سنة. لكن يلفت الانتباه أنَّ نسبة تكاليف المكافحة إلى إجمالي التكاليف في هذا البرنامج كانت أعلى بكثير من نسبتها في برنامج (Livingston, 1998) في California على الرغم من أنَّ "كاليفورنيا" منطقة مطيرة وذات رطوبة جوية مُرتفعة، وهذه شروط مثالية لنمو الحشرات والفطريات. وبالنتيجة فإنَّ استخدام المُبيدات في منطقة الدراسة أعلى من استخدامها في منطقة البرنامج المقارن.

17. إجمالي تكاليف القطاف والتسويق

يتضمن هذا البند تكاليف القطاف، والفرز، والتدريج، والتعبئة، وقيمة العبوات، وأجور التحميل، والنقل، والتنزيل، وعمولة تاجر العمولة، والحسم الذي يقتطعه المُصدِّر، وقد بلغت 21238265 ل.س/سنة لإجمالي مساحة عينة الدراسة، أما لوحدة المساحة فكانت قيمتها 120569.2 ل.س/هكتار.

18. تكاليف العمالة اليدوية

لم يكن يسيراً الفصل بين تكاليف العمالة الأسريَّة، والعمالة المؤقَّتة في حين كان للعمالة الدائمة أجراً شهرياً حسبت تكلفتها على أساسه، كما كان للمهندسين المشرفين أجراً شهرياً مُحدداً أيضاً، وكان مُعدَّل تكلفة اليد العاملة سنوياً 62451.3 ل.س/هكتار/سنة، وكانت قيمته لإجمالي المساحة 11000796.5 ل.س/سنة. وقد كانت أهمية تكاليف العمالة اليدوية قريبة لما كانت عليه في برنامج (Brown, 2003)، ومنه فإمكانية التحول الفعلي إلى العمالة الميكانيكية أمر غير ممكن، أو أنَّ هناك تحوُّلاً جزئياً نحو العمالة الميكانيكية في البلدان المُتقدمة.

بعد تفصيل بنود التكاليف المُتغيِّرة، وحساب قيمة كلٍ منها، وتحليل هذه القيم، جرى جمع هذه البيانات في جدول واحد ليُصار إلى المُقارنة بينها، وحساب النسب المئوية لها، وتحديد نقاط ضعفها الملحق (27). إذ تبيَّن منها أنَّ تكاليف المحروقات كانت هي البند الأعلى في قائمة التكاليف، وشكَّلت 15% من إجمالي التكاليف، في حين شكَّلت 19.2% من التكاليف المُتغيِّرة الملحق (28). وهذا يعكس الدور الكبير الذي أدته سياسة رفع الدعم عن المحروقات في إنتاج عنب المائدة، كما سيبيِّن البحث في موضع لاحق منه.

وتختلف التكاليف المُتغيِّرة بحسب اختلاف مُعدَّلات الإنتاجيَّة؛ فالإنتاجيَّة العالية هي نتيجة لعمليات خدمة وتسميد عالية سابق، وهي تحتاج إلى تكاليف أعلى أثناء وجود المحصول على الأشجار سواء أكانت تكاليف تسميد أم مكافحة، للمحافظة على جودة الثمار الكثيرة، وحجم حبات العناقيد (Bordelon, 2001). وقد بلغت التكاليف المُتغيِّرة المُنفَقة على وحدة المساحة في عينة الدراسة التي أجراها (White and Shaffer, 2003) 1280 دولار/أيكر؛أي نحو 136580 ل.س/هكتار، لكنَّهما لم يُدخلا ضمن هذا البيان التكاليف التسويقية؛ بل كان مُقتصراً على التكاليف الإنتاجية المُتغيِّرة. أما (Krueger and Stone, 2001) فقد وضعا نموذجاً للتكاليف المُتغيِّرة في مزارع Indiana وضمَّناه حساباً للقيمة الحالية للنقود، ومعياراً لقياس تقلبات الأسعار، وتغيُّر مُستويات التمويل.

أحد عشر- إيرادات مزارع عِنَب المائدة في جنوب سورية.

1. إيراد المزروعات التكثيفية

زرعت هذه المحاصيل على الغالب في سنوات ما قبل الإثمار، كما أنهَّا تنوعت؛ لذلك لم يكن من المنطقي سؤال المنتج عن الأرباح التي جناها لقاء زراعتها، كما لم يكن مقبولاً إسقاطها من حساب الإيرادات، خصوصاً كون إيرادها كان يأتي في سنوات ما قبل الإثمار؛ أي كان يقلل أثر التكاليف في سنواتٍ غير مُنتجة. لذلك عدَّ البحث صافي الأرباح التي حصل عليها المُنتجون من هذه المحاصيل يُعادل أجور الأرض لعام زراعتها فقط؛ أي 10000 ل.س/هكتار. وبجداء مساحة المزرعة بعدد مرات زراعة المحاصيل التكثيفية وبصافي أرباح وحدة المساحة من الزراعة التكثيفية ينتج إجمالي ما جناه المزارعون من هذه الزراعة، وقد بلغ 3557000 ل.س، وبقسمته على العمر التقديري للكروم يكون الناتج هو ما عاد على السنة الواحدة من أرباح الزراعة التكثيفية وهو 118566.7 ل.س/سنة، وللوصول إلى ما يعود على وحدة المساحة منه نقسم الناتج على المساحة الإجمالية للعينة فيكون 673 ل.س/هكتار/سنة.

2. إيراد جمع الأوراق الغضة

كان إجمالي قيمة الأوراق الغضة التي جمعها المنتجون 961000 ل.س، وكانت قيمتها لوحدة المساحة من عينة الدراسة 5455.6 ل.س/هكتار/سنة.

3. إيراد بيع الحصرم

بلغ إجمالي ما أضافه بيع الحصرم إلى الواردات 78000 ل.س، أي إنَّ الإيراد الذي حققه الهكتار الواحد من إجمالي مساحة عينة الدراسة بسبب بيع الحصرم كان 443 ل.س/هكتار/سنة فقط.

4. إيراد إنتاج الترقيدات

زرع أفراد عينة الدراسة 1150 ترقيدة على أشجار مزارعهم عام 2008، وكان متوسط قيمة الترقيدة الواحدة 97.8 ل.س، وبلغ إجمالي المبلغ الذي جنوه منها 112500 ل.س، وبذلك فقد كان العائد على وحدة المساحة من زراعة الترقيدات هو 638.7 ل.س/هكتار/سنة.

5. إيراد الضمان

أجَّر المنتجون أفراد عينة الدراسة 25 مزرعة للضامنين وبلغت مساحتها 6625 هكتاراً، وكان إجمالي القيمة الاسمية لمبلغ الضمان الذي جرى الاتفاق عليه مع الضامنين 25850000 ل.س، لكنَّ القيمة التي حصل عليها المنتجون 24825000 ل.س فقط؛ هو ما يعادل 96% من إجمالي القيمة الاسمية

لمبلغ الضمان، أي إنَّ متوسط القيمة الاسمية لضمان الهكتار الواحد كان 401655 ل.س/هكتار، لكن القيمة الفعلية لها كانت 386008 ل.س/هكتار. ولحساب العائد على وحدة المساحة من قيمة الضمان جرى قسمة القيمة الفعلية للضمان على المساحة الإجمالية فكانت النتيجة 140930 ل.س/هكتار/سنة.

6. إيراد المبيعات لسوق الجملة

بلغت كمية العنب التي باعها المنتجون الذين شملتهم الدراسة في سوق الجملة 2630750 كغ، وكانت قيمتها 77694250 ل.س، أي إنَّ العائد منها على وحدة المساحة كان 44106.9 ل.س، كما إنَّ متوسط السعر الذي حصل عليه المنتجون عبر هذا المسلك كان 29.53 ل.س/كغ.

7. إيراد المبيعات للوسطاء

اشترى الضامنون من المنتجين 213850 كغ عنباً، وبلغت قيمتها 7472500 ل.س، ومتوسط سعر وحدتها 34.94 ل.س/كغ؛ أي إنَّ العائد منها على وحدة المساحة كان 42421 ل.س/هكتار/سنة.

8. إيراد المبيعات للمُصدِّرين مُباشرة

تجاوز بعض المُنتجين عدة مسالك تسويقية، وانتقلوا مُباشرة إلى المُصدِّر، وباعوه 152500 طن عنب بقيمة 5557000 ل.س، وبمتوسط سعر بلغ 36.44 ل.س/كغ، وكان ما عاد على وحدة المساحة لقاء بيع العنب إلى المُصدِّر مُباشرة هو 31547 ل.س/هكتار/سنة. ويمكن من خلال الجدول (3) مقارنة أهمية كل مصدر من مصادر الإيرادات لوحدة المساحة من كروم العنب التي شملتها الدراسة.

الجدول (3): متوسط إيرادات هكتار واحد من كروم عنب المائدة في جنوب سورية.

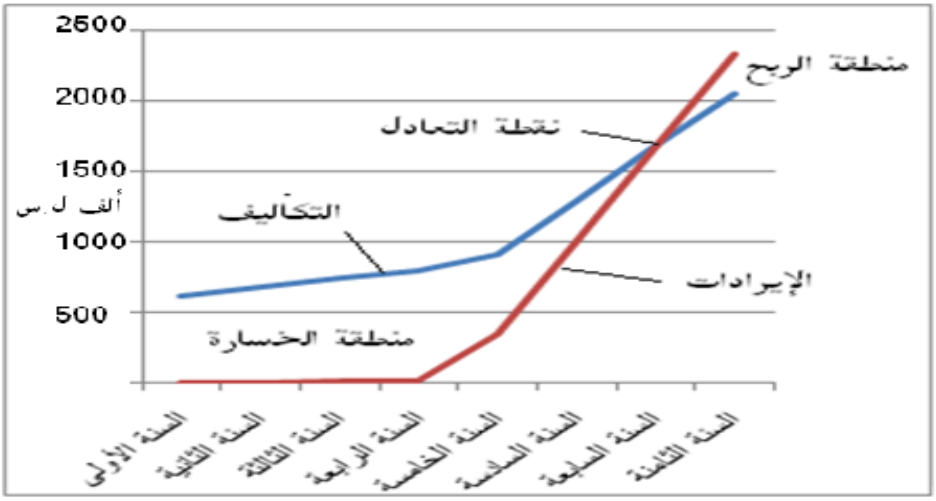
البيان	القيمة ل.س	النسبة المئوية
البيع لسوق الجملة	441069	66.6
تأجير لضامنين	140930	21.3
بيع لوسطاء أو ضامنين	42411	6.4
بيع للمصدرين	31547	4.8
قطف أوراق غضة	5455.6	0.8
زراعة تكثيفية	673	0.1
ترقيدات	638.7	0.1
مجموع الإيرادات	662724.3	100.0

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

إثنا عشر- دراسة مخطط النفقات، والإيرادات السنوية، وتحديد عمر الاسترداد

يحتاج تأسيس كروم عنب المائدة إلى تكاليف كبيرة جداً، مقارنة ببقية مشاريع زراعة الأشجار المُثمرة؛ ويصل حجم الاستثمار المطلوب لزراعة وحدة المساحة بالكروم إلى 3527.5 ل.س/هكتار بحسب دراسة (Ernst, 2002) في جامعة Cornell، وهو أقل بكثير من نظيره في منطقة الدراسة. ويبدو أنَّ الاختلاف الأساسي لكروم عنب المائدة عن بقية الأشجار المُثمرة المزروعة في المنطقة هو الحاجة لإشادة التعريشة. ثم توالت التكاليف المُتغيِّرة لسنوات ما قبل الإثمار بالتراكم، حتى نهاية السنة الخامسة، في حين بدأت بالتناقص اعتباراً من بداية السنة السادسة، واستمرَّ هذا التناقص حتى الوصول إلى نقطة التعادل، في السنة السابعة من عمر المشروع؛ إذ أصبحت إيرادات المزرعة تساوي المبالغ التي

أنفقت فيها الملحق (29). في حين أنَّ المزارع المدروسة ببرنامج (Brown, 2003) لم تسترد تكاليفها إلا في السنة الحادية عشرة من عمر المشروع، أما المزارع المدروسة في برنامج (Strage *et al*, 2002) في جامعة Kentucky استردت تكاليفها في السنة الثامنة من عمر المشروع. وهذا يعني أنَّ الإنتاجية المُرتفعة استطاعت أن توصل المشروع إلى نقطة التعادل سريعاً، على الرغم من ارتفاع تكاليف مزارع منطقة الدراسة، إلا. وتظهر هذه النقطة جليةً في الشكل (25).



الشكل (25): مدرج النفقات والإيرادات السنوية لهكتار واحد من مساحة المزارع التي شملتها عينة الدراسة.
المصدر: بيانات عينة الدراسة.

لكن مسألة عمر المزرعة عند دخول طور الإثمار لا تشكّل كبير أهمية لمزارع عينة الدراسة على الرغم من أهميتها الكبيرة؛ كون هذه المزارع قديمة، وزراعة الكروم الجديدة أمر بات قليلاً جداً؛ أي إنّ التكاليف الثابتة وأقساطها السنوية باتت أمراً محسوماً. لذلك فمن الأهم التركيز على العوامل التي من شأنها تدنية التكاليف المُتغيِّرة للكروم القائمة، وهنا يرى البحث أنَّ ترشيد الري واستخدام تقنيات ريٍ حديثة، والإدارة العلمية لعملية الوقاية والمكافحة، إلى جانب التسميد بناءً على نتائج تحليل التربة والتركيز على الأسمدة العضوية والتسميد الأخضر كلها عوامل من شأنها تدنية التكاليف على الرغم من أنَّها لا تؤثر سلباً في كمية العنب المنتج وجودته، إن لم تؤثر فيه إيجاباً خصوصاً لناحية الجودة.

الفصل الخامس
السوق الداخلية لعِنَب المائدة

أولاً- العمليات التسويقية

يتميز الإنتاج الزراعي في سورية بضعف كفاءة عمليات ما بعد الحصاد، ووجود العديد من الصعوبات في مجال التسويق الداخلي والخارجي، وفي تأمين مستلزمات الإنتاج الزراعي (هيئة تخطيط الدولة، 2006)

لا تزال العمليات التسويقية التي تُجرى على المنتجات الزراعية عامة، وعلى العِنَب بخاصة تقليدية، وتفتقر إلى الخبرة، كما تعجز في كثير من الحالات عن إرضاء أذواق المُستهلكين، وتعكس بدائيتها حالة من ضعف الاتصال بين المُنتِجين والمُستهلكين النهائيين.

وكلما كانت العمليات التسويقية أضعف نقصت القيمة المُضافة التي يحققها التسويق، والعكس صحيح؛ إذ يُعوَّل في أغلب بلدان العالم على التسويق الفعَّال للمُنتجات الزراعية؛ لخلق هذه القيمة المُضافة، ولتوسيع الأسواق القائمة، واختراق أسواق جديدة.

هناك بعض العمليات التسويقية التي تسبق القطاف، وهذه تُعدُّ عمليات هامَّة للغاية، وتستوجب لتحقيق نجاحها، أن يجري تواصل بين المُنتِجين والمُصدِّرين. وتؤثر عمليات ما قبل الحصاد في لون الحبات، وتعمل العمليات غير المدروسة بدقة على خفض قيمة المُنتَج، وخفض نسب السكريات والأحماض العضوية في الثمار (Signes, 2007). وقبل الحديث عن أي عملياتٍ تسويقية لعِنَب المائدة يجب مراعاة تحقق فترة أمان استخدام المُبيدات الزراعية، وبيَّنت الملاحظة أنَّ هذه النقطة لا تؤخذ بالحسبان في منطقة الدراسة، ومن ثمَّ فالأثر المُتبقي للمُبيدات يكون كبيراً، ويمكن إدارة هذه العملية من خلال توعية المنتجين إلى أهمية مراعاة هذه النقطة، وإرشادهم إلى استخدام مُبيدات 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:

1. العمليات التسويقية التي تجرى داخل المزرعة

1) القطاف

يُفضَّل أن يجري القِطاف في الصباح الباكر حيث الرطوبة الجوية المُرتفعة والحرارة المُنخفضة، وهذا يجعل العناقيد تُحافظ على نضارتها لفترة أطول، لكنَّ طبيعة سوق الجُملة الذي يجري فيه تداول المُنتج في الصباح الباكر تحول دون هذه العملية، ويضطر المزارعون إلى القطاف قُبيل المساء؛ لكي يتسنى لهم نقل العنب إلى السوق في الصباح التالي، لكنَّه عندها يكون قد فقد كثيراً من نظارته، خصوصاً في حالة غياب عملية التبريد الأولي التي تُجرى قبل نقل العنب إلى السوق غياباً تاماً في منطقة الدراسة.

ويجري قطاف عناقيد العنب على عدة مرات بحسب نضج كل فئة من العناقيد، إذ لا تنضج عناقيد العنب في وقتٍ 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 (World Bank Horticulture and Livestock Program, 2010).

2) إزالة الحبات التالفة والمعطوبة

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

3) الفرز والتدريج

تستند المواصفات والمقاييس المُعتمدة في كثير من البلدان على حجم الحبات لكل صنف من أصناف عنب المائدة، إضافة على مجموعة مؤشرات أخرى لتحديد الدرجة التي تقع تحتها الأعناب المُراد إدخالها إلى كلٍ من هذه البلدان، ويمكن تحديد أقطار هذه الحبات استناداً إلى أحد مقياسين: الفرجار Caliper، 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، هذا ليس مقياساً وحيداً طبعاً؛ بل يجب أن تكون جميع شروط الاختبارات الأخرى مُحققة.

4) التعبئة الحقلية

تبدو عملية التعبئة الحقلية غريبة في كثير من الدراسات التي تبحث في تعبئة العنب في البلدان المتقدمة، في حين أنَّها لا تزال أساسية في سورية، ولا يزال المنتجون بعيدين عن اعتماد التعبئة المباشرة في العبوات التصديرية، كما أنَّ العبوات التي تجري تعبئة العنب فيها هي عبواتٌ بلاستيكية مُستعملة غالباً، وذات سعة كبيرة جداً سعة 25 كغ، وتدعى هذه الصناديق بالصناديق الحقلية، وهذا يؤثر سلباً في الأعناب التي سيتم إعادة تعبئتها لغرض التصدير، كما أنَّه يتسبب في تراص العناقيد الموجودة في قعر الصناديق، وتراجع جودتها، ومن العوامل التي تحول دون إقلاع المنتجين عن استخدام هذه الصناديق:

أ- تُعدُّ هذه الصناديق شائعة عند البيع لسوق الجُملة، ويستغرب الوسطاء والتجار قدوم أعناب إلى ساحة البيع مُعبَّأة بصناديق ذات أحجام أقل، وقلَّما تلقى هذه قبولاً من التجار المشترين، وتغيير هذه الثقافة يحتاج إلى وقت، وإن كان هناك تحوُّلٌ مقبولٌ من المنتجين إلى تعبئة كمياتٍ من إنتاجهم في صناديق بلاستيكية أقل حجماً سعة 15 كغ، تدعى بالصناديق نصف الحقلية.

ب-يرغب المنتجون بتعبئة الأعناب في صناديق حقلية كون ارتفاعها كبير، ويسمح بوضع أعناب أقل جودة في قعرها، أكثر مما تسمح بذلك الصناديق قليلة الارتفاع، لكنَّ هذا أضعف ثقة المستهلكين بالمنتجين وخفض مستوى السعر، وحال دون السعي الدؤوب من المنتج إلى تحسين جودة إنتاجه.

ج-تَوَفُّرُ هذه الصناديق ورخص أسعارها، إذا نُسبت هذه الأسعار إلى الكميَّات التي تتسع لها هذه الصناديق مقارنة بأسعار الصناديق الأصغر حجماً، مما يجعل المنتج يتَّجه نحوها لتقليل التكاليف التسويقية، خصوصاً في حالات انخفاض الأسعار.

د- اعتاد المُصدِّرون على أن يشتروا العنب بهذه الصناديق، ويعيدوا تدريجه وتعبئته في مشاغلهم، بعبواتٍ تصديرية، ويعيدوا الصناديق إلى المُنتجين ليقوموا بتعبئتها ثانية.

وتؤثر أحجام العبوات وأنواع موادها الأولية بطول عمر الرف، فكلما ازدادت أحجام الصناديق وارتفاعاتها قل عمر الرف، كما أنَّ الصناديق ذات الفتحات الواسعة تسمح بجفاف العناقيد جفافاً أسرع، في حين أن الصناديق شبه المغلقة تسرِّع انتشار الفطريات المُمرضة، وتؤخر تغلغل غاز ثاني أكسيد الكبريت إلى الفجوات بين الحبات، في حال استخدم هذا الغاز لحماية العناقيد من الإصابة بالفطريات. كما أنَّ العبوات الكرتونية أقل مقاومة لظروف التخزين غير الملائمة، ولا تتحمل الرطوبة العالية، في حين أنَّ عبوات الستيريوبور تصلح أكثر من الكرتونية لمقاومة الرطوبة وللتخزين الطويل، لكنَّ الدول المتقدمة تنظر إليها على أنَّها تخلق مُشكلة بيئية، وتراها نفاياتٍ صعبة التدوير.

ويُشترط عند التعبئة ألا تصل الأعناب إلى قمة الصندوق؛ بل يُترك 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.

ويراعى في التعبئة أن يكون حامل العنقود باتجاه الأعلى في أغلب الأحيان، خصوصاً إذا كانت هذه الأعناب مُعدة للبيع للمُصدِّرين، حيث يسهِّل إبقاء الحامل باتجاه الأعلى عملية إعادة التعبئة. وفي حالاتٍ نادرة تجري عملية تعبئة الصف الأعلى من عناقيد العنب بصورة مقلوبة؛ أي يكون العنقود مقلوباً، ويكون حامله للأسفل، وهذه الحالة تتوافق مع التعبئة في الصناديق المتوسطة المُعدَّة للسوق المحلية فتعطي العبوات منظراً جمالياً، لكن يترتب على تفريغ الصندوق انفراط بعض الحبات.

2. العمليات التسويقية التي تجرى خارج المزرعة

1) النقل

يراعى عند نقل حمولات الأعناب إلى الأسواق أن تكون مغطاة جيداً، لأنَّ تركها مُعرَّضة لأشعة الشمس، وللهواء يتسبب في ذبولها. لكنَّ النقل في أغلب بلدان العالم يجري باستخدام شاحناتٍ مبردة، ولا تزال هذه غائبة عن نقل المنتج الزراعي في سورية، ويمكن الاستفادة هنا من الأسطول الضخم الذي تمتلكه المؤسسة العامة للخزن والتسويق عبر تعاقد المُنتجين معها لنقل مُنتَجهم إلى الأسواق، وهذا من شأنه أن يُحدث أثراً إيجابياً مُزدوجاً؛ إذ يُحسِّن مستوى العمليات التسويقية، ويُفعِّل أداء المؤسسة العامة للخزن والتسويق.

2) التعبئة والتغليف

تمنع كثير من البلدان دخول الأعناب في عبواتٍ غير مغلَّفة إلى أراضيها، أو في عبوات بدون أغطية، أما في السوق السورية فإنَ 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 يُفرض من خلال المواصفات والمقاييس المطلوبة في السوق المحلية.

3) المُعاملة بغاز ثاني أكسيد الكبريت

هذه العملية هي إحدى العمليات التسويقية التي تسهم في إطالة عمر الرف، وسيتم تفصيل أهميتها في مكانٍ لاحق من البحث، وعلى العموم فهي غائبة تماماً في منطقة الدراسة، وهي من بين العمليات التي لا يرى المنتج ضرورة لإجرائها لأن نتائجها لا تظهر إلا بعد بيع العنب بفترة، ولاعتماد هذه العملية يجب إحداث تواصل بين المنتجين والحلقات التسويقية والمُصدَّرين بشكلٍ أساسي عبر تنظيماتهم، وتوعية المنتجين إلى أهمية هذه العملية وأخذها بالحسبان عند تداول العنب بين الوسطاء في الأسواق.

4) وضع العلامات التجارية

بدأت ثقافة الاسم التجاري للمنتجات الزراعية الداخلة إلى السوق في الانتشار في السوق السورية انتشاراً مقبولاً، وهذه العملية تعدُّ أساسية، إذ إنَّها تفعِّل عمل الرقابة على المُنتجات الزراعية، وتمكِّن من معرفة المُنتج، وتخلق مجالاً واسعاً للمنافسة بين المنتجين عبر الانطباع الذي يتولد لدى الوسطاء بشأن جودة الإنتاج المترافق مع وضع العلامات على المنتج. وأيَّاً كان فإنَّ هذه العملية تتفق غالباً مع حالة

المزارع الكبيرة والإنتاج الوفير والجيد. لكنَّها تُفرض فرضاً من خلال المواصفات والمقاييس الضرورية لدخول الأسواق في كثير من البلدان، ويرى البحث أن تُفرض هذه العملية من خلال المواصفات والمقاييس السورية لتنظيم دخول المنتجات الزراعية إلى الأسواق بعامة، وليس لحالة العنب وحده.

وبات حمل علامة "الباركود" Barcode إلزامياً في أغلب بلدان العالم، فهي تُشير مُباشرة إلى بلد المُنتَج، والعلامات التعريفية به، لكنَّها لا تزال غائبة عن المنتجات الزراعية السورية، ويبدو استخدامها بعيداً ما بقيت العمليات التسويقية التقليدية شائعة، ويحتاج تبنيها إلى قرارات حكومية.

5) التبريد

إن التبريد الأولي من أهم العمليات التسويقية التي يجب أن يتم إجراؤها قبل نقل العنب إلى الأسواق، لأنَّها تكبح تنفس الثمار، وتساعد على التقليل من نتح الماء منها، فتحافظ عليها نَضِرَةً لوقت أطول، ويحتاج تنفيذها إلى غرف تبريد حقلية وهي غائبة في منطقة الدراسة، ويحول دونها صِغر مزارع المنطقة، إذ لا تتفق المزارع الصغيرة مع التقنيات الحديثة في العمليات الإنتاجية والتسويقية، وخصوصاً غرف التبريد. ويمكن الاستعاضة عن ذلك بتنشيط تفاعل المُنتجين مع المؤسسة العامة للخزن والتسويق، التي تمتلك وحدات تبريد مُنتشرة في سورية، ولا يُقصد من التبريد الأولي الإعداد للتخزين، لكنَّه عملية تسهم في خفض تنفس الثمار فتؤخر ذبولها.

ثانياً- المسالك التسويقية المحلية

تكمن مُشكلة تسويق الخضار والفواكه في سورية في أنَّ العلاقة بين المُتعاملين المحليين والتجار الأجانب، وحتى الموزِّعين تحكمها قواعد، وقوانين تقليدية، تسهم في زيادة التكاليف التسويقية، وإن هذه السلسلة التقليدية لا تزال حتى الآن تعتمد في بعض مراحلها على السماسرة اعتماداً كبيراً، وهذا النوع من السلاسل يسبب إطالة مراحل السلسلة نسبياً، وزيادة تعقيداتها، مما يباعد بين المزارعين والأسواق الخارجية؛ ومن ثمَّ تتأثر إمكانية تصدير المُنتجات الزراعية للدول الأخرى، لذلك يجب العمل على تقصير الطريق ما بين المزارعين والأسواق الخارجية (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2007[a]).

أيَّاً كانت النماذج التي توصِّف المسالك التسويقية لعنب المائدة، إلا أنَّ هناك مسالكَ محدودة الأهمية قد لا يحدث التنبه إليها، أو قد يتم إغفالها في النموذج (Reynolds, 2009)، وقد تشعَّبت المسالك التسويقية لعنب المائدة في سورية تشعباً واسعاً، إلا أنَّ هناك مسالكَ أساسية ظهرت أهميتها مرتفعة على أساس كميات العنب التي مرَّت عبرها، وحتى يتم تتبع الأعناب عبر كلٍ من هذه المسالك فقد قام الباحث بتقسيمها، وتحديد التشابكات الأمامية والخلفية لكل منها مع بقية المسالك، وكانت هذه المسالك كما يأتي:

1. الحلقة الأولى من المسالك التسويقية،

وتتضمَّن عدداً من المسالك التي كانت على اتصالٍ مُباشر بالمنتجين، وهي:

1) سوق الجملة

كان يُنظر إلى السوق على أنَّها المكان الذي يجمع البائع بالمُشتري، ليجري فيها تداول السلعة. لكن اليوم بات هذا المفهوم بعيداً عن الإشارة إلى السوق، فلم تعد السوق مكاناً بالمعنى الحرفي للكلمة. فأين المكان في بضاعة يتم تداولها عبر شبكة الإنترنت؟. وكيف يلتقي البائع بالمُشتري في الصفقات التي يتم إبرامها عبر الهاتف، أو الشبكة العنكبوتية؟. لكنَّ أسواق الجُملة للمُنتَجات الزراعية لا تزال تتمثل بحيّز مكاني يجمع البائع بالمُشتري، أو وكيل أحدهما أو كليهما بالآخر.

وكما يرى (Seidler, 2001) فإنَّ أسواق الجُملة هي المُكوّن الأساسي لنجاح أيِّ نظامٍ تسويقي، خصوصاً بالنسبة للمحاصيل البستانية، وتُعدّ أسواق الجُملة أكثر إلحاحاً في البلدان النامية منها في الدول المُتقدمة، كون النظام التسويقي في البلدان النامية غير مُتكامل، وغير ثابت.

وفي كثير من الدول تتوفر بيانات حول كميَّات المُنتَجات التي تدخل أسواق الجُملة وأسعارها، أما في سورية، فإنَّ مُراقبة الأسعار ليست بالأمر السهل، نظراً لقلة الإحصاءات المنشورة حولها، فمُؤشّر أسعار الجُملة يعكس أسعار الشركات العامَّة؛ ومن ثمَّ فهو لا يُمثّل الأسعار السائدة في كامل الاقتصاد. ولا يوجد نظام معلومات للأسعار مُتوفرٌ للعُموم (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2003c). ولتطوير زراعة عنب المائدة لا بديل من مسحٍ كامل السوق المحلية والخارجية (Krishnamurtly, 2001). لذلك كان لابُدَّ من جمع البيانات المُتعلقة بتسويق عِنَب المائدة في سوق الجُملة كاملة لغرض إتمام هذه الدراسة.

وتمشياً مع أغراض الخطة الخمسية العاشرة 2006-2010 التي حددت من بين أهدافها هدف تنفيذ الدراسات المُستمرة لرصد حركة المُنتجات الزراعية في أسواق الجملة، والمفرَّق، وكمياتها، ونوعيتها، وأسعارها، وآليات تسويقها، لوضع التصوُّرات بشأن تطويرها، وبما ينسجم مع المُستجدات على الصعيدين الداخلي والخارجي (هيئة تخطيط الدولة، 2006). قام الباحث بدراسة السوق الداخلية والخارجية لعنب المائدة. واعتمدت الدراسة على تحليل التسويق على أساس المدخل السُلعي، حيث جرى تتبّع العِنَب من المُنتِج إلى المُستهلك الداخلي والخارجي، وتحديد المسالك التي مرّ عبرها، والعمليات التي أجُريت في كل مرحلة تسويقيّة.

ولا تقتصر أهميَّة الأسواق على كونها حلقات ربطٍ بين المُنتِجين والمُستهلكين فحسبْ؛ بل تتعدى ذلك بكثير، إذ يقع على عاتق بعض وُسطاء السوق إجراء عمليّات تسويقيّة مُختلفة على المُنتَج، وإعداد بعض مُخرجات الإنتاج الزراعي لتكون مُدخلات في العمليّة التسويقيّة، حتّى تُصبح جاهزةً للاستهلاك؛ أي لا يتم دور السوق إلا بإضافة نوعٍ أو أكثر من المنافع الاقتصادية إلى المُخرَج الزراعي.

وعلى العُموم، فالتسويق الزراعي هو عمليّة ربط لثلاثة أركان مُتنافرة الأهداف وهي: المُنتِج، والوسيط، والمُستهلك. فكلٌ منهم يسعى إلى تعظيم ربحه على حساب الباقيين، وهذا هو المحور الرئيسي الذي تقوم عليه عمليّة اتخاذ القرار لدى كلٍ منهم. لذلك يقع على عاتق السوق نقل رغبات المُستهلكين إلى المُنتِجين، ليقوم هؤلاء بتكييف مُنتَجهم، كي يتوافق مع رغبات المُستهلكين؛ ومن ثمَّ فعلى السوق تحقيق المعرفة المُستمرّة برغبات المُستهلكين محلّياً وخارجياً، ونقل هذه المعرفة إلى المُنتِجين. كما يقع على عاتق السوق أيضاً توصيل المُنتَجات إلى المُستهلكين بأقل ما يُمكن من التكاليف التسويقيّة.

ومن ثمَّ فقد حافظت السوق على صفة أساسية فيها؛ ألا وهي تفاعل العرض والطلب بين المُنتِج والمُستهلك؛ ليُصار إلى تحديد السعر التوافقي بينهما. في حين خسرت السوق المفهوم المكاني لها، كما حافظت على المفهوم الزماني. لكن سوق الجُملة بوصفها سوقاً مُحددة المعالم استمرت مُحافظةً على مفاهيمها القديمة كاملة، فلم تخسر مفهومها المكاني.

ويختلف مفهوم سوق الجُملة بمعناه العريض في سورية أو أسواق الهال باختلاف أنواع السلع، فقد تكون سوق الهال سوق جُملة لمُنتَج زراعيٍ مُعيَّن، في حين تكون ذاتها سوق نصف جُملة لمُنتَج آخر. ففي حالة العِنَب - ولدى دراسة أسواق الهال في سورية - وصلت الدراسة إلى أنَّ في سورية سوق جُملة وحيدة

للعنب، وهي سوق الهال بدمشق، إذ جرى فيها تداول العِنَب بصورة الجُملة في ساحة مُحددة مكانياً، وبصورة المزاد العلني، إضافة إلى تداوله فيها بصورة نصف الجُملة.

أما أسواق الهال الأخرى في سورية - ومن خلال الزيارات الميدانية لها - فقد تبيّن أنَّها لم تحتوِ على ساحات لبيع العِنَب بالمزاد العلني، كحُمولاتٍ كاملة. في حين كان يجري نقل هذه الحُمولات إلى أمام محال الوسطاء، ليجري بيعها مُجزأة بالمزاد العلني تارةً، وبيعاً مُباشراً بسعرٍ مُحدد سلفاً تارةً أخرى. وأيّاً كانت الطريقة فالكميَّات المحدودة المبيعة، تعني أنَّ هذه صورة بيع نصف جملة، أو دون ذلك. لذلك لم تتوجَّه الدراسة إليها في معرض دراسة سوق الجُملة، واقتصرت على دراسة سوق الهال بدمشق.

شكّل تُجّار سوق الهال المُحرّك الأساسي لتداول العِنَب في سوق الجُملة، إلا أنَّ هذه التسمية ليست علمية، فهؤلاء ليسوا تُجّاراً في حالة البيع بصورة الجُملة، ولا ينطبق عليهم تعريف التُجّار كونهم لا يتملّكون السلعة؛ ومن ثمَّ فهم لا يتحمّلون أيَّة مخاطر عنها. فإذا كانت المخاطر سابقةً لعمليّة البيع كانت تبعيتها على كاهل المُنتِج، وإن كانت تالية لعمليّة البيع وقعت تبعيتها على المُشتري.

ووُسطاء السوق أو من يُعرفون محلياً بتُجّار سوق الهال وكونهم لا يتملكون السلعة ولا تقع على عاتقهم مخاطرها فهم وُسطاء وكلاء[1]، ويُصنَّف الوسطاء الوكلاء عادة إلى صنفين وكلاء عُمولة[2]، وسماسرة[3]، لكنَّ وسطاء سوق الهال أقرب إلى كونهم وكلاء عُمولة، وكثيراً ما يتعدد دور وسيط سوق الهال، فقد يؤدي دور هيئة تمويلية؛ فيقوم بتمويل المُزارع، شريطة أنْ يقوم الأخير بدفع إنتاجه إلى هذا الوسيط ليبيعه له، فهو لا يتقاضى فائدة مُباشرة عن دينه، ولكنَّه يحصل عليها بصورةٍ غير مُباشرة، من خلال أخذ عُمولة البيع من المُنتِج المُستدين.

لا بُدَّ لتحليل سوق الجُملة لمحصولٍ مُعيَّن من دراسة مجموعةٍ من العوامل، التي تُحدد المعايير الأساسية التي ترسم حركة المُنتَج في السوق، وكميَّاته، وأسعاره عبر مسارٍ زمني مُحدد وواضح. بحيث يُمكّن مُتخذ القرار في السياسات التسويقيّة من الوقوف على أرضيّة ثابتة من المعرفة العلميّة الحقيقيّة بسلوك السلعة في السوق، وتحديد فترات العرض والطلب الأعظميين.

لذلك درس الباحث موسم تسويق الجُملة لعِنَب المائدة، وحدد بدايات هذه المواسم الظاهرية[4] والحقيقية[5]، لإجراء المُقارنة بينها، وتحديد أسباب تفاوتها من عامٍ إلى آخر. وحدد نهاياتها الظاهرية[6] والحقيقية[7] أيضاً، إضافةً إلى دراسة التغيّر اليومي في هذه الكميَّات، كما حلل تدفّقها إلى السوق عبر كلٍّ

---

[1]- **الوسيط الوكيل:** هو الوسيط الذي لا يتملك السلعة ولا تقع السلعة في حيازته في المرحلة التي تفصل بين المُنتِج والمُستهلك، ولا يتحمل مخاطرها، ويكون أجره على شكل عُمولة يتقاضاها من ثمن العين المبيعة. وهذا ما يُميّزه عن الوسيط التاجر الذين تقع العين في ملكيته، ويتحمّل ما يقع عليها خلال مدة تملكه لها.

[2]- **وكيل العمولة:** هو الوسيط الذي يتولى القيام بعمليّة البيع والشراء، وإبرام الصفقات نيابة عن موكله، ويتقاضى ثمن المُنتَج من المُستهلك أو المُشتري، ويقتطع منه عُمولته المُتفق عليها مُسبقاً؛ أي أن عُمولته يجري اقتطاعها من أصل الثمن.

[3]- **السمسار:** هو الوسيط الذي تنحصر مهمته في تقريب وجهات النظر بين المُنتِج والمُستهلك أو المُشتري، حتّى يتم إبرام الصفقة بينهما؛ ومن ثمَّ فليس له حريةٌ مطلقةٌ في مُناقشة الأسعار، وتكون عُمولته خارجةً عن الثمن، وقد يحصل عليها من البائع أو المُشتري أو كليهما، بحسب ما أُتفق عليه سابقاً، أو جرى العُرف به.

[4]- **البداية الظاهرية لتسويق الجُملة:** هي التاريخ الذي يبدأ فيه تسويق العِنَب في سوق الجُملة بصورة المزاد العلني في ساحة بيع العِنَب، وتسبقها بداية ظهور العِنَب في السوق، ولكن يكون بيعه عندها بصورة نصف الجُملة.

[5]- **البداية الحقيقية لتسويق الجُملة:** هي التاريخ الذي يصل فيه ما تمَّ تداوله من العِنَب بصورة الجُملة إلى 10% من إجمالي الكميَّات التي تُباع بصورة الجُملة خلال الموسم كاملاً.

[6]- **النهاية الظاهرية لتسويق الجُملة:** هي آخر تاريخ سُجّلت فيه عمليات تداول العِنَب بصورة الجُملة عبر المزاد العلني في ساحة بيع العِنَب، وتليها نهاية ظهور العِنَب في السوق، ولكن يكون بيعه بينهما بصورة نصف الجُملة.

[7]- **النهاية الحقيقية لتسويق الجُملة:** هي التاريخ الذي يصل فيه ما تمَّ تداوله من العِنَب بصورة الجُملة إلى 90% من إجمالي الكميَّات التي تُباع بصورة الجُملة خلال الموسم كاملاً.

من المواسم على حدة، لتحديد مُؤشّرات فترات التسويق على أساس الكميَّات الداخلة إليه. إضافة إلى دراسة أسعار العِنَب المبيع بصورة الجُملة، على أساس مُتوسطات أسعار مُرجّحة، وبشكلٍ يومي للفترة نفسها. لتحديد المُؤشّرات السعرية المُؤثّرة بالعرض والطلب الداخلي والخارجي. ونظراً لكون موسم واحد لا يُعدُّ كافياً للحكم بعموم النتيجة؛ فقد أجريت الدراسة على ثلاثة مواسم متتالية، وهي مواسم 2006 وَ 2007 وَ2008، وسيأتي البحث على تفصيلها في موضعٍ لاحق.

كان سوق الجملة مسلكاً مألوفاً من المُنتجين، وإن كان بيع العنب فيه يتم بصورتي الجملة، ونصف الجملة. ويُشكّل سوق الهال بدمشق سوق الجملة الرئيسية التي طرقها المنتجون. وكانت كمية العنب التي سوقتها عينة الدراسة عبره 2635.75 طن خلال موسم 2008. ولما كانت نسبة عينة الدراسة 0.026 فيكون إجمالي الكميِّة التي باعها كل منتجي العنب في سوق الجملة هي: 101375 طن. ونظراً لأنَّ الكمية التي شملتها عينة وسطاء سوق الجملة في الموسم نفسه كانت 5490.2 طن؛ وهي تُشكّل 10-15% من كمية الأعناب التي بيعت في سوق الجملة بصورة الجُملة حصراً، فإنَّ ما يُعادل نصف كمية الأعناب التي بيعت في أسواق الجملة قد بيعت بصورة نصف الجملة، أو بيعت في أسواق أخرى غير سوق الهال بدمشق.

2) الضامنون

دخل الضامنون حلقة الإنتاج من خلال استئجار 66.25 هكتاراً من مزارع عينة الدراسة، وكانت الاستبانة التي أجريت للمزارع التي استأجروها موجهة إلى المالكين؛ لذلك لم تتضمَّن بيانات بشأن كميَّات الأعناب التي أنتجتها هذه المزارع وأسعارها ووجهتها، فعمد البحث إلى تقديرها استناداً إلى إنتاجية المزارع التي تولى مالكوها عملية تسويق إنتاجها، فكانت كمية الإنتاج التقديري للمزارع المضمَّنة 1971.224 طن. ولم يتم تحديد وجهتها بدقة؛ لكنَّها في أغلب الأحيان سارت بالمسالك نفسها التي سارت فيها الأعناب التي أنتجتها المزارع التي لم يجرِ تضمينها، وإن كان الضامنون أقدر على التعامل مع المُصدِّرين، وقد يضمن بعضهم كروماً لمصلحة مُصدِّر مُعيَّن، ومن ثمَّ فمسلك البيع للمُصدِّرين يكون أنشط في هذه الحالة ممَّا هو عليه في حالة المزارع غير المُضمَّنة.

وبعد أن استأجر الضامنون 6625 هكتاراً من المزارع التي شملتها عينة الدراسة، فقد دخلوا المسار التسويقي من بابٍ آخر، وهو شراء العنب من أبواب مزارع أخرى، واشتروا 187.1 طن. وهذه كانت تذهب غالباً إلى المُصدِّرين مُباشرة. وجرى فصل هذا المسلك عن مسلك الضامنين الذين حلُّوا مُنتِجين؛ لأنَّ الضامنين في هذا المسلك لا يقومون بأيٍ من العمليات الإنتاجية، ولا يتحملون أياً من نفقاتها، في حين تكون الصورة معكوسة عند دخولهم منتجينَ بدلاء لمالكي المزارع، ويفيد هذا التقسيم في تحديد الجهة التي ينبغي التوجُّه إليها عند الرغبة في توجيه الدعم، أو الإرشاد بكافة صورهما.

3) البيع على جوانب الطرقات (المستهلك مُباشرة)

يشيع استخدام هذا المسلك في المزارع التي تقع على جوانب طرقات رئيسية، كما أنَّه كان مألوفاً في مزارع ريف دمشق أكثر بكثير من مزارع درعا، ويبدو مسلكاً مُجدياً في حالة المزارع الصغيرة، أو التي تنتج منتجات زراعية أخرى، سواء أكانت فواكه أم خضار. وعلى العموم فقد باع مزارعو عينة الدراسة 421.5 طناً عبر هذا المسلك، كما أنَّ الأسعار التي حصلوا عليها عبره كانت أعلى مجموعات الأسعار؛ كما سيتبين عند دراسة الأسعار. ناهيك عن أنَّ هذا المسلك قطع كل الحلقات التسويقية، ووصل

إلى المُستهلك مُباشرة، فوفر المُنتِج جميع الهوامش التسويقية الإضافية، وعلى الرغم من بُعد هذه الطريقة من البيع عن أشكال الرقابة الصحية والسعرية، إلا أنَّها تبقى طريقةً شائعة في أغلب أنحاء العالم.

4) المُصدِّرون

تجاوز بعض المنتجين كل المسالك التسويقية، ووصلوا إلى المشاغل العائدة للمُصدِّرين، وباعوهم أعناباً دون المرور بأيٍ من الوسطاء، وتبدو هذه عملية إيجابية ظاهرياً، لكنَّ غياب الشفافية في تحديد السعر، إلى جانب انخفاض ثقة المنتجين بالمُصدِّرين وتخوفهم من تحصيل قيمة أعنابهم المبيعة مباشرة للمُصدِّرين كما بيَّنت استبانة المُنتجين، كل هذه عواملُ تجعل هذا المسار غير جاذب للمُنتجين. وقد باع المنتجون الذين شملتهم عينة الدراسة 138.45 طناً مباشرة للمُصدِّرين.

5) التخزين

يلجأ بعض مُنتجي الخضار والفواكه عندما تنهار أسعار مُنتجاتهم أو طمعاً في التسويق خارج موسم الإنتاج إلى تخزينها، وهذا موضوع مُختلف عن موضوع التبريد الأولي الذي تم تناوله في دراسة العمليات التسويقية. وبيَّن البحث سابقاً أن عملية التبريد الأولي كانت غائبة في منطقة الدراسة، وكانت عملية التخزين قليلة الأهمية أيضاً؛ إذ خزَّن المنتجون الذين شملتهم دراسة عينة الدراسة 60 طناً فقط، للبيع في أوقاتٍ لاحقة، كما أنَّ بيعها اللاحق كان يتجه إلى سوق الجملة، أي يمكن أن تُضاف هذه الكمية إلى كمية الأعناب التي باعها المنتجون لسوق الجملة، لكنَّ الدراسة لم تفعل ذلك حتى تبقى نسب توزيع الكميات على المسالك التسويقية مُشيرةً إلى أهمية كل من هذه المسالك ضمن الفترة نفسها.

اشترطت المواصفة القياسية السورية م.ق.س 2959 صف العناقيد بطبقة واحدة، مع تنظيم محتوى العبوات حتى يسهل فحصها خلال عملية التخزين، وعدم تكديسها على بعضها في العبوات، حيث يجري فصلها بواسطة طبقات رقيقة مصنوعة من البلاستيك غير المؤثر في المادة الغذائية المُعدَّة للاستهلاك البشري. ومن المُفضَّل أن تحتوي هذه الطبقات على ثقوب للسماح بخروج غاز الفحم الناتج من الاستقلاب حتى لا تتعرض الثمار إلى التخمر وتتغير نكهتها.

ويجري غالباً تخزين عناقيد الأصناف مُتأخرة النضج، لتغطية الأسواق في الخريف وبداية الشتاء بالعنب، وتصل فترة التخزين إلى 4-6 أشهر (الذنيبات وآخرون، 2007).

6) البيع لتاجر التجزئة

لم يُشر أي من أفراد عينة الدراسة إلى البيع إلى تجار التجزئة، وإن كان البحث لا ينفي وجود بعض حالات البيع هذه، وهذا الأسلوب يعدُّ شائعاً في كثير من البلدان خاصة للمنتجات الطازجة وسريعة التلف، وله ضوابطه المُقننة، ويتواءم هذا المسلك مع الشركات التسويقية الضخمة، أو المجموعات التي تمتلك عدة منافذ توزيعية، والتي بات أغلبها متعدد الجنسيات، وتتحكم بتجارة قسم كبير من الغذاء عالمياً، وتفضِّل هذه الشركات الشراء من المُنتجين مُباشرة، لكنَّ ولوجها يبقى محكوماً باعتماد عمليات تسويقية متميزة. ففي استراليا يشكل البيع المباشر إلى سلسلة محال مواد غذائية أحد مسلكي بيع عنب المائدة، إذ يكون البيع فيه بموجب سعر مُحدد سابقاً (FAO, 2001). ويمكن هنا الإشارة إلى أهمية المؤسسة العامة للخزن والتسويق في هذا الصدد؛ إذ إنَّها تشتري الحمضيات من المُنتجين وتسوقها إلى المستهلكين، ويمكن أن يكون دخولها سوق عنب المائدة بهذه الصورة سبيلاً إلى تعدد منافذه التسويقية، ومن ثمَّ إلى تنظيم سوقه.

ويمكن من الجدول (4) مقارنة أهمية مسالك الحلقة التسويقية الأولى استناداً إلى كميات الأعناب التي مرَّت عبر كلٍ منها.

الجدول (4): مقارنة أهمية المسالك التسويقية للحلقة الأولى من المسلك التسويقي لعنب المائدة في سورية.

المسالك التسويقية في الحلقة	الكمية طن	الأهمية النسبية
سوق الجملة	2635.75	48.67
الضامنون	2158.32	39.87
المصدرون	138.45	2.56
البيع على جوانب الطرقات	421.5	7.79
التخزين	60	1.11
تاجر التجزئة	-	-
المجموع	5414.02	100

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

ويُنظر إلى تاجر التجزئة عادة على أنَّه مصدر للمعلومات المُتعلقة بدوافع الشراء، وسلوك المستهلك، فمطالبة التُجَّار بإدخال نظام مُتكامل لإدارة الجودة، يعني أنَّ هناك ريبة في سلوك المستهلك حيال العنب بما يخص سلامة الغذاء (Becher & Seith, 2008)، لذلك لابُدَّ من استطلاع آراء تجار المفرق أو التجزئة لمعرفة مدى أهمية هذه النقطة في سورية.

2. الحلقة الثانية من المسالك التسويقية

وتتضمَّن هذه الحلقة عدداً من المسالك التي فصلت بينها وبين المُنتِج محطة واحدة على المسار التسويقي لعنب المائدة، هي:

1) **المسالك التسويقية التي تلي سوق الجُملة**

شكّل سوق الجُملة نقطة التجمّع الأساسية للأعناب القادمة من الكروم، ونقطة التوزّع الرئيسية إلى المسالك التسويقيّة. ويمكن إظهار أعداد مفردات، وحجم، وقيمة، ومُتوسط الأسعار المُرجّحة لعيّنة سوق الجُملة، بشكلٍ عام، ودون تحديد المسالك التي جرت فيها لكل موسم من المواسم الثلاثة، في الجدول (5).

الجدول (5): مقارنة كمية وقيمة ومتوسط سعر عينة الأعناب التي بيعت في سوق الجملة للفترة 2006-2008.

السنة	عدد الحُمولات المدروسة	الكميَّة المدروسة طن	القيمة ألف ليرة	مُتوسط السعر
2006	1054	1842.1	30105.7	16.3
2007	1222	2161.9	47067.4	21.7
2008	756	1486.2	38790.9	26.1
المجموع	3032	5490.2	115964	21.1

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة

ولقد صنّف البحث المسالك التسويقيّة التي تلت سوق الجملة إلى ثلاثة مسالك رئيسية، هي:

أ- **السوق المحلّية:**

وهي تمّتد على كل أرجاء سورية؛ إذ يجري في سوق الجُملة بيع العِنَب إلى مُشترين من السوق نفسها، ليبيعوه بصورة نصف الجُملة داخل السوق، أو يبيعوه إلى مناطق أخرى خارج حدود السوق، أو

إلى مندوبي أسواقٍ أخرى لينقلوه مع جُملة من الخضار والفواكه إلى أسواقهم، أو إلى باعةٌ جوالين، أو هيئات كالمشافي أو المؤسسات العسكرية، أو يقوم وسيط سوق الجملة بتحويل الحُمولة إلى وكيل عمولة في سوق أخرى، وغيرهم الكثير ممّن يشتركون في أنَّ مآل العِنَب الذي يشترونه موجود داخل سورية.

كانت السوق المحلّية تستوعب 49.4% من العِنَب الذي يُباع بصورة الجُملة في موسم 2006، إلا أنَّ نسبة ما استوعبته من إنتاج 2007 انخفض إلى 46.2% من إجمالي كميَّات العِنَب التي دخلت السوق، على الرغم من أنَّ الكميَّات الإجمالية قد ارتفعت؛ ومن ثمَّ فالسوق الخارجية كانت أقدر من السوق المحلّية على امتصاص الفائض من إنتاج العِنَب، وهذا يُعطي دليلاً صريحاً على أنَّ إمكانية زيادة الكميَّات من الصادرات قائمة بقوة. أما في موسم 2008 فقد تراجعت حصة السوق المحلّية من العِنَب المُسوَّق في سوق الجُملة إلى 31.9% فقط، كما في الجدول (6). وهذا يعني أنَّ هذا المسلك كان يتأثر بشدَّة بنقص العرض من العِنَب كون المسالك الأخرى كانت تدفع أسعاراً أعلى للعِنَب؛ ومن ثمَّ فإنَّ أهميَّة المسالك التصديرية تزداد عاماً بعد آخر على حساب السوق المحلّية.

الجدول (6): مقارنة كمية وقيمة ومتوسط سعر عينة الأعناب التي بيعت للسوق المحلية للفترة 2006-2008.

السنة	عدد حُولات عينة الدراسة	الكميَّة طن	القيمة ألف ليرة	% إلى إجمالي كمية عينة سوق الجملة	% إلى إجمالي قيمة عينة سوق الجملة	متوسط السعر	نسبة متوسط السعر إلى متوسط السعر الإجمالي
2006	504	909.2	11877.6	49.4	39.5	13.1	78.9
2007	556	1003.1	17333.6	46.3	36.8	17.3	79.7
2008	244	473.4	10282.2	31.9	26.5	21.7	83.2
المجموع	1304	2385.8	39493.4	43.5	34.1	16.6	78.4

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

ب- **المُصدرون**

قد يبدو للوهلة الأولى أنَّ هذا المسلك هو تكرار للمسلك الذي ورد في البند (5) من الحلقة الأولى للمسالك التسويقية، لكنَّه يشير هنا إلى مسلك شراء المُصدِّرين للأعناب من سوق الجملة، في حين أنَّه في الحالة السابقة وكما ذُكر يشير إلى شراء المُصدِّرين للأعناب من المنتجين مُباشرة.

استوعبت وُجهة تصدير العِنَب 50.6% من العِنَب الذي بيع في سوق الجُملة في موسم 2006، وارتفعت هذه النسبة إلى 54.8% في موسم 2007، ولكنَّها قفزت إلى 68.1% في 2008.

وقسَّم البحث هذه المجموعة إلى قسمين، تبعاً لإجراء العمليات التسويقية على العِنَب من عدمها، ومُعدّلات أسعارها، وطريقة التصدير، وهذان القسمان هما:

- **مُصدِّرون لدول غير العراق**

يتميز هؤلاء بأنَّهم يُعيدون تعبئة العِنَب قبل تصديره، ويُصدّرونه بشاحناتٍ مبرّدة. وقد استوعب هذا المسلك في موسم 2006 ما نسبته 26.17% من إجمالي كميَّات العِنَب التي بيعت بصورة الجُملة، وارتفعت هذه النسبة إلى 28.63% في موسم 2007، ثمَّ قفزت إلى 37.55% في موسم 2008، كما في

الجدول (7)، وهذا يشير إلى أنَّ انخفاض الكميَّات المُنتَجة المُترافقة بارتفاع أسعار المُنتَج في موسم 2008 لم تستطع أنْ تحول دون تصدير العِنَب، أو تحدَّ من تزايده.

الجدول (7): مقارنة كمية وقيمة ومتوسط سعر عينة الأعناب التي بيعت في سوق الجملة للتصدير لدول غير العراق للفترة 2006-2008.

السنة	عدد حُمولات عينة الدراسة	الكميَّة طن	القيمة ألف ليرة	% إلى إجمالي كمية عينة سوق الجملة	% إلى إجمالي قيمة عينة سوق الجملة	مُتوسط السعر	نسبة مُتوسط السعر إلى مُتوسط السعر الإجمالي
2006	284	482.1	10350.5	26.17	34.38	21.47	131.38
2007	307	621.8	17534.2	28.76	37.25	28.20	130.10
2008	280	558.1	16872.8	37.55	43.50	30.23	115.83
المجموع	871	1661.9	44757.6	30.27	38.60	26.93	127.64

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

- **المُصدرون للعراق**

تميَّز هؤلاء بأنَّهم لا يُجرون أي عمليّات تسويقيّة على العِنَب بعد شرائه من سوق الجُملة؛ بل يُصدّرونه مُحمّلاً بصناديقه التي قَدِم فيها من الحقل، وغالباً ما يُصدّرونه بشاحناتٍ غير مبرّدة. وغالباً ما يكون التصدير بهذه الحالة غير شرعي، وغير مُسجّل لدى السِجلات الجُمركية.

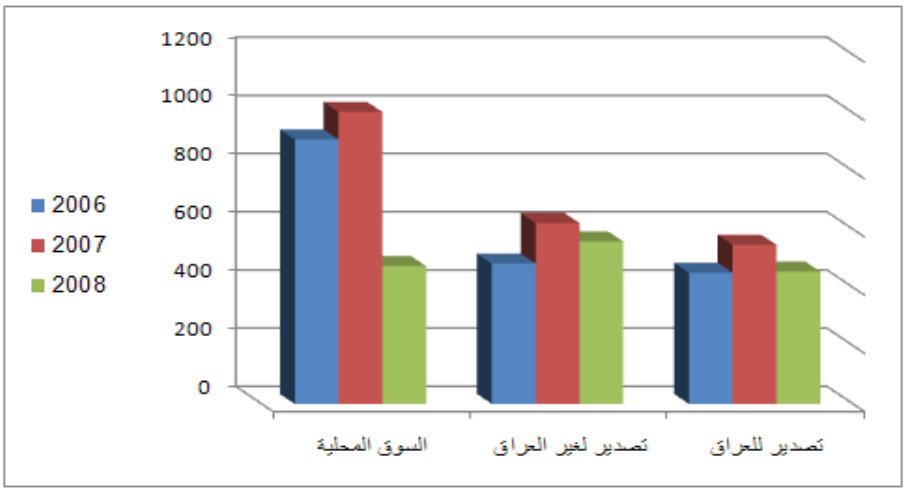
مرَّ عبر هذا المسلك في موسم 2006 ما نسبته 24.5% من إجمالي كميَّات العِنَب التي بيعت بصورة الجُملة، وارتفعت هذه النسبة بشكلٍ طفيف إلى 25.2% في موسم 2007، ثمَّ قفزت إلى 30.6% في موسم 2008، كما في الجدول (8)، وهنا كما كان في المسلك السابق فإن انخفاض الكميَّات المُنتَجة المُترافقة بارتفاع أسعار المُنتَج في موسم 2008 لم تستطع أنْ تحول دون تصدير العِنَب، وإن حدَّت منه في موسم 2008.

الجدول (8): مقارنة كمية وقيمة ومتوسط سعر عينة الأعناب التي بيعت للتصدير للعراق للفترة 2006-2008.

السنة	عدد الحُمولات المدروسة	الكميَّة طن	القيمة ألف ليرة	% إلى إجمالي كمية عينة سوق الجملة	% إلى إجمالي قيمة عينة سوق الجملة	مُتوسط السعر	نسبة مُتوسط السعر إلى مُتوسط السعر الإجمالي
2006	265	450.9	7877.6	24.5	26.2	17.5	106.9
2007	311	546.5	12199.6	25.2	25.9	22.3	103.0
2008	229	454.6	11635.8	30.6	30.0	25.6	98.1
المجموع	805	1452.0	31712.9	26.4	27.3	21.8	103.5

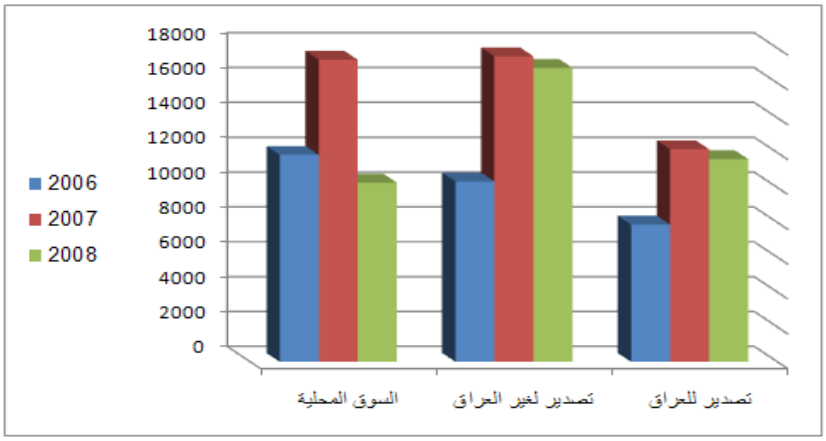
المصدر: بيانات عينة الدراسة.

وكانت أهميَّة مسلكي التصدير مُتعادلة تقريباً، إذا قيست الأهميَّة على أساس الكميَّة، ولكنَّها تباينت كثيراً عند قياسها على أساس السعر، ويُبيّن الشكل (27). تباين كميات الأعناب التي شملتها عينة دراسة وسطاء سوق الجملة بدمشق للسنوات 2006-2008.



الشكل (26): مُقارنة كميات العنب المدروسة بحسب المسالك التسويقيّة للفترة 2006-2008. الوحدة طن.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

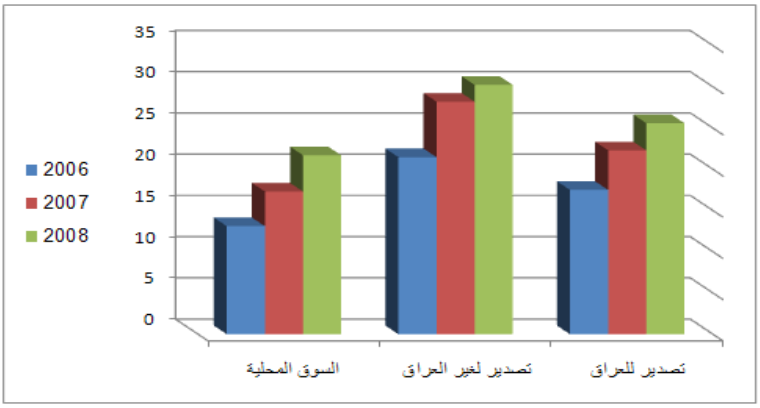
ويُظهر الشكل (26) أنَّ أهمية سوق السوق المحلية كمسلك تسويقي يلي سوق الجملة قد انخفضت عام 2008 عمَّا كانت عليه في عامي 2006 و2007 مقارنة بأهمية مسلكي التصدير. أما مقارنة أهمية كلٍ من هذه المسالك على أساس قيمة الأعناب التي مرت عبر كلٍ منها فيبينها الشكل (27).



الشكل (27): مُقارنة أهمية المسالك التي تلي سوق الجملة على أساس القيمة للفترة 2006-2008. الوحدة ألف ل.س.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

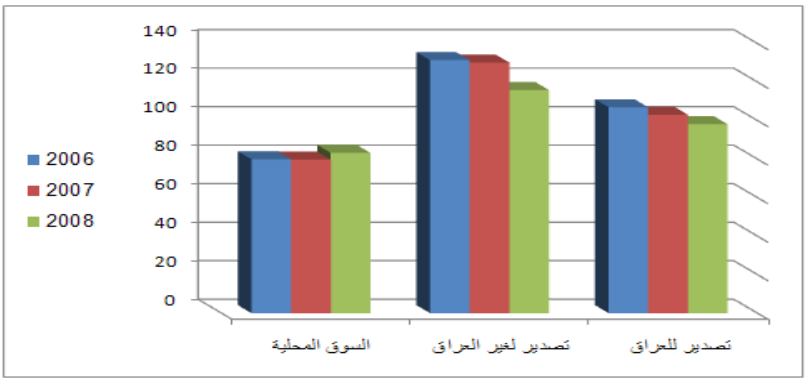
يكشف هذا الشكل أنَّ قيمة الأعناب التي بيعت إلى السوق المحلية لم تتراجع عام 2008 كثيراً عما كانت عليه عام 2006، وهذا عائدٌ إلى أنَّ الأسعار التي دفعها تجار السوق المحلية ووسطاؤها عام 2008 كانت أعلى من الأسعار التي دفعوها عام 2006، أما القيمة المرتفعة لأعناب عام 2007 فهي عائدة إلى تضافر العاملين: عامل الكمية، وعامل السعر؛ إذ ازدادت الكمية التي دخلت السوق، كما ارتفعت الأسعار عن أسعار الموسم السابق.

وحتى تكون الصورة أوضح قارنت الدراسة بين المتوسطات السعرية السنوية للأعناب التي شملتها عينة وسطاء سوق الجملة بحسب المسالك التسويقية التي تلت سوق الجملة كما في الشكل (28).



الشكل (28): مُقارنة أسعار الأعناب بحسب المسالك التي تلي سوق الجملة للفترة 2006-2008. الوحدة: ل.س/كغ.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

على الرغم من أنَّ أسعار العنب المُتَّجه إلى السوق المحلية قد ارتفعت في موسم 2007 بشكلٍ معنوي عمَّا كانت عليه في موسم 2006، ثم عاودت انخفاضاً نسبياً في موسم 2008، إلا أنَّها حافظت على مستواها مقارنة بمستويي الأسعار المدفوعة في المسلكين الباقيين؛ أي إنَّ الأسعار في المسلكين الباقيين قد سارت بالاتجاه نفسه تقريباً، لكن لم تسِر متوازية تماماً عبر السنوات الثلاث، وقد عبَّر الشكل (29) عن تغير سلوكها.



الشكل (29): مُقارنة الأسعار بحسب المسالك التسويقيّة مع إجماليها لسوق الجملة للفترة 2006-2008.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

2) المسالك التسويقية التي تلي الضامنين

كانت هذه المسالك مشابهة لمسالك الحلقة الأولى، لكن لم يحدد البحث أهمية كل منها هنا، وأُشير في موضعٍ سابقٍ إلى أنَّ البحث لم يدرس أهمية كل وجهة من الوجهات التي تلت مسلك الضامنين.

3) المسالك التي تلي التخزين

اتجهت الأعناب التي خزَّنها المنتجون إلى سوق الجملة، لكن خارج موسم التسويق المعهود؛ لذلك فهذا المسلك يمتلك أهمية خاصة، كونه يوفّر الأعناب في السوق بعد انتهاء موسم التسويق، فيزيد طول موسم التسويق من جهة، ويُنظم تدفق الأعناب إلى السوق خلال الموسم.

3. الحلقة الثالثة من المسالك التسويقية وما بعدها

وتتضمَّن هذه الحلقات المسالك التسويقية التي فصلت بينها وبين المنتج محطتان على المسار التسويقي لعنب المائدة أو أكثر، هي:

1) **تاجر نصف الجملة**

كان المكان الطبيعي لتاجر نصف الجملة هو سوق الجملة نفسه، إذ بين البحث أنها سوقٌ مختلطة ويجري البيع فيها بعدة صور، وكان يشتري تاجر نصف الجُملة عادة عدة صناديق عنب من أكثر من تاجر جُملة، بحيث يكون لديه أصناف مُختلفة من العنب، وبدرجات جودة مختلفة بحيث تناسب أكبر قدرٍ ممكن من الراغبين بالشراء.

كما أعاد المُصدرون الأعناب التي لم تصلح للتصدير بعد عمليتي الفرز والتدريج إلى سوق الجملة لتُباع بصورة نصف الجملة، هذه شكّلت إحدى مُعوِّقات تصدير عنب المائدة في سورية كما سيتضح لاحقاً.

2) **تُجَّار التجزئة 3) الباعة الجوالون**

لم تتوجَّه الدراسة إلى تُجَّار التجزئة والباعة الجوالين، لأنَّ دراستهم تحتاج إلى نوع آخر من البحوث، وتفصيلاً في تفسير سلوك المستهلكين، وتحليلاً لدوافع الشراء، وعينة مُختلفة.

ثالثاً- دراسة التدفق الزمني لعِنَب المائدة على سوق الجُملة للفترة 2006-2008.

تُشكل دراسة التدفق الزمني لأي مُنتَج إلى السوق عاملاً أساسياً في تحديد طول موسم الإنتاج، وتحديد فترات العرض الأعظمي من المُنتَج إلى جانب تحديد الحدود العُليا للكميَّات الداخلة إلى السوق؛ ومن ثمَّ فهي تخدم الباحث عادةً في رسم شكل موسم التسويق، وتضع أمام مُتخذ القرار صورةً حقيقيةً للكميَّات المعروضة من المُنتَج في السوق في كل وقت. وإن كانت هذه البيانات غير كافية لرسم الصورة الحقيقية لمواسم التسويق، إلا أنَّ ترافقها مع دراسة التراكُم والأسعار، يوفر بياناً دقيقاً مُتكاملاً بشأن طبيعة موسم التسويق. كما أنَّ إجراء هذه الدراسات لفترات زمنية مُتعددة يُعطي تصوّراً أوضح عنها، كما أنَّه يُسقط الظروف الطارئة من التحليل؛ ومن ثمَّ تغدو هناك إمكانية لاستخلاص طبيعة السوق بمعزلٍ عن المُتغيّرات الخارجية، وتحديد حجم كل من هذه المُتغيّرات، من حيث ما يُحدثه من أثرٍ في موسم التسويق.

1. **دراسة تدفق إجمالي عِنَب المائدة على سوق الجُملة.**

1) **دراسة تدفق إجمالي عِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2006.**

أبدت كميَّات عِنَب المائدة التي دخلت سوق الجُملة في موسم 2006 تزايداً ملحوظاً، اعتباراً من بداية الموسم الظاهرية، التي وافقت 2006/7/28، علماً بأنَّ الدراسة شملت 92 يوماً من أيام الموسم، وشكّلت هذه الأيام كل الأيام التي جرت فيها عمليّات تداول العِنَب في السوق عبر الوسيطين المدروسين، وانتهى الموسم ظاهرياً في 2006/11/22، وكان المُتوسط اليومي للكميَّات المدروسة 20.039 طناً، وبانحرافٍ معياريٍ بلغ 12.9 طناً، وتبدو هنا قيمة الانحراف المعياري مُرتفعة، وهذا يُشير إلى التشتت الكبير في الكميَّات التي كانت تدخل السوق من يومٍ إلى آخر، وكان عدد الحُمولات المدروسة 1054 حُمولة؛ أي بمُعدَّل 11.6 حُمولة/اليوم، وبمُتوسط وزن بلغ 1.75 طن/الحُمولة الواحدة.

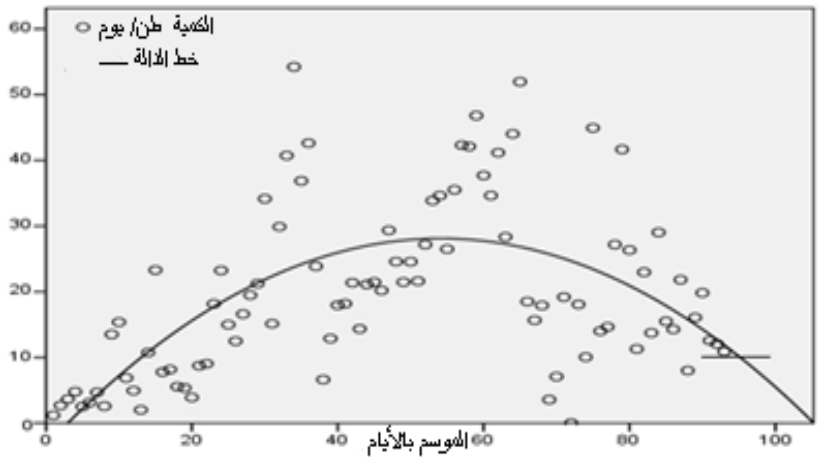
وأبدى تغيُّر الكميَّات اليوميّة التي دخلت السوق بمرور الموسم ارتباطاً ضعيفاً بالزمن، ويظهر ذلك في الشكل (30)؛ إذ بدت الكميَّات اليوميّة مُشتتةً تشتتاً عشوائياً بعيداً عن الخط البياني للدالّة، التي كانت الأقرب لتمثيل هذه العلاقة من بين مجموعة أشكال الدوال الرياضية، وأخذت شكل التابع الصحيح من الدرجة الثانية؛ إذ كان مُعامل تحديدها معنوياً وقيمته $R^2=0.387$، وكانت المعنويّة المُرتبطة بـ F بحدود 0.005، وكانت علاقة انحدارها كما في العلاقة (15). حيث أشارت $f_{total2006}$ إلى إجمالي الكميَّة اليوميّة

التي دخلت السوق في موسم 2006، وأشارت $T_{total2006}$ إلى مُتغيّر الزمن المُوافق داخل الموسم، وقد أخذت قيماً مُتصاعدة من 1 في بداية الموسم إلى 92 في نهايته، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.

العلاقة (15): $f_{total2006} = -0.11\ (T_{total2006})^2 + 1.162\ T_{total2006} - 3.348 + u$

وبلغت أعلى كميَّة تمّت دراستها في يومٍ واحد من أيام الموسم 54.219 طناً، إلا أنَّ تحليل الصندوق الخُماسي للبيانات كشف أنَّ هذه القيمة هي قيمة مُتطرّفة عُليا؛ أي أنَّها قيمة لا يُمكن أنْ تُعدَّ مقياساً، ولذلك اعتُمدت القيمة التي تلتها مُباشرة مقياساً لأعلى قيمة حقيقية تمّت دراستها في يومٍ واحد من أيام الموسم، وهي 51.958 طن. أما أقل قيمة مُسجّلة ليوم واحد فقد كانت 1.189 طن.

كان التوزّع اليومي للكميَّات التي دخلت سوق الجُملة من عِنَب المائدة لموسم 2006، غير نمطي، ولا يتسق مع التوزّع الطبيعي للإنتاج الزراعي خلال المواسم الزراعية، إذ لم يمُرّ بمرحلةٍ نهائيةٍ مُتناقصةٍ فعليّة تمّتد حتّى نهاية الموسم، وهذا عائدٌ إلى أنَّ مناطق الإنتاج تعرّضت في هذه الفترة إلى أمطار غزيرة مصحوبة بالبَرَد، دمّرت قسماً كبيراً من الإنتاج على الأشجار، وبات العِنَب الذي عُرض في السوق بُعيدَ ذلك مُنخفض الجودة، لإصابته بالفطريات الناتجة من تهشّم بعض الثمار المُترافق بالرطوبة العالية، مما حال دون قابلية هذه الأعناب للتخزين أو للتصدير، وتدهورت معه الأسعار إلى الحد الذي جعل كثيراً من المُنتِجين يُتلفون ما بقي من العِنَب على أشجارهم، ولا ينقلونه إلى السوق، فكانت الكميَّات التي دخلت السوق أقل من الكميَّة الظاهرية للإنتاج. وهذا يعني أيضاً أنَّ الموسم كان يُمكن أنْ يكون أطول من ذلك؛ لولا هذه الظروف الجوية.



الشكل (30): انحدار تدفّق عِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2006.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

2) دراسة تدفّق إجمالي عِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2007.

كانت البداية الظاهرية التي سجّلتها الدراسة لبيع عِنَب المائدة بصورة الجُملة في 2007/7/31، إلا أنَّ ذلك لا ينفي ظهور كميَّات مُتفرقة في السوق قبل هذا التاريخ؛ ولكنَّها كانت تُباع بصورة نِصف الجُملة إلى جانب كونها محدودة جداً. وانتهى الموسم في 2007/11/17. وبذلك كان هذا الموسم أقصر من موسم 2006 بثلاثة أيام من طرفه الأول، وبخمسة أيامٍ من طرفه الثاني. ويبدو هذا ظاهرياً قِصَراً واضحاً في طول الموسم، لكنَّ الأيام التي جرت فيها عمليّات التداول في هذه الحالة كانت 91 يوماً؛ أي أقل بيومٍ واحدٍ فقط من الموسم الذي سبقه؛ ومن ثمَّ فالموسم 2007 وإن قَصُر كفترةٍ زمنيةٍ إجمالية بمُعدَّل 6.7% عن

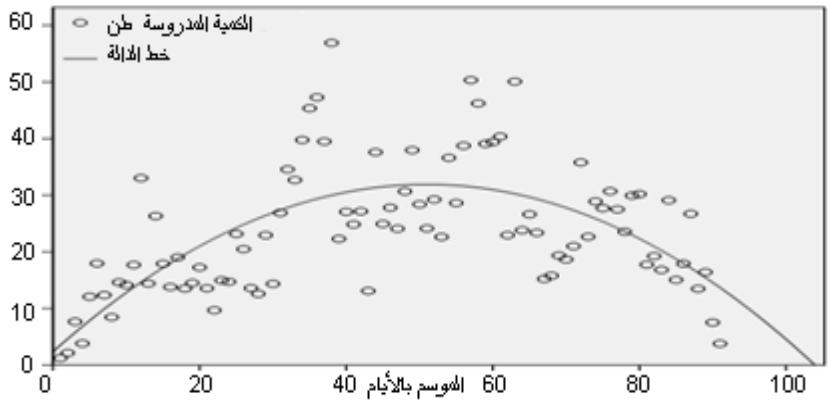
سابقه، إلا أنَّه لم يقصُر كأيام تداولٍ للسلعة سوى بمُعدَّل 1.1% فقط، لكنَّ هذا لا يعني التعويل على الامتداد الزمني للموسم دليلاً على موازنة أسعار العِنَب في السوق.

وكانت أعلى كميَّة مدروسة ليومٍ واحد 56.901 طناً، لكنَّها كسابقتها قيمة مُتطرّفة. وكانت الكميَّة التي تلتها 50.334 طناً، أما أدنى كميَّة مُسجّلة في يومٍ واحد من أيام الموسم فكانت 1.265 طن. وبلغ مُتوسط الكميَّة اليوميّة التي دخلت السوق خلال الموسم 23.69 طن، وكان الانحراف المعياري لهذه الكميَّات 11.489 طناً، وهو أقل نوعاً ما من الانحراف المعياري للكميَّات التي كانت تدخل السوق في 2006. وكان إجمالي عدد الحُمولات المدروسة في هذا الموسم 1222 حُمولة.

وقد كان ارتباط تغيُّر هذه الكميَّات بالزمن ضعيفاً كسابقه، إذ كان مُعامل التحديد المُتعلّق بالتابع الصحيح من الدرجة الثالثة معنوياً وبلغت قيمته $R^2 = 0.451$، وكانت المعنوية المرتبطة بـ F بحدود 0.005، وكان هذا التابع هو الشكل الأمثل للتعبير عن انحدار هذه الكميَّات على الزمن، كما في العلاقة (16)، التي رسم الشكل (31) خط دالّتها.

العلاقة (16): $f_{totoal2007} = -0.69\ (T_{total2007})^3 - 1.849(T_{total2007})^2 + 806.359\ (T_{total2007}) + 5165.4 + u$

حيث أشارت $f_{totoal2007}$ إلى إجمالي الكميَّة التي دخلت السوق في اليوم، وأشارت $T_{total2007}$ إلى مُتغيّر الزمن الدال على اليوم الذي دخلت فيه الكميَّة إلى السوق، وقد أخذ قيماً مُتصاعدة من 1 في بداية الموسم إلى 91 في نهايته، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.



الشكل (31): انحدار تدفّق عِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2007.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

3) دراسة تدفّق إجمالي عِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2008.

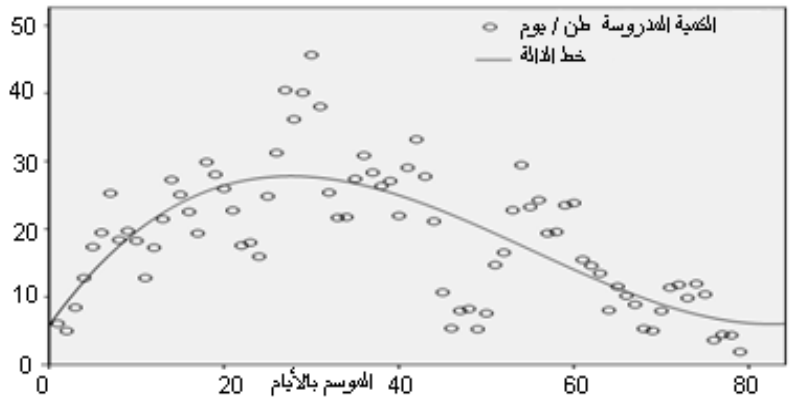
بدا هذا الموسم مُختلفاً عن سابقيه بشدَّة، فقد تأخّرت بداية الموسم حتّى 2008/8/4؛ أي بمُعدَّل 7 أيام عن موسم 2006، وبمُعدّل 4 أيام عن موسم 2007. وعزت الدراسة هذا التأخر إلى الظروف الجوية؛ إذ إنَّ العِنَب يحتاج إلى حرارة مُرتفعة لكي ينضج، وعند انخفاض درجات الحرارة عن المُعدّل لعدة أيام قبيل نضج الثمار، تتأخّر الثمار في نضجها؛ فيتأخّر بدء موسم التسويق. لكنَّ النهاية الثانية للموسم كانت قصيرة جداً أيضاً؛ إذ انتهى هذا الموسم في 11/10؛ أي قبل نهاية موسم 2006 بـ 12 يوماً، وقبل نهاية موسم 2007 بستة أيام. وهذا كان أحد الانعكاسات السلبية لرفع أسعار المحروقات إلى 357% من قيمتها قبل ذلك، مما جعل المُنتِجين يخشون تأخير العناقيد على الأشجار؛ لأنَّ ذلك يرتب عليه تكاليف تشغيلية أو مُتغيّرة مُرتفعة مقارنة بحالة كون الأشجار خالية من العناقيد؛ لذلك فقد اتخذ أكثر المُزارعين القرار بتسريع تسويقهم لإنتاجهم، ما جعل النهاية الثانية للموسم تبدو مُبْتَسَرة.

ورافق قصر هذا الموسم نقص في أيام تداول العِنَب المدروسة؛ إذ باتت 79 يوماً، بينما كانت في 2006 وَ2007 تُعادل 92 وَ 91 يوماً على التوالي. وكانت أكبر كميَّة مدروسة في يوم واحد 45.643 طناً، ولم تبدُ هذه الكميَّة مُتطرّفة كما كان في سابقتيها. وكانت أقل كميَّة مدروسة في يوم واحد هي 1.907 كغ. وكانت الكميَّة الإجمالية التي شملتها الدراسة 1485.099 طناً، موزعة على 756 حُمولة.

وكان ارتباط تغيُّر الكميَّات اليوميّة لهذا الموسم أعلى من ارتباط سابقيه بقليل، إلا أنَّه بقي ضعيفاً، فقد عبّر عن انحدار هذه العلاقة على الزمن التابع الصحيح من الدرجة الثالثة؛ إذ كان مُعامل تحديده معنوياً وقيمته R^2=0.537، وكانت قيمة المعنوية المرتبطة بـ F بحدود 0.005، والدالّة كما في العلاقة (17)، والخط البياني لها كما في الشكل (32)

العلاقة (17): $f_{total2008}=0.262(T_{total2008})^3 -43.289\ (T_{total2008})^2 + 1792.337\ (T_{total2008}) + 5793.781 + u$

حيث أشارت $f_{totoal2008}$ إلى إجمالي الكميَّة التي دخلت السوق في اليوم، وأشارت $T_{total2008}$ إلى مُتغيّر الزمن الموافق ليوم دخول السوق ضمن الموسم، وقد أخذ قيماً مُتصاعدة من 1 في بداية الموسم إلى 79 في نهايته، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.



الشكل (32): انحدار تدفق عِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2008.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

4) الدراسة المُقارنة لتدفق عِنَب المائدة إلى سوق الجُملة لمواسم 2006 وَ2007 وَ2008.

شهد تدفق كميات عنب المائدة المسجل في 2007 قيمة شاذة واحدة، على الرغم من أنَّ هذه القيمة كانت تعادل تقريباً القيمة العظمى في موسم 2006، ولم تكن هذه قيمة شاذة أو متطرفة، كما في الشكل (33). وهذا يعني أنَّ التدفُّق في موسم 2007 كان أكثر انتظاماً منه في موسم 2006، فعلى الرغم من انخفاض سقف الكميات الداخلة إلى السوق عن سابقه، إلا أن المتوسط اليومي لها قد ارتفع من 20.04 طناً في موسم 2006 إلى 23.79 طناً، كما كانت قيمة الوسيط أعلى وكان صندوقه البياني أكثر تناظراً من موسمي 2006 و2008.



الشكل (33): مُقارنة تدفق عِنَب المائدة إلى سوق الجُملة للمواسم 2006 وَ2007 وَ2008.
مصدر البيانات: عينة الدراسة.

ولدى مُقارنة تغيُّر تدفّق عِنَب المائدة إلى سوق الجُملة في السنوات الثلاث خلُصَ البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أ- بالرغم من أنَّ زراعة عِنَب المائدة في سورية هي زراعة مروية في الغالب، والزراعة المرويَّة أقل تأثراً بالظروف الجويّة عادة من الزراعات البعلية، إلا أنَّ الظروف الجويّة أثّرت في موسمها بِشدَّة؛ سواء من حيث تاريخ بداية الموسم، أو من حيث طول الموسم، أو من حيث مُعدَّل التدفّق.

ب- أثّر ارتفاع أسعار المحروقات تأثيراً سلبياً كبيراً جداً، في طول موسم التسويق، كما أثّر أيضاً بوضوح في إجمالي الكميَّة المُنتَجة.

ج-بما أنَّ الكميَّة المدروسة في اليوم الواحد وصلت في مواسم 2006 وَ 2007 وَ 2008 إلى 51.958 وَ 50.334 وَ45.643 طن، وهذه تُعادل 10-15% من إجمالي الكميَّة التي دخلت السوق وبيعت بصورة الجملة؛ فهذا يعني أنَّ الكميَّة التي كانت تُباع بصورة الجُملة تصل في فترة ذروة العرض إلى ما يزيد عن 500 طن/اليوم. وهي كميَّة ضخمة جداً تفرض على مُتخذي القرار في السياسات التسويقيّة، أخذها بالحسبان من خلال دعم التسويق قُبيلها أو بعدها بفترة وجيزة، لزيادة تدفّق الكميَّات حولها على حساب الكميَّات المُتدفّقة إلى السوق في هذه المرحلة الحرجة.

2. دراسة التدفّق الزمني لعِنَب المائدة المَبيع للتصدير لدول غير العراق.

1) دراسة تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير لدول غير العراق لموسم 2006.

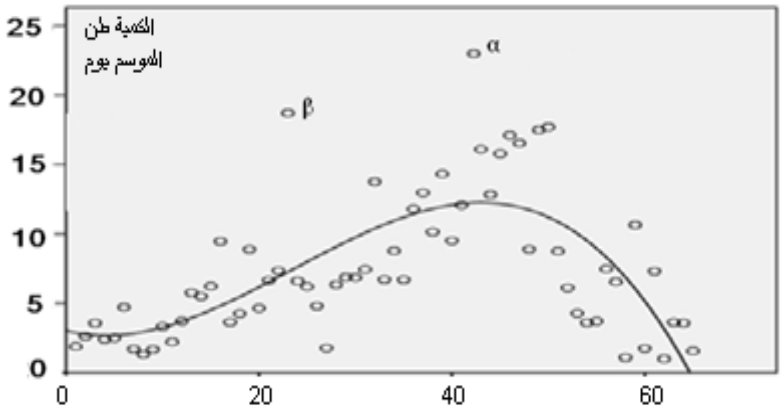
جرت عمليّات تداول العِنَب في سوق الجُملة لغرض التصدير لدول غير العراق في 65 يوماً من أيام الموسم؛ أي ما يُعادل 70.65% من إجمالي أيام تداول عِنَب المائدة في سوق الجُملة. وتبدو هذه النسبة قليلةً مقارنة بِنِسَب أيام التداول في الموسمين التاليين. وكان أكبر حجم تداول سجّلته عينة الدراسة 23 طن/اليوم، وبالنتيجة يُمكن أنْ تتجاوز الكميَّة المُصدّرة يومياً في ظروف هذا الموسم 230 طن/اليوم، وقد يصل إلى 345 طن/اليوم، إضافة إلى الكميات التي يمكن أن يبيعها المُنتجون للمُصدِّرين مُباشرة كما بينتها فقرة المسالك التسويقية. ومنه فالفرص الداخلية لتطوير حجم الصادرات قائمة، أي إنَّ تنظيم هذه السوق يمكن أن يحافظ على معدَّل عالٍ لهذه الصادرات.

وكان الشكل الأمثل للتعبير الرياضي عن علاقة تغيُّر الكميَّات التي دخلت سوق الجُملة، وبيعت للمُصدّرين لدول غير العراق بمرور الموسم، هو التابع الصحيح من الدرجة الثالثة؛ حيث كان مُعامل تحديده معنوياً وقيمته $R^2 = 0.505$؛ أي إنَّ هذا التابع استطاع أنْ يُفسّر 50% فقط من التغيّرات اليوميّة

في كميَّات العِنَب الذي اشتراه المُصدّرون من سوق الجُملة، وكانت المعنويّة المُرتبطة بـ F تساوي 0.005، والدالّة كما في العلاقة (18)، والشكل البياني كما في الشكل (34)، إذ كانت f_{ex2006} الكميَّة اليوميّة من العِنَب التي تُباع للتصدير لدول غير العراق في موسم 2006، وأشارت T_{ex2006} إلى مُتغيّر الزمن مُعبّراً عنه بأيام الموسم من اليوم الأول في بدايته إلى 65 في نهايته، وأشارت u إلى مُعامل التشويش العشوائي.

العلاقة (18): $f_{ex2006} = -173.754\ (T_{ex2006})^3 + 23.061\ (T_{ex2006})^2 - 0.326\ (T_{ex2006}) + 3013.29 + u$

ويُبيّن الشكل (34) أنَّ يوم 2006/10/7 المُوافق لليوم 42 من موسم التسويق هو النهاية الحديّة العُظمى للكميَّات المبية للتصدير لدول غير العراق مُبينة بالنقطة (α) في هذا الشكل، في حين أظهر الصندوق الخُماسي للبيانات الذي رُمز له بـ (a) في الشكل (38) أنَّ القيمة (α) التي ظهرت في 2006/10/7 كانت قيمةً شاذّة وغير نمطية، ولذلك لا يُمكن عدّها مقياساً. كذلك كان حال القيمة (β) التي ظهرت في 9/13 أي في اليوم 23 من أيام التداول، وباستثناء القيمتين (α) و (β) فقد كانت البواقي مُنخفضة.



الشكل (34): انحدار تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير لدول غير العراق إلى سوق الجُملة على الزمن لموسم 2006.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

2) دراسة تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير لدول غير العراق لموسم 2007.

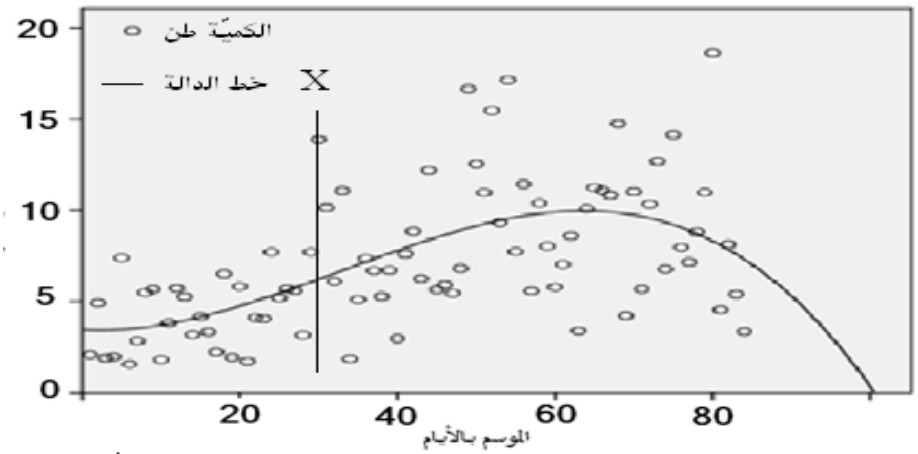
تمّت عمليّات تداول العِنَب في سوق الجُملة بهدف تصديره لدول غير العراق في 84 يوماً من أيام الموسم. وعلى الرغم من زيادة عدد أيام التداول في هذا الموسم عن سابقه إلا أنَّ مسار بياناته كان موازياً لموسم 2006، من حيث الزيادة التدريجية في التدفق حتّى نهاية الثلث الثاني من الموسم، ثمَّ مُعاودة الانخفاض حتّى نهاية الموسم، وسلوك السوق بهذه الطريقة يعني أنَّ العوامل التي حدّت من تصدير العِنَب في الثلث الأخير تعود إلى عوامل مُتعلقة بالمُنتَج، وليس بالسوق الخارجية؛ إذ تتراجع جودة الأعناب في هذه الفترة بسبب العوامل الجوية، وطول فترة بقاء العناقيد على الأشجار، وهذا يعني أنَّ اعتماد زراعة الأصناف مُتأخّرة الإنتاج، أو الأصناف التي تمتّاز بأنَّ عناقيدها تستطيع المُحافظة على جودتها على الأشجار لأطول فترة مُمكنة، إضافة إلى اتّباع عمليّة التخزين، كلُّها عمليّاتٌ من شأنها أنْ تُطيل عمر موسم التسويق إطالة كبيرة، كما أنَّها ستحافظ على توازن السعر من حيث تنظيم عرض المُنتَج في السوق.

وأظهر تحليل هذا التدفّق أنَّ التابع الصحيح من الدرجة الثالثة هو الشكل الأمثل للتعبير عن علاقته بالزمن؛ إذ كان مُعامل التحديد المرتبط به معنوياً وقيمته $R^2 = 0.35$؛ أي استطاع هذا التابع أنْ يُفسّر 35% فقط من التغيّرات، وقيمة المعنوية المُرتبطة بـ F تعادل 0.005 ، والدالّة كما في العلاقة (19)،

والشكل البياني كما في الشكل (35)، إذ كانت f_{ex2007} مُتغيّر الكميَّة اليوميّة من العِنَب الذي بيع للتصدير لدول غير العراق في موسم 2007، وT_{ex2007} مُتغيِّر الزمن خلال الموسم ، وu مُعامل التشويش العشوائي.

العلاقة (19): $f_{ex2007} = -0.57\,(T_{ex2007})^3 + 5.6\,(T_{ex2007})^2 - 25.25\,(T_{ex2007}) + 3472.56 + u$

يظهر التشتت الكبير في الكميَّات بعد نهاية الثلث الأول من الموسم المُبيّنة بالخط X في الشكل (35)، مما يُشير إلى أنَّ البواقي خلال هذه الفترة كانت عالية، ومن ثمَّ فشراء المُصدِّرين للعنب بغرض التصدير لدول غير العراق خلالها لم يكن منتظماً، وهذا ما يُؤكد أنَّ ارتباط تغيُّر هذه الكميَّات بالزمن لم يكن معنوياً، كون الدالّة لم تستطع تفسير أكثر من 35% من التغيّر في الكميَّات.

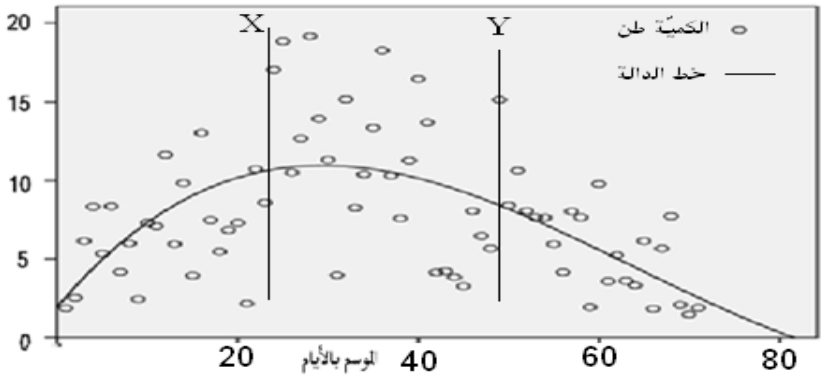


الشكل (35): انحدار تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير لدول غير العراق إلى سوق الجُملة على الزمن لموسم 2007.
مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

3) دراسة تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير لدول غير العراق لموسم 2008.

تراجعَ عدد الأيام التي جرت فيها عمليّات تداول عِنَب المائدة في سوق الجُملة لغرض تصديره لدول غير العراق إلى 71 يوماً، في حين كانت في الموسم السابق 84 يوماً. وكان الشكل الأمثل للتعبير عن العلاقة الزمنية لتغيّر تدفّق العِنَب إلى سوق الجُملة للبيع للمُصدّرين لدول غير العراق، هو التابع الصحيح من الدرجة الثالثة؛ إذ كان مُعامل تحديده معنوياً وقيمته $R^2=0.36$؛ أي هذا التابع استطاع أنْ يُفسّر 36% فقط من التغيّرات، وكانت قيمة المعنوية المُرتبطة بـ F تُعادل 0.005، والدالّة كما في العلاقة (20)، والشكل البياني كما في الشكل (36)، إذ كانت f_{ex2008} متغيِّر الكميَّة اليوميّة للعِنَب الذي بيع للتصدير لدول غير العراق في موسم 2008، وأشارت T_{ex2008} إلى مُتغيّر الزمن خلال أيام الموسم وقد أخذت قيماً مُتصاعدة من 1 في بداية الموسم إلى 71 في نهايته، كما رمزت u إلى عامل التشويش العشوائي.

العلاقة (20): $f_{ex2008} = 0.08\,(T_{ex2008})^3 - 15.09\,(T_{ex2008})^2 + 682.4\,(T_{ex2008}) + 1927.4 + u$



الشكل (36): انحدار تدفق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير لدول غير العراق إلى سوق الجُملة على الزمن لموسم 2008.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

وكانت البواقي مرتفعة في الفترة المُعبّرة عن مُنتصف الموسم والمحصورة بين الخطّين X وَ Y ، في حين انخفضت في الثلث الأخير من الموسم كما في الشكل (36)، خلافاً لما كانت عليه في الموسم السابق كما بيَّن الشكل (35)، أي إنَّ تدفق العنب المَبيع للتصدير لدول غير العراق قد بات أكثر اتساقاً. كما يكشف الشكل ذاته عن تراجعٍ كبير في الكميَّات الداخلة إلى السوق في الثلث الأخير؛ أي بعد الخط Y، وتراجع التدفّق اعتباراً من نهاية الثلث الثاني من هذا الموسم يبدو طبيعياً لمواسم تسويق المنتجات الزراعية، إلا أنَّه يطرح تساؤلاً حول سبب اختلاف طبيعة هذا الموسم عن سابقيه، وإنَّ تراجع هذا التدفّق لا يعني في الواقع تراجعاً في الطلب، ولكنَّه يشير إلى تراجع إجمالي كميَّات العِنَب المُتدفّق إلى السوق.

3. دراسة التدفّق الزمني لعِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق.

1) دراسة تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق لموسم 2006.

جرت عمليّات بيع عِنَب المائدة المُسجّلة في دراسة عينة الدراسة في 76 يوماً من أيام هذا الموسم؛ أي في 82.6% من إجمالي أيام التداول. ولم تبدِ الكميَّات المبيعة للمُصدّرين للعراق ارتباطاً بالزمن؛ إذ كان مُعامل التحديد R^2 ظاهرياً وقيمته مُنخفضةً جداً لكافة أشكال الدوال؛ خلافاً لما كانت عليه الكميَّات المبيعة للمُصدّرين لدول غير العراق؛ أي إنَّ هناك تغيّرات غير نمطية في الطلب على العِنَب للتصدير للعراق، ففي حين كان الطلب كبيراً جداً لفترة محدودة من الموسم، كان يتوقف لأيام لفترة أخرى، ويعود بعدها سريعاً إلى سابق عهده، وبحدة؛ ما يعني أنَّ هناك قوى خارج حدود السوق وخارجةً عن طبيعة المُنتَج، كانت تؤثر بغير انتظام في طلب المُصدّرين للعِنَب للتصدير للعراق، ويُمكن اختصار هذه المُؤثّرات في الأوضاع الأمنيّة في العراق، وحال المنافذ الحدودية، والعلاقات بين البلدين.

ومن خلال دراسة بيانات الصندوقين الخُماسيين (a) و (b) من الشكل (38) ظهر أنَّ الذيل الثاني لكلا الصندوقين كان أطول من الطرف الأول، وأن الوسيط كان أقرب إلى النهاية الدُنيا منه إلى النهاية العُليا؛ وهذا يعني أنَّ تدفّق الكميَّات إلى السوق في مُنتصف الموسم قد تزايد بسرعة فأحدث فترة من تزايد المعروض في السوق، كما أنَّ هناك قيمتين في كل حالة ظهرتا كقيمٍ مُتطرّفة.

2) دراسة تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق لموسم 2007.

لم يبدِ تغيُّر كميَّات عِنَب المائدة المبيعة للمُصدّرين للعراق ارتباطاً بالزمن؛ إذ كان مُعامل التحديد ظاهرياً، ومنه فهناك تغيّرات خارج حدود السوق، وخارج طبيعة المُنتَج كانت تتحكم بهذه الكميَّات. كما هي الحال بالنسبة لموسم 2006.

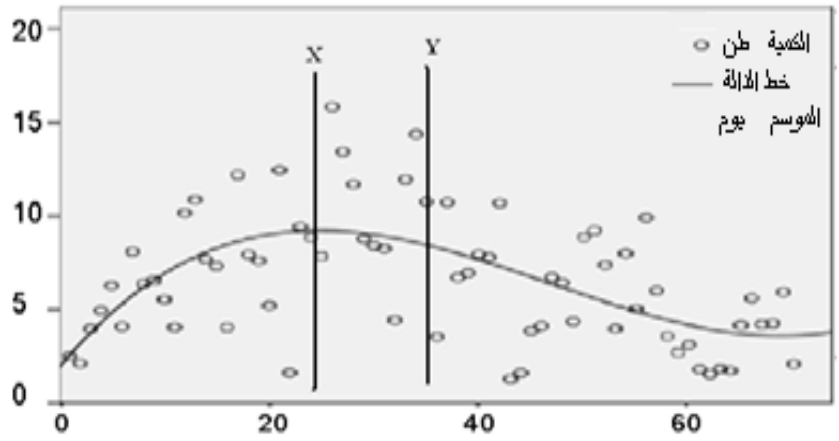
وتظهر دراسة الصندوقين البيانيين (c) و (d) من الشكل (38)، ومُقارنة كل منهما بنظيره لموسم 2006 أنَّ الكميَّات اليوميّة التي بيعت للمُصدّرين قد ازدادت عمّا كانت عليه، كما أنَّ القيم المُتطرّفة في الصندوق (c) قد اختفت، في حين بقيت قيمة واحدة في الصندوق (d).

3) **دراسة تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق لموسم 2008.**

كان الشكل الأمثل للتعبير عن علاقة تغيُّر الكميَّات التي تدخل سوق الجُملة وتباع للمُصدّرين للعراق بمرور الزمن، هو التابع الصحيح من الدرجة الثالثة؛ إذ كان مُعامل التحديد معنوياً وقيمته $R^2 = 0.36$، وكانت المعنويّة المُرتبطة بـ F تُعادل 0.005، والدالة كما في العلاقة (21)، والشكل البياني كما في الشكل (37)، إذ كانت f_{iq2008} الكميَّة اليوميّة للعِنَب الذي يُباع للتصدير للعراق في موسم 2008، وأشارت T_{iq2008} إلى مُتغيّر الزمن خلال الموسم، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.

العلاقة (21): $f_{iq2008} = 0.131\ (T_{iq2008})^3 - 18.397\ (T_{iq2008})^2 - 669.4\ T_{iq2008} + 1858.2$

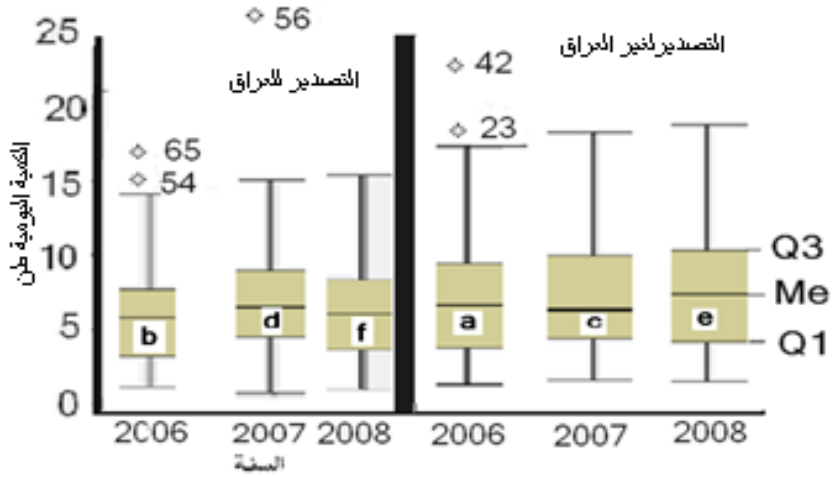
ويبدو هنا أنَّ العوامل الخارجة عن حدود السوق -التي كانت تؤثر في تصدير العِنَب إلى العراق- قد انخفض تأثيرها في الطلب، فظهرت علاقة ارتباط التدفق بالموسم معنويّة، وإن كانت أضعف من نظيراتها لإجمالي الكميَّات المعروضة في السوق، ولتلك المطلوبة للتصدير لدول غير العراق، في حين كان هذا الارتباط ظاهرياً للموسمين السابقين. والدليل أنَّ المسار الزمني للكميَّات المبيعة للمُصدِّرين للعراق قد تشابه تقريباً مع المسار الزمني للكميَّات المبيعة للتصدير لدول غير العراق، وتُظهر ذلك الخطّوط البيانية في الشكلين (36) وَ(37). أما الجزءان (f) و(e) من الشكل (38) فقد زالت القيم المُتطرّفة؛ ما يعني أنَّ الكميَّات أصبحت أكثر استقراراً، وبالتحرّي الدقيق لكل أجزاء الشكل (38) يتَّضح أنَّ تشتت الكميَّات كان مُتقارباً لكل من الحالات الست، ودل على ذلك أنَّ قيم المدى الرُبيعي كانت مُتقاربة، ويظهر ذلك من خلال مُقارنة أطوال الصناديق البيانية؛ إذ كانت مُتقاربةً؛ فالكميَّات اليوميّة التي تدخل السوق لم تتغيّر بسبب تناقص طول الموسم عام 2008 عن سابقيه؛ فترافق تناقص طول الموسم مع تناقص إجمالي الإنتاج. كما أنَّ توزّع البيانات كان منتظماً إلا في حالتين، هما: الجزء (b) الذي يُمثّل كميَّات العِنَب المَبيع للتصدير للعراق في 2006، حيث كان توزّع البيانات ملتوياً إلى اليسار؛ أي إنَّ الالتواء في هذه الحالة كان سالباً. وكذلك في الجزء (c) الذي يُمثّل كميَّات العِنَب التي بيعت للتصدير لدول غير العراق في 2007، وهنا كان توزّع الكميَّات ملتوياً إلى اليمين، كون الوسيط كان أقرب إلى الرُبيع الثالث منه إلى الرُبيع الأول، ومنه فالتواء التوزّع كان موجباً. لكنَّ الحالات الست اشتركت في أنَّ الذيل الأيسر للصندوق البياني كان أطول من الذيل الأيمن له؛ لذا فالفرق بين الكميَّات كان يزداد كلّما ازدادت هذه الكميَّات، ويقل كلّما انخفضت.



الشكل (37): انحدار التدفق اليومي لكميَّات عِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق لموسم 2008.

مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

تبدو من الشكل (37) فترة التشتت المُرتفع للكميَّات المحصورة بين الخطّين X وَ Y كانت أقصر من نظيرتها للتصدير لدول غير العراق للموسم نفسه، والبواقي أعلى لجهة المقارنة نفسها كما في الشكل (38).



الشكل (38): مُقارنة التغيّر اليومي للكميَّة المدروسة من عِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق ولدول غير العراق في السنوات 2006 – 2008.

مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

حيث تُشير (◊) إلى اليوم من الموسم الذي دخلت فيه كميَّات كبيرة ويسميها التحليل بالقيم المُتطرّفة.

Q1 تُشير إلى الرُبيع الأول، Me تُشير إلى الوسيط، Q3 تُشير إلى الرُبيع الثالث.

a : كمية العِنَب المَبيع في سوق الجملة بهدف التصدير لدول غير العراق في موسم 2006.

b : كمية العِنَب المَبيع للتصدير للعراق في موسم 2006.

c : كمية العِنَب المَبيع للتصدير لدول غير العراق في موسم 2007.

d : كمية العِنَب المَبيع للتصدير للعراق في موسم 2007.

e : كمية العِنَب المَبيع للتصدير لدول غير العراق في موسم 2008.

f : كمية العِنَب المَبيع للتصدير للعراق في موسم 2008.

4. دراسة التدفق الزمني لعِنَب المائدة المَبيع لمسلك السوق المحلية.

كان لافتاً للنظر أنَّ تغيرات تدفّق العِنَب المَبيع للسوق المحلّية لم تأخذ اتجاهاً زمنياً مُحدداً، ولم تستطع جميع أشكال العلاقات الرياضية تفسيرها، وهذا يعني أنَّ أولوية بيع العِنَب كانت للتصدير، وما لم يُفلح الوُسطاء ببيعه للمُصدّرين كان يُباع للسوق المحلّية؛ كونها كانت تدفع أسعاراً أقل بكثير من الأسعار التي يدفعها المُصدّرون؛ أي إنَّ الطلب للسوق المحلّية كان محكوماً بالطلب على التصدير.

كما أنَّ هناك كميَّات كبيرة كانت تدخل السوق المحلّية دون المرور بصورة بيع الجُملة؛ إذ يقوم المُنتِجون بنقل أعنابهم إلى المحال العائدة للوُسطاء، ليبيعوها بصورة نصف الجُملة؛ أي ليس حُمولةً كاملة، ولكن كل صفقة هي مُجموعة صناديق عِنَب يختلف عددها بحسب طلب المُشتري.

رابعاً- دراسة أسعار عِنَب المائدة في سوق الجُملة للفترة 2006-2008.

خلافاً لِما يتوقّعه الكثيرون فعِنَب المائدة ليس من فواكه الفترة التسويقيّة الحرجة؛ أي إنَّ ما تُبديه الأسواق من اختناقٍ خلال فترة زمنيةٍ محدودة، هو دليل على عدم القدرة على التخطّيط للتسويق؛ فيرى (Crisosto and Smilanick, 2000) أنَّ عِنَب المائدة ليس من فواكه الفترة الحرجة؛ كون ثماره مُنخفضة النشاط الفيزيولوجي؛ ومن ثمَّ فالعناقيد الناضجة يُمكن أنْ تستمر لفترةٍ طويلةٍ على الأشجار، مُحافظةً على نضارتها، وجاهزةً للقطاف.

ويُعد السعر الذي يحظى به عِنَب المائدة في سورية مُتدنياً جداً، إذا ما جرت مُقارنته بالأسعار العالميَّة لأعناب المائدة؛ مما يعكس وجود مُشكلة، أو أكثر تستوجب المُعالجة، كما أنَّ هذا السعر يمرُّ بفترةٍ حرجةٍ جداً، وهي فترة العرض الأعظمي من العِنَب في مُنتصف الموسم.

درس (White *et at*, 1999) أسعار الجُملة لعِنَب المائدة في أسواق الولايات المُتَّحدة، وحددوا مُتوسطاتها للفترة 1994- 1998. وتوصّلوا إلى أنَّ أعلى مُعدَّل لأسعار الجملة كان عام 1997، بما يُعادل 1240 دولار/طن، وأنَّ أخفض مُعدَّل للأسعار كان عام 1995؛ إذ بلغ 980 دولار/طن. أما في أستراليا وحسب دراسة (Ngo, 2002) فقد كان المُتوسط السنوي لأسعار الجُملة في سوقها المحلّية 5000 دولار/طن، وهذا الفرق الكبير في أسعار العِنَب بين سورية وغيرها، يعني أنَّ هناك إمكانية كبيرة لتصدير كميَّات كبيرة من العِنَب السوري، إذا أمكن تحديد مُتطلبات السوق الخارجية.

يُعدُّ تقلُّب الأسعار خلال الموسم عاملاً سلبياً، ويبعث على الشعور بالمُخاطرة أثناء اتخاذ القرار بالاستثمار في زراعة كروم العنب، وكلما كانت الأسعار أكثر تقلُّباً شعر المُنتِج بمُخاطرة أعلى، وهذا يجعل الذين يرغبون بالاستثمار في ظروف المخاطرة السعرية قلَّة (Correia, 1998).

درس البحث أسعار عنب المائدة المبيع بصورة الجملة بشكل عام، بدون تحديد المسالك التسويقية التي اتجه إليها، ثم درس هذه الأسعار لكل مسلك من هذه المسالك، وقارن بينها، وشرح النتائج، وفسرها. وكانت دراساته الجزئية كما يلي:

1. دراسة أسعار عِنَب المائدة المبيع بصورة الجُملة.

1) دراسة أسعار عِنَب المائدة في سوق الجُملة لموسم 2006.

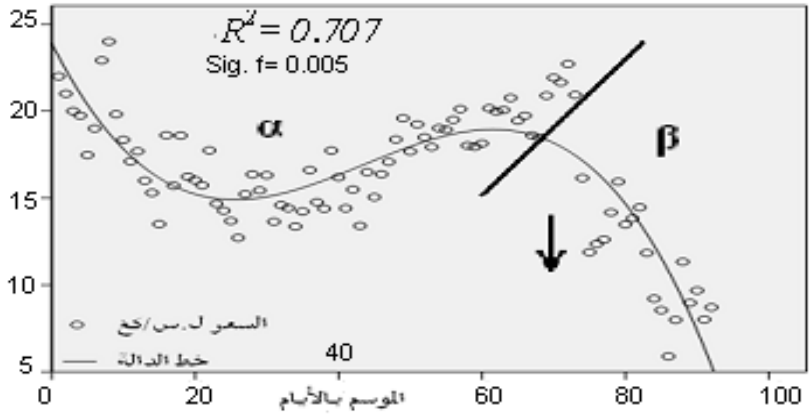
تراوحت المُتوسطات اليوميّة لأسعار الأعناب التي بيعت بصورة الجُملة بغض النظر عن المسلك الذي آلت إليه بين 24.32 ل.س/كغ كأعلى قيمة يومية، وَ4.66 ل.س/كغ كأدنى قيمة، كما بلغ مُتوسطها لكامل الموسم 16.34 ل.س/كغ، وبانحرافٍ معياريٍ قدره 3.91 ل.س/كغ، وانخفاض قيمة الانحراف

المعياري هذا يعكس حالةً من تُقاربِ الأسعار، حتّى أنَّ القيم العُليا للمُتوسط المُرجّح اليومي، وإن بدت مُنخفضة مقارنة بالموسمين التاليين، إلا أنَّها كانت قيماً مُتطرّفة كما بيّن الصندوق البياني في الشكل (33).

وقد أبدى تغيُّر المُتوسط اليومي المُرجّح للسعر خلال هذا الموسم ارتباطاً بالزمن؛ إذ كان مُعامل التحديد المُرتبط بالتابع الصحيح من الدرجة الثالثة معنوياً وبيّنت العلاقة (22) الدالّة المُعبّرة عن انحدار هذه المُتوسطات على الموسم، كما رسم الشكل (39) طبيعة هذا الانحدار.

العلاقة (22): $P_{total2006}=0.005(T_{total2006})^3 +0.023\ (T_{total2006})^2 -0.818(T_{total2006}) + 23.92 + u$

حيث أُشير إلى المُتوسط المُرجّح للسعر اليومي لعِنَب المائدة في موسم 2006 في تاريخ مُعيَّن بـ $P_{totoal2006}$، وإلى مُتغيّر الزمن المُعبِّر عن تاريخ حساب السعر المُرجح خلال الموسم بـ $T_{total2006}$، وقد أخذ قيماً مُتصاعدة من 1 في بداية الموسم إلى 92 في نهايته، كما أشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.



الشكل (39): انحدار المُتوسط اليومي لسعر الجُملة المُرجّح لعِنَب المائدة على موسم 2006.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

يكشف الشكل (39) مرحلتين سعريتين: أخذت الأولى (α) شكل المنحنى الطبيعي لأسعار المُنتَجات الزراعية في مواسم إنتاجها؛ إذ بدأت قيم الأسعار مُرتفعة ثمَّ انخفضت بمرور الزمن وعاودت الارتفاع، لكنَّ المرحلة الثانية (β) شهدت انهياراً كبيراً لهذه الأسعار إلى درجة جعلت كثيراً من المُنتِجين يُعرِضون عن تسويق مُنتَجهم، ويؤثرون إتلافه، إذ وصلت هذه الأسعار إلى ما دون 5 ل.س/كغ، في وقتٍ كان يزيد فيه الهامش التسويقي الذي يقع على عاتق المُنتِج عن هذه القيمة. ويتمثّل هذا الهامش أساساً بقيمة العبوات، وتكاليف النقل إلى السوق، كما بيَّنت دراسة برنامج التكاليف.

2) دراسة أسعار عِنَب المائدة في سوق الجُملة لموسم 2007.

كانت المُتوسطات المُرجّحة لأسعار هذا الموسم أعلى من سابقه، وأكثر تشتتاً؛ نتيجةً لارتفاع الأسعار الكبير الذي ساد آخر الموسم، وهذا الارتفاع في الأسعار في الأشهر الأخيرة من عام 2007 لم يكن مُؤشّراً خاصاً بعِنَب المائدة، ولا مُؤشّراً سورياً داخلياً؛ بل كان ارتفاعَ أسعارٍ عالمي، وقدّرت مُنظَّمة الأغذية والزراعة للأمم المُتَّحدة FAO هذا الارتفاع بحدود 27% زيادةً عن الأسعار التي كانت سائدة قبله في حين أنَّ ارتفاع أسعار 2008 عن مستويات 2006 كان بحدود 57% (FAO, 2009).

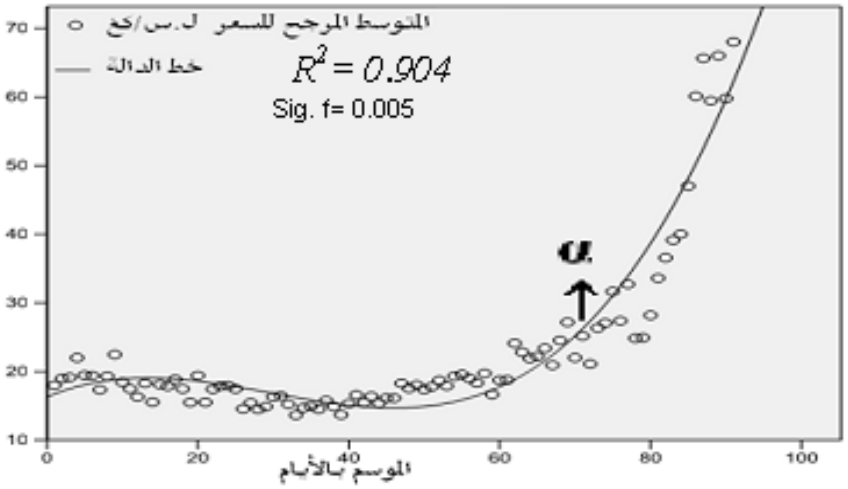
وعليه فقد بلغ أعلى مُتوسط يومي مُرجّح سجّلته الدراسة 72.09 ل.س/كغ، وأدنى مُتوسط 9.17 ل.س/كغ. وقد كانت أسعار الثُلث الأخير من الموسم مُتميّزةً؛ حيث حقق العِنَب أسعاراً عاليةً جداً، اعتباراً من النقطة (α) في الشكل (40)، في حين كان الثلث الأخير من موسم 2006 مُتميّزاً بانخفاض أسعاره،

اعتباراً من النقطة (β) في الشكل (39). وقد بلغ مُتوسط السعر الإجمالي لهذا الموسم 21.68 ل.س/كغ؛ أي بزيادة عن الموسم الذي سبقه بلغت 32.7%.

وقد أبدت هذه المُتوسطات ارتباطاً قوياً بالزمن خلال الموسم، فكان مُعامل التحديد المُتعلّق بالتابع الصحيح من الدرجة الثالثة معنوياً، وعبّرت العلاقة (23) عن انحدار هذه المُتوسطات على الموسم، كما رسم الشكل (40) طبيعة هذه العلاقة.

العلاقة (23): $P_{total2007}=0.005(T_{total2007})^3 -0.022 (T_{total2007})^2 +0.462(T_{total2007}) + 16.289+u$

وأشارت $P_{totoal2007}$ إلى المُتوسط المُرجّح للسعر اليومي في يوم مُعيَّن من موسم 2007، كما أشارت $T_{total2007}$ إلى مُتغيّر الزمن المُوافق لهذا اليوم، وقد أخذ قيماً مُتصاعدة من 1 في بداية الموسم إلى 91 في نهايته، في حين أشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.



الشكل (40): انحدار المُتوسط اليومي للسعر المُرجّح لعِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2007.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

إنَّ الارتفاع العالمي لأسعار المُنتَجات الزراعية في أواخر عام 2007 يُبرر جزءاً من هذا الارتفاع الكبير في الأسعار، لكنَّ الانخفاض الكبير في أسعار العِنَب في أواخر الموسم الذي سبق، إضافة إلى الأمطار التي أتلفت كميَّات كبيرةً من المحصول، صنعت نوعاً من الرهبة من تأخير الإنتاج على الأشجار؛ لذلك سارع كثيرٌ من المُنتِجين إلى التسويق سريعاً، ويُمكن أنْ يتضح ذلك من الشكل (61).

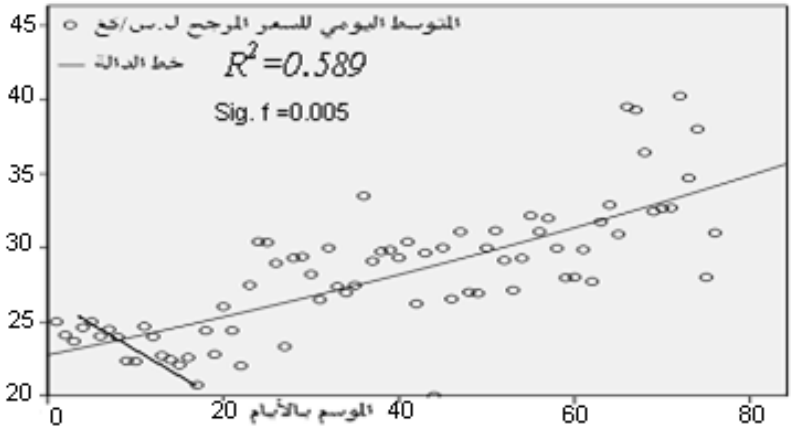
3) دراسة أسعار عِنَب المائدة في سوق الجُملة لموسم 2008.

دفع رفع أسعار المحروقات المُنتِجين إلى تسريع تسويق أعنابهم؛ لتقليل التكاليف المُتغيِّرة، وساعدت حالة تسريع التسويق، والعرض الكبير من المُنتَج في بداية الموسم على انخفاض أسعار بداية الموسم مقارنة بالمُتوسط الإجمالي لأسعار الموسم كاملاً. عِلماً بأنَّ أسعار بداية الموسم يُفترض أنْ تزيد على المُتوسط الإجمالي لأسعار الموسم، لكنَّها وعلى الرغم من أنَّها بدأت مُنخفضة فقد سارت مُنحدرة لأيام معدودة بعدها، وبنسبٍ قليلةٍ، لم تكن معنويّة في نظر الدالّة التي عبّرت عن تغيُّر هذه الأسعار خلال الموسم كما في الشكل (41)، أما بقية الموسم فقد سارت أسعاره بشكلٍ نمطي؛ حيث استمرت بالارتفاع حتّى نهايته. وقد منع انخفاضها الذي ساد بداية الموسم إظهار تقعّر الخط البياني للسعر بشكلٍ طبيعي.

وهذا جعل التابع المُركّب أقدر على تمثيل تغيُّراتها اليوميّة بمرور الزمن ضمن الموسم من أي تابعٍ آخر، فقد كان مُعامل تحديده معنوياً، وكانت دالّة انحدارها على الزمن كما في العلاقة (24).

العلاقة (24): $P_{total2008}=22.766(T_{total2008})^{1.005} + u$

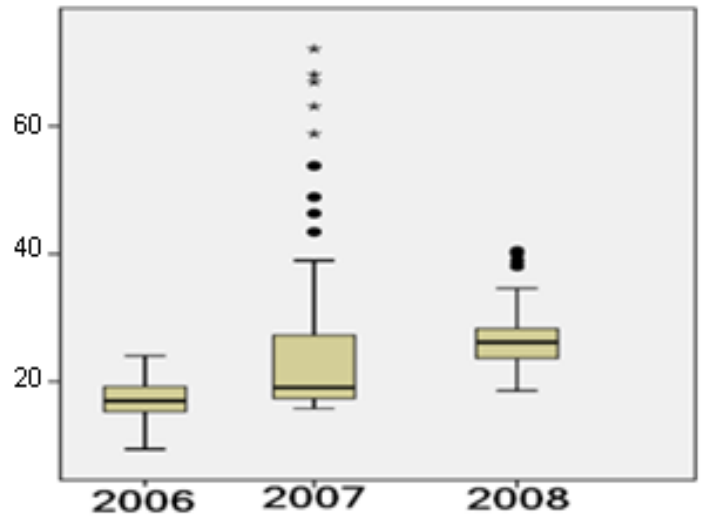
حيث رمزت $P_{totoal2008}$ إلى المُتوسط المُرجّح للسعر اليومي في يوم مُعيَّن من موسم 2008، وإلى مُتغيّر الزمن المُوافق لهذا اليوم بـ $T_{total2008}$، وقد أخذ قيماً مُتصاعدة من 1 في بداية الموسم إلى 79 في نهايته، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.



الشكل (41): انحدار المُتوسط اليومي للسعر المُرجّح لعِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2008.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

4) مُقارنة أسعار العِنَب المبيع للسوق المحلية للمواسم 2006 وَ2007 وَ2008.

أمكن للبحث مُقارنة البيانات الرئيسية المُتعلّقة بالأسعار في كلٍ من هذه المواسم الثلاثة من خلال الصندوق الخُماسي للبيانات، كما في الشكل (42)، فقد كشف صندوق بيانات المُتوسطات المُرجّحة لموسم 2006 عن توازنٍ ملموسٍ في مُستويات الأسعار؛ إذ كان خط الوسيط في مُنتصف الصندوق البياني تقريباً، وكان ذيلا الصندوق مُتقاربين طولاً، إضافةً إلى عدم وجود أي قيم مُتطرّفة أو شاذّة.



الشكل (42): مقارنة المُتوسط اليومي لأسعار عِنَب المائدة المبيع في سوق الجُملة للمواسم 2006 وَ2007 وَ2008.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

أما في حالة الصندوق البياني لموسم 2007 فقد كان الوسيط قريباً جداً من الرُبيع الأول، والذيل الأول للصندوق البياني أقصر بكثير من الذيل الثاني، كما ظهر العديد من القيم المُتطرّفة والشاذّة، وكانت قيمة الوسيط قريبة جداً من قيمة وسيط أسعار موسم 2006؛ وهذا يعني أنَّ الأسعار التي يُمكن أنْ تُؤخذ بالحسبان عند أي تخطّيط يتعلق بالتسويق أدنى من الأسعار التي ظهرت في موسم 2007. أي لا يُمكن التعويل على الأسعار المُرتفعة لأعناب هذا الموسم عند اتخاذ أيِّ قرارٍ يتعلق بالسياسات التسويقيّة.

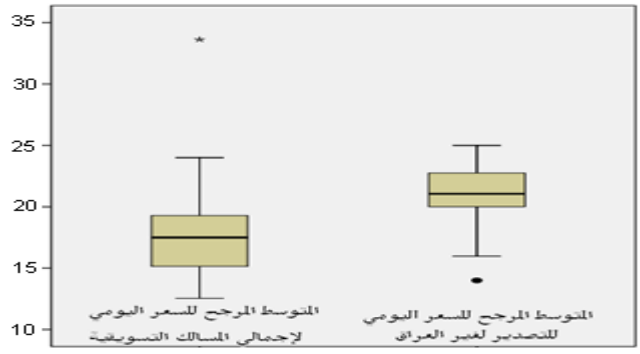
أما أسعار 2008 والتي وإن بدت أعلى من أسعار سابقيه فإنَّ مُؤشّراتها كانت مُشابهةً لمُؤشّرات موسم 2006، وهذا يُعزز ما وصل إليه البحث بأن مُعدَّلات أسعار موسم 2007 لم تكن نمطية.

2. دراسة أسعار عِنَب المائدة المبيع للتصدير لدول غير العراق.

1) **دراسة أسعار الجُملة لعِنَب المائدة المبيع للتصدير لدول غير العراق لموسم 2006.**

لدى مُقارنة قيم الانحراف المعياري لكل من المُتوسط المُرجّح للسعر اليومي لأعناب المائدة المبيعة في سوق الجُملة، بنظيره للأعناب المبيعة للتصدير لدول غير العراق تبيّن الفرق الكبير بين قيمهما؛ إذ بلغ الأول 4.23 ل.س/كغ، في حين كان الثاني 2.26 ل.س/كغ، وهذا يعني أنَّ أسعار العِنَب المبيع للتصدير لدول غير العراق كانت أكثر تجانساً، وأقرب إلى بعضها. وهذا يعكس استقرار الطلب في السوق الخارجيّة.

وبيّنت مُقارنة الصندوق الخُماسي للبيانات للمجموعتين السابقتين كما في الشكل (43) أنَّ أسعار التصدير كلّما ارتفعت تقاربت؛ إذ كان الوسيط أقرب إلى الرُبيع الأول من الرُبيع الثالث، كما كان الذيل السُفلي للصندوق البياني أطول من الذيل العُلوي.

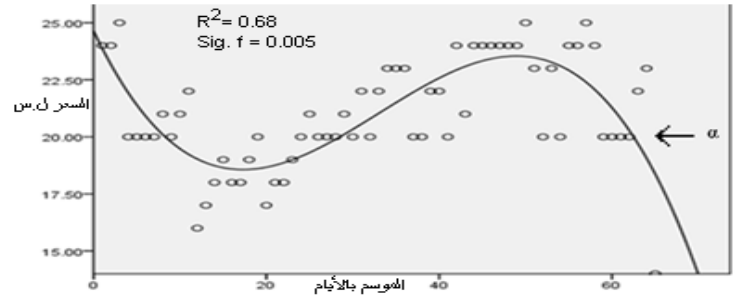


الشكل (43): مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للتصدير لدول غير العراق بنظيره لإجمالي المسالك لموسم 2006.
مصدر البيانات: عينة الدراسة.

بيّنت الدراسة أنَّ التابع الصحيح من الدرجة الثالثة هو الأمثل للتعبير عن العلاقة بين مُتوسطات الأسعار المُرجّحة للعِنَب المبيع للتصدير لدول غير العراق بالزمن؛ إذ كان مُعامل تحديده معنوياً، والدالّة كما في العلاقة (25)، وطبيعة العلاقة كما في الشكل (44)، إذ كانت P_{ex2006} المُتوسط المُرجّح للسعر اليومي للعِنَب المبيع للتصدير لدول غير العراق في موسم 2006، و T_{ex2006} مُتغيّر الزمن خلال الموسم، وقد أخذ قيماً مُتصاعدة من 1 في بدايته إلى 65 في نهايته. وأشارت u إلى عنصر الخطأ أو التشويش العشوائي.

العلاقة (25): $$P_{ex2006} = -0.814(T_{ex2006})^3 - 0.032(T_{ex2006})^2 + 24.574 + u$$

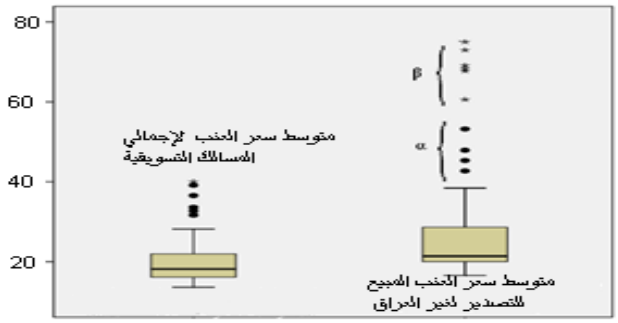
ويكشف الشكل (44) أنَّ هناك تكرارات لمُتوسطات الأسعار المُرجّحة اليوميّة، كانت تمرّ أحياناً لعدة أيام متوالية، وهذه وافقت المنوال الذي كانت قيمته 20 ل.س/كغ، كما تشير إليه القيمة (α) في الشكل (45).



الشكل (44): انحدار المُتوسط اليومي المُرجّح لسعر العِنَب المبيع للتصدير لدول غير العراق على الزمن لموسم 2006.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

2) دراسة أسعار الجُملة لعِنَب المائدة المبيع للتصدير لدول غير العراق لموسم 2007.

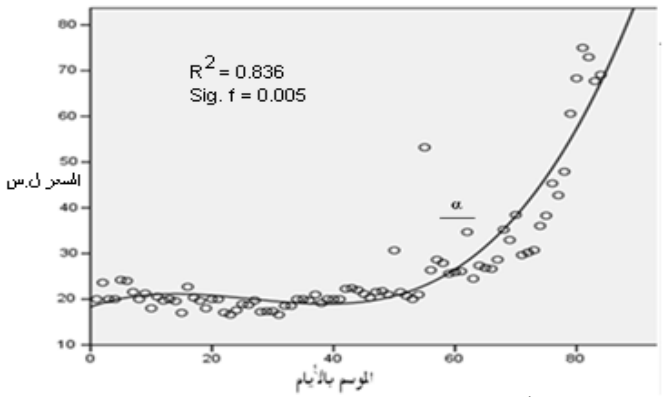
كانت قيمة الانحراف المعياري للمُتوسط المُرجّح للأسعار اليوميّة للعِنَب المبيع للتصدير في هذا الموسم مُرتفعة جداً، فبلغت 13.76 ل.س/كغ، وهذا عائدٌ إلى ارتفاع الأسعار في أواخر الموسم. كما كشف الصندوق البياني المُبيَّن بالشكل (45) أنَّ وسيط هذه الأسعار كان يزيد قليلاً عن 20 ل.س/كغ، وأنَّ الأسعار المُرتفعة التي وصلت إلى 75 ل.س/كغ في أواخر الموسم كانت قيماً مُتطرّفة (α) وقيماً شاذّة (β)، لا يُمكن أخذها بالحسبان عند التوقع الرياضي للأسعار المُستقبلية استناداً إلى هذه الأسعار، لكن لما كانت قيم المُتوسط اليومي المُرجّح لجميع الأعناب التي بيعت في السوق في هذا الموسم لم تتجاوز 45 ل.س/كغ؛ فهذا يعني أنَّ الأيام التي كانت تُباع فيها أعناب التصدير بأسعار عالية كانت تترافق بأسعار مُنخفضة جداً للأعناب التي تُباع لباقي المسالك التسويقيّة. وبمعنى آخر لو أجريت هذه المُقارنة بالمُتوسط اليومي للسعر المُرجّح لوُجِدَ الفرق أكبر بكثير.



الشكل (45): مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للتصدير لدول غير العراق بنظيره لإجمالي المسالك لموسم 2007.
مصدر البيانات: عينة الدراسة.

أظهرت الدراسة أنَّ التابع الصحيح من الدرجة الثالثة هو الأمثل للتعبير عن العلاقة بين أسعار العِنَب المَبيع للتصدير لدول غير العراق في موسم 2007 والزمن؛ حيث كان مُعامل تحديده معنوياً، والدالّة كما في العلاقة (26)، وبيّن الشكل (46) خط الدالّة وانتشار البيانات؛ إذ كانت P_{ex2007} مُتوسط سعر للعِنَب المبيع للتصدير في موسم 2007، و T_{ex2007} مُتغيّر الزمن عبر الموسم، و u عامل التشويش العشوائي.

العلاقة (26): $$P_{ex2007} = - 0.465(T_{ex2007})^3 - 0.023(T_{ex2007})^2 + 18.318 + u$$



الشكل (46): انحدار المُتوسط اليومي المُرجّح لسعر العِنَب المبيع للتصدير لدول غير العراق على الزمن لموسم 2007.
مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

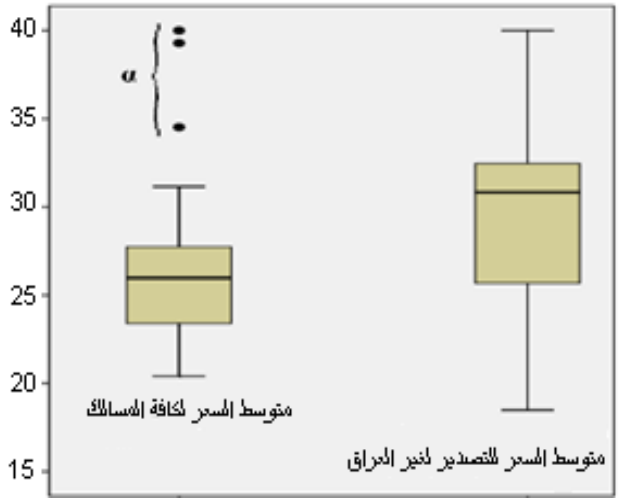
وتميَّزت أسعار هذا المسلك من أسعار إجمالي الأعناب التي بيعت بصورة الجملة بأنَّها كانت أعلى عموماً، كما أنَّها بدأت الارتفاع اعتباراً من اليوم 50 من عمر الموسم، في حين أنَّ أسعار إجمالي الأعناب كما في الشكل (40)، قد بدأت الارتفاع اعتباراً من اليوم 60 من الموسم.

3) دراسة أسعار الجُملة لعِنَب المائدة المبيع للتصدير لدول غير العراق لموسم 2008.

كانت قيم الانحرافات المعيارية لأسعار الجُملة المُرجّحة اليوميّة لكل من مسلك التصدير لدول غير العراق من جهة، ولإجمالي الأعناب المبيعة في سوق الجُملة بغض النظر عن المسالك التي سارت فيها من جهة ثانية. كانت هذه الانحرافات المعيارية مُنخفضة، ومُتقاربة عُموماً؛ إذا ما قُورنت بمثيلتها لموسم 2007، كما أنَّها كانت قريبة من انحرافات نظيرتها لموسم 2006، وهذا يعني أنَّ التشتت اليومي لأسعار موسمي 2006 وَ 2008 كان نمطياً، على الرغم من التفاوت الكبير بين قيم مُتوسطات هذه الأسعار خلال هذين الموسمين، وبذلك فهما يعكسان حالة أسعار عِنَب المائدة الاعتيادية في حين أنَّ تشتت أسعار موسم 2007 كان خارجاً عن سياقها.

ويتضح من الشكل (49) أنَّ القيم التي أبعدت الانحراف المعياري لأسعار موسم 2007 عن سياق الموسمين الباقيين قد عدّها تحليل الصندوق الخُماسي للبيانات قيماً شاذّة ومُتطرّفة، وهذا يؤكد ما وصل إليه البحث في الفقرة السابقة.

أما مُقارنة المُتوسطات اليوميّة المُرجّحة لمُتوسطات أسعار العِنَب الذي بيع بصورة الجُملة لموسم 2008، بالمُتوسط المُقابل لإجمالي العِنَب الذي بيع في سوق الجُملة، كما في الشكل (47). فقد تبيّن من خلالها أنَّ المُتوسط الأول كان أكثر استقراراً، على الرغم من أنَّه أعلى بشكلٍ عام، كما كان ينزع إلى الارتفاع؛ كون وسيطه كان أقرب إلى الرُبيع الثالث منه إلى الرُبيع الأول. إضافة إلى غياب القيم المُتطرّفة (α) التي ظهرت في حالة أسعار العِنَب المُصدّر لدول غير العراق.

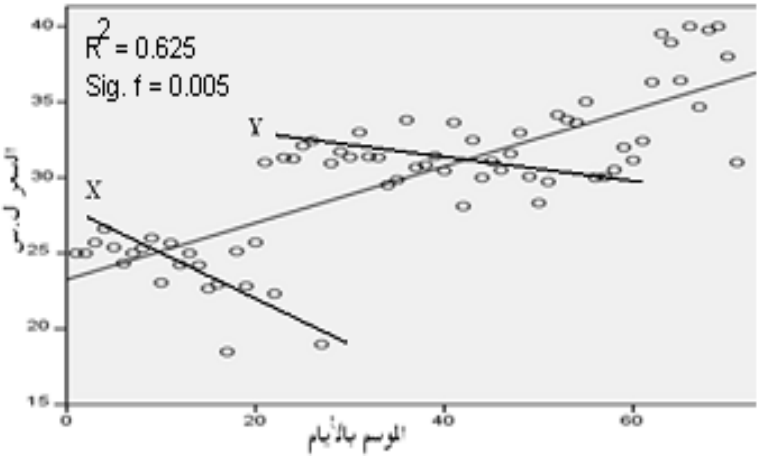


الشكل (47): مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المبيع للتصدير لدول غير العراق بنظيره لإجمالي العِنَب المبيع بصورة الجُملة لموسم 2008.

مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

أما علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار الجُملة لعِنَب المائدة المبيع للتصدير لدول غير العراق بالزمن من خلال مرور موسم 2008 فقد أخذت شكل التابع الخطّي؛ حيث كانت الدالّة كما في العلاقة (27)، والشكل البياني كما في الشكل (48)، إذ كانت P_{ex2008} المُتوسط المُرجّح للسعر اليومي للعِنَب المَبيع للتصدير لدول غير العراق في موسم 2008، وT_{ex2008} مُتغيّر الزمن مُعبّراً عنه بأيام الموسم، وu عامل التشويش العشوائي.

العلاقة (27): $$P_{ex2008} = 0.187\ T_{ex2008} + 23.262 + u$$



الشكل (48): انحدار المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المبيع للتصدير لدول غير العراق على الزمن لموسم 2008.

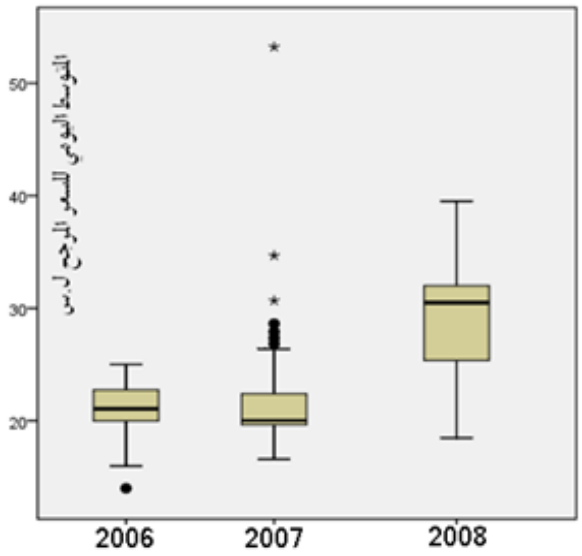
مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

يوضح الشكل (48) أنَّ الأسعار قد انخفضت بوضوح خلال الثلث الأول من الموسم، كما مثّلها الخط X، وهذا مسارٌ طبيعي لأسعار المُنتَجات الزراعية خلال مواسم تسويقها، لكن اعتباراً من اليوم 25 من موسم التسويق أخذت الأسعار مستوىً مُرتفعاً، وسارت مُنخفضةً بعد ذلك حتى اليوم 60 من الموسم، كما مثّلها الخط Y، ثمَّ سلكت اتجاهاً مُتزايداً حتى نهاية الموسم، وهذا يعني أنَّ أسعار بداية الموسم كانت مُنخفضة عُموماً مُقارنة بالسلوك الإجمالي للأسعار خلال الموسم.

ومسار الأسعار في أواخر هذا الموسم يكشف أنَّ نهاية الموسم كانت مُبتسرة، وقد عُلِلَ ذلك مُسبقاً بأنّه من النتائج السلبية لارتفاع أسعار المحروقات.

4) مُقارنة أسعار العِنَب المبيع للتصدير لدول غير العراق للمواسم 2006 وَ2007 وَ2008.

كشفت مُقارنة مُتوسطات أسعار العِنَب المبيع لدول غير العراق لكل من المواسم الثلاثة كما في الشكل (49) أنَّ مسار أسعار موسم 2007 كان مُختلفاً عن مساري أسعار الموسمين الباقيين، وأنَّ الارتفاع الكبير في أسعار موسم 2008 لم يكن شاذاً عن الاتجاه العام للأسعار؛ لذلك فإنَّ أسعار التصدير يُمكن أنْ ترتفع ارتفاعاً بيِّناً، إذا ما تدخّلت عواملُ من شأنها أنْ تُعزّز دوافع الشراء لدى المُستهلك.



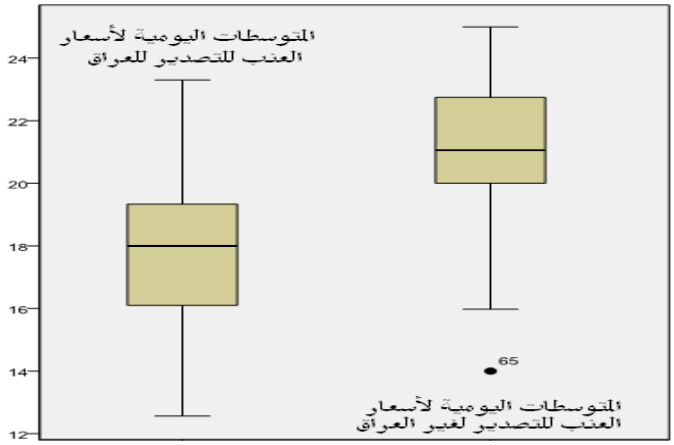
الشكل (49): مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المبيع للتصدير لدول غير العراق للفترة 2006-2008.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

3. دراسة أسعار عِنَب المائدة المبيع في سوق الجُملة للتصدير للعراق.

1) دراسة أسعار الجُملة لعِنَب المائدة المبيع للتصدير للعراق لموسم 2006.

كانت قيمة الانحراف المعياري للمتوسطات اليومية المرجحة للأسعار في هذه الحالة هي 2.74 ل.س/كغ، وكان نظيرها لحالة التصدير لدول غير العراق 2.26 ل.س/كغ للموسم نفسه؛ ومن ثمَّ فقد كانت هذه القيم مُتقاربة جداً، ومُنخفضة عموماً، ومنه فسلوك السعر في هاتين الحالتين كان متجانساً، وإن تباينت مُعدّلاتهما.

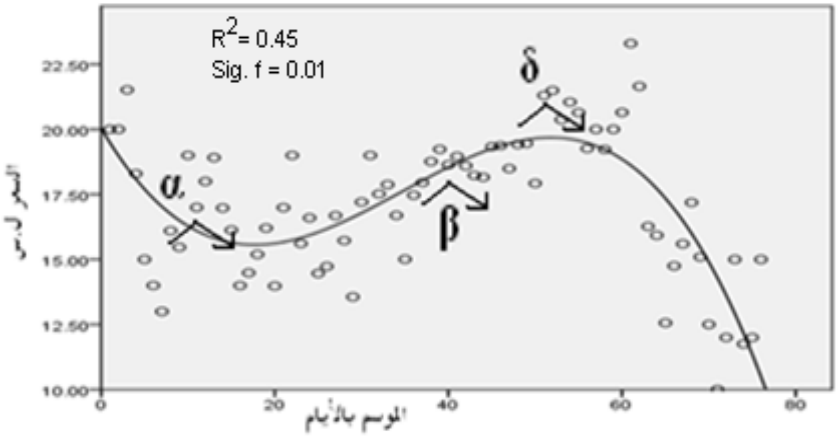
وقد كشف الشكل (50) أنَّ قيمة الوسيط لأسعار العِنَب المبيع للعراق كانت أقرب إلى الرُبيع الثالث، على عكس نظيرها لحالة التصدير لدول غير العراق؛ أي إنَّ السعر كان عاملاً مُحدداً في حالة التصدير للعراق أكثر من حالة التصدير لدول غير العراق، على الرغم من أنَّ السعر في الحالة الأولى كان أخفض منه في الحالة الثانية عموماً.



الشكل (50): مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المبيع للتصدير للعراق بنظيره لدول غير العراق لموسم 2006.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

وكان التابع الخطّي من الدرجة الثالثة هو الأمثل للتعبير عن العلاقة بين المُتوسطات اليوميّة للأسعار المُرجّحة للعِنَب المبيع للتصدير للعراق والموسم؛ حيث كان مُعامل التحديد معنوي، والدالّة كما في العلاقة (28)، والشكل البياني كما في الشكل (51)، إذ كانت P_{iq2006} السعر اليومي للعِنَب في موسم 2006، وT_{iq2006} مُتغيّر الزمن خلال الموسم. وu عامل التشويش العشوائي.

العلاقة (28): $P_{iq2006} = -0.572\ (T_{iq2006})^3 - 0.022(T_{iq2006})^2 + 20.044 + u$



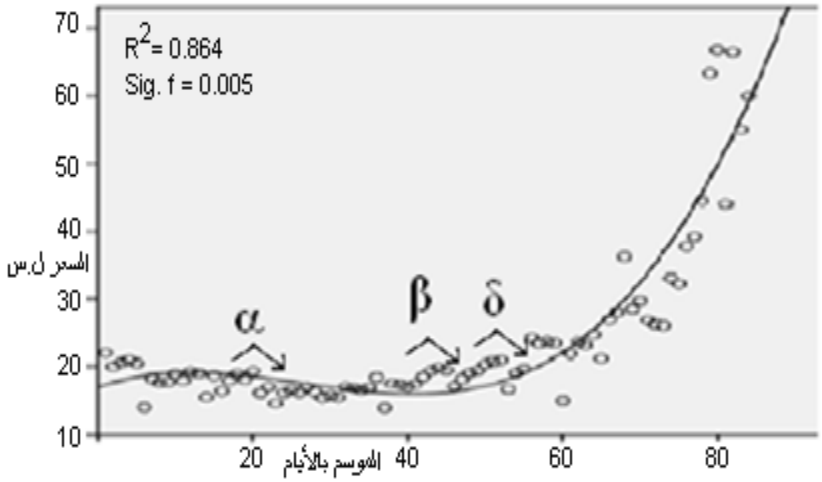
الشكل (51): علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للتصدير للعراق لموسم 2006 بالزمن.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

2) دراسة أسعار الجُملة لعِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق في سوق الجُملة لموسم 2007.

تشابهت بيانات الأسعار لهذه الحالة مع بيانات أسعار العِنَب المَبيع للتصدير لدول غير العراق للموسم نفسه؛ إذ كان الوسيط أقرب إلى الرُبيع الأول منه إلى الثالث، وكان الذيل الأعلى للصندوق الخُماسي للبيانات أطول من الذيل الأدنى؛ أي إنَّ الأسعار في الحالتين كلّما ارتفعت كلّما تباعدت.

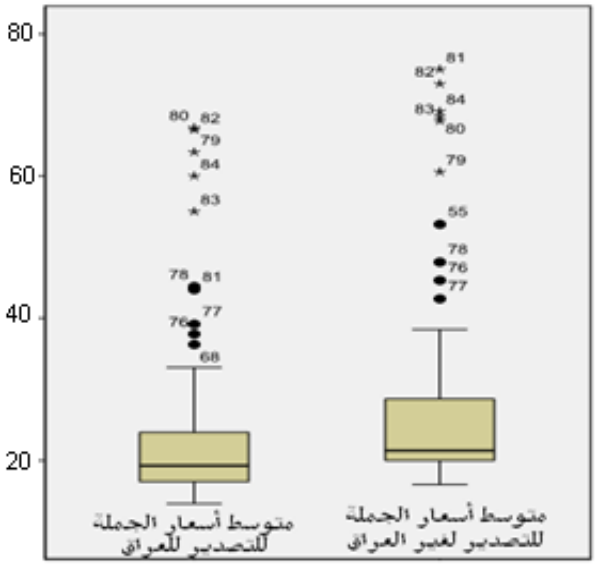
هنا كان التابع الصحيح من الدرجة الثالثة هو الأمثل للتعبير عن العلاقة بين مُتوسطات أسعار العِنَب المَبيع للتصدير للعراق بالزمن، لكنَّ الارتباط كان أقوى من نظيره لموسم 2006؛ حيث كان مُعامل التحديد معنوياً، والدالّة كما في العلاقة (29)، والشكل البياني كما في الشكل (52)، إذ كانت P_{iq2007} السعر اليومي للعِنَب في موسم 2007، وT_{iq2007} مُتغيّر الزمن في الموسم، وu عامل التشويش العشوائي.

العلاقة (29): $P_{iq2007} = -0.395(T_{iq2007})^3 - 0.021(T_{iq2007})^2 + 16.977 + u$



الشكل (52): علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للتصدير للعراق لموسم 2007 بالزمن.
مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

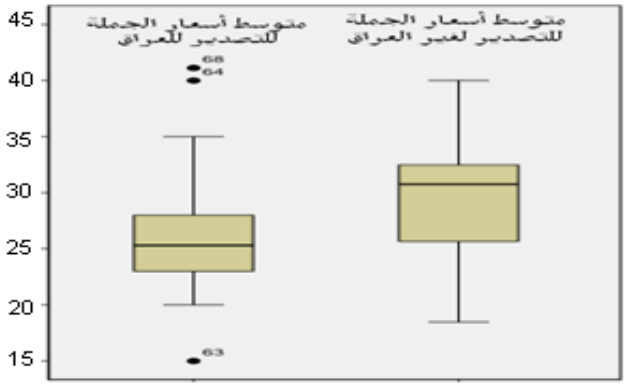
كانت أسعار هذا المسلك أقل حركية من مسلك البيع للتصدير لدول غير العراق المبيَّنة في الشكل (46)، إذ بدأت الأسعار في هذا المسلك الارتفاع اعتباراً من اليوم 65 من عمر الموسم.



الشكل (53): مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المَبيع للتصدير للعراق بنظيره لدول غير العراق لموسم 2007.
مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

3) دراسة أسعار الجُملة لعِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق في سوق الجُملة لموسم 2008.

لدى مُقارنة بيانات الصندوق الخُماسي لأسعار عِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق بالصندوق الخُماسي للعِنَب المَبيع للتصدير لدول غير العراق؛ تبين أنَّ الوسيط كان أقرب إلى الرُبيع الثالث منه إلى الرُبيع الأول، على الرغم من ظهور قيمتين مُتطرّفتين في الكِبَر في أواخر موسم التصدير للعراق، وقيمة أخرى مُتطرّفة في الصِغَر، وكانت هذه القيم كلها في أيام مُتقاربة في آخر الموسم، كما في الشكل (54).



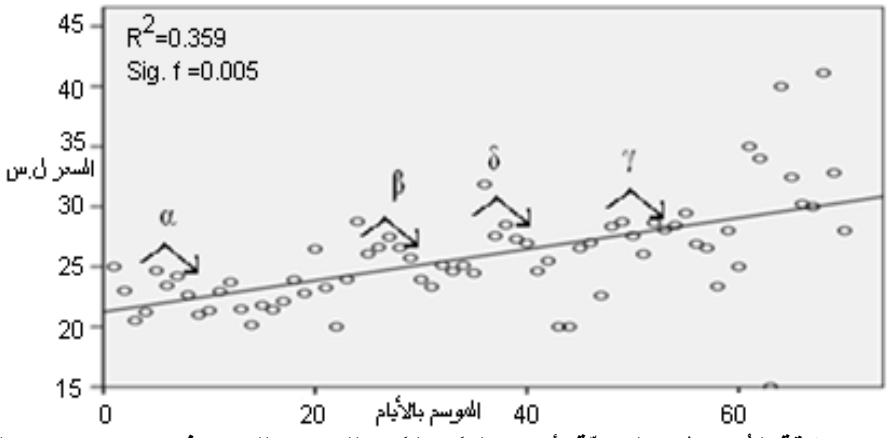
الشكل (54): مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المَبيع للتصدير للعراق بنظيره لدول غير العراق لموسم 2008.

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

كان ارتباط السعر بالزمن خلال الموسم في هذه الحالة أضعف من ارتباطه بالزمن للسنة السابقة، وعبّر عن هذا الارتباط أكثر من تابع، وكان مُعامل التحديد للتابع الخطّي معنوي، والدالّة كما في العلاقة (30)، والشكل البياني كما في الشكل (55)، إذ كانت P_{iq2008} متوسط السعر اليومي للعِنَب المَبيع للتصدير للعراق في موسم 2008، وT_{iq2008} مُتغيّر الزمن مُعبّراً عنه بأيام الموسم، وu عامل التشويش العشوائي.

العلاقة (30): $P_{iq2008} = 21.247\ (T_{iq2008}) + 0.13$

ويتضح أنَّ الأسعار سارت في موسم 2008 سيراً مُتزايداً منذ بداية الموسم وحتّى نهايته، لكنَّ هذا الموسم كان أقصر من سابقيه؛ إذ انتهى أبكر نتيجة ارتفاع أسعار المحروقات؛ ومن ثمَّ ارتفاع تكاليف الري؛ لذلك اتخذ كثير من المُنتِجين القرار بتسويق مُنتَجهم بسرعة، وعدم الانتظار على أمل ارتفاع الأسعار.



الشكل (55): علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للتصدير للعراق في موسم 2008 بالزمن.

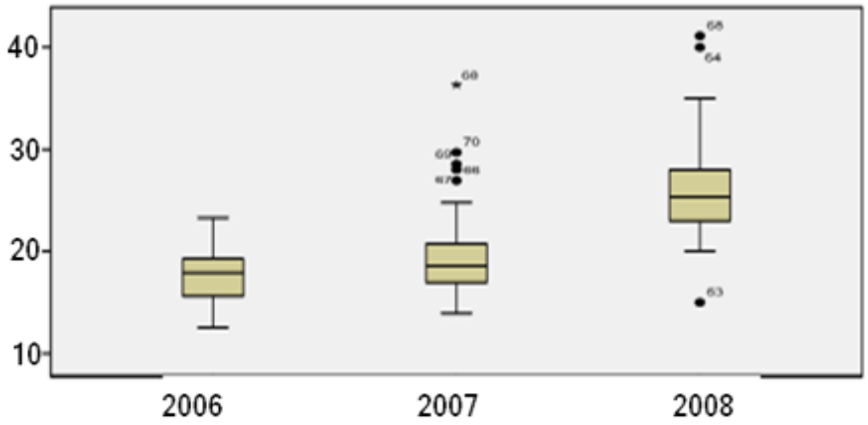
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

كشف تحليل الأشكال (51) و(52) و(55) حالات من ارتفاع الأسعار التدريجي كانت تدوم في كل مرة لثلاثة أو أربعة أيام، وتُعاود الأسعار الانخفاض بعدها مُباشرةً، ولفترةٍ مُساوية تقريباً، وهذا السلوك الدوري يُشير إلى أنَّ الكميَّات الكبيرة التي كان يتم تصديرها إلى العراق كانت تخفض أسعار العِنَب في العراق؛ نتيجةً لزيادة العرض على الطلب، وهذا يجعل المُصدّرين يُخفّضون الكميَّات التي يُصدّرونها لعدة أيام بعدها؛ كون الأسعار داخل العراق باتت غير مُشجّعة، وهذا من شأنه أنْ يُحدث تناقصاً في عرض العِنَب في السوق العراقية، وهنا تتجه الأسعار إلى الارتفاع بسبب رجحان كفة الطلب على كفة العرض، وعندها يُعاود التُجّار الحلقة منذ البداية؛ فيزيدون الكميَّات التي يشترونها للتصدير للعراق، وتعود تأثيراتها

من جديد. وهذا يُعطي إشارة إلى أنَّ سوق العِنَب في العراق كانت حساسة لتغيُّر العرض؛ ومن ثمَّ فهي تكاد تكون مُشبعة؛ ولذلك فالكميَّات التي تستوعبها من العِنَب لن تتطوَّر تطوُّراً كبيراً.

4) مُقارنة أسعار الجُملة لعِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق للفترة 2006-2008.

كانت ترتفع الأسعار بشكلٍ عام من موسم إلى آخر، في حين شهد موسم 2008 توازناً لقيمة وسيط الأسعار، لكن ذيل البيانات الأعلى كان أطول بكثير من الذيل الأسفل؛ ومن ثمَّ فالأسعار مؤهَّلة للارتفاع في حال تدخّلت عوامل من شأنها أنْ تؤثر إيجاباً في دوافع الشراء من المُستهلك، كما في الشكل (56).



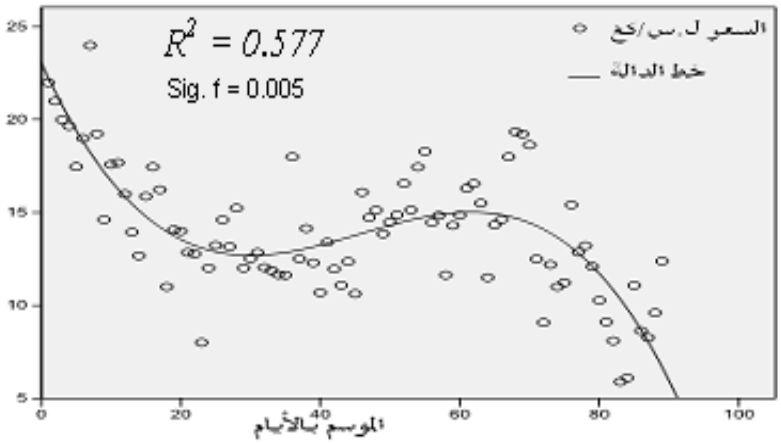
الشكل (56): مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المَبيع للتصدير للعراق للفترة 2006-2008.
مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

4. دراسة أسعار عِنَب المائدة المَبيع في سوق الجُملة لمسلك السوق المحلّية.

1) دراسة أسعار عِنَب المائدة المَبيع للسوق المحلّية في سوق الجُملة لموسم 2006.

مرّت أسعار العِنَب المَبيع للسوق المحلّية في هذا الموسم بثلاث مراحل، كما في حالتي التصدير للعراق ولدول غير العراق، إلاّ أنَّ المرحلة الثانية هنا كانت أقصر من سابقتيها، وأكثر استقراراً. وأمكن رسم تغيرات المُتوسطات اليوميّة المُرجّحة لهذه الأسعار من خلال تابع الدرجة الثالثة؛ إذ كان مُعامل تحديده معنوياً، والدالّة كما في العلاقة (31)، والخط البياني كما في الشكل (57).

العلاقة (31): $P_{sy2006} = 0.005\ (T_{sy2006})^3 + 0.02(T_{sy2006})^2 - 0.825\ (T_{sy2006}) + 23.07 + u$



الشكل (57): علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للسوق المحلية في موسم 2006 بالزمن.
مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة

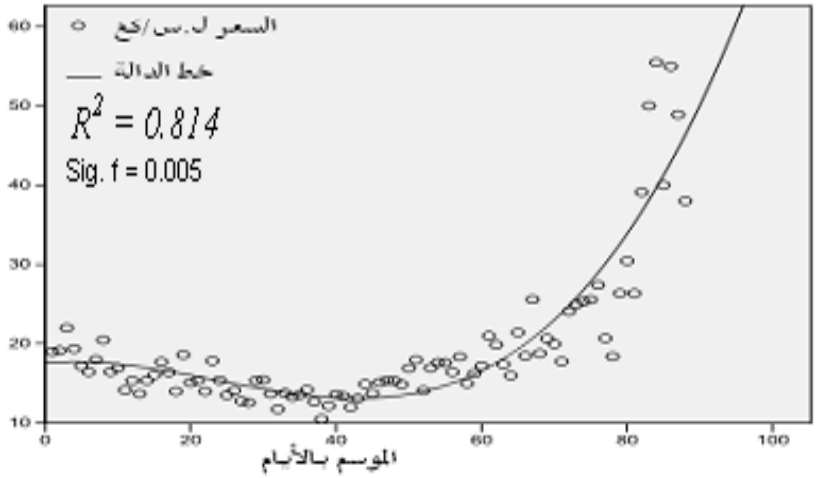
يُشير الشكل (57) إلى أنَّ الأسعار بدأت الموسم مرتفعة جداً، وكان متوسطها اليومي يزيد على 20 ل.س، لكنَّها سرعان ما انخفضت بشدة، ووصلت إلى أقل من 10 بغضون عشرين يوماً، ولكنَّ ارتفاعها بعد ذلك كان أقل مما كان عليه في حالتي العنب المَبيع للتصدير لدول غير العراق الشكل (54)، والعنب المَبيع للتصدير للعراق الشكل (51)، ويعود السبب في ذلك إلى أنَّ، مسالك البيع للتصدير تتحكم بأسعار الجملة أكثر من تحكُّم مسلك السوق المحلية بها.

2) دراسة أسعار عِنَب المائدة المَبيع للسوق المحلّية في سوق الجُملة لموسم 2007.

اختلف سلوك الأسعار في هذا المسلك عن مسلكي البيع للتصدير لدول غير العراق وللعراق كما في الشكلين (46) و(52)؛ إذ إنَّ الأسعار هنا سارت بانخفاض اعتباراً من بداية الموسم وحتى اليوم 40 منه، في حين أنَّها في الحالتين المقارنتين سارت باستقرار حتى بداية الثلث الأخير من كلٍ منها.

وقد عبَّر التابع الصحيح من الدرجة الثالثة عن انحدار المتوسطات اليومية المرجحة لأسعار هذا المسلك على الزمن خلال الموسم، وكان مُعامل تحديده معنوياً، وكانت دالته كما في العلاقة (32)، والخط البياني له كما في الشكل (58).

العلاقة (32): $P_{sy2006} = 0.003\ (T_{sy2006})^3 - 0.11\ (T_{sy2006})^2 - 0.084\ (T_{sy2006}) + 17.566 + u$



الشكل (58): علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للسوق المحلية لموسم 2007 بالزمن.
مصدر البيانات: عيّنة الدراسة

3) دراسة أسعار عِنَب المائدة المَبيع للسوق المحلّية في سوق الجُملة لموسم 2008.

كان ارتباط تغيُّر المُتوسط اليومي المُرجَّح لأسعار هذا المسلك بالزمن خلال الموسم ظاهرياً، وهذا تضافر مع حالة البيع للتصدير للعراق التي كان مُعامل تحديدها $R^2 = 0.359$، ليخفضا قيمة مُعامل التحديد لإجمالي الكميات المبيعة في سوق الجملة إلى $R^2 = 0.589$، في حين كانت قيمة مُعامل التحديد لحالة البيع لدول غير العراق $R^2 = 0.625$.

5. دراسة علاقة الأسعار بكميَّات العِنَب التي تدخل السوق.

1) كانت علاقة المُتوسطات اليوميّة المُرجّحة للأسعار بالكميَّات التي كانت تدخل السوق للمواسم الثلاثة في الأيام نفسها ظاهريةً لكل مواسم الدراسة، وعند مستويي الثقة. أي علاقة السعر بالكميَّة لليوم نفسه ظاهرية؛ ومن ثمَّ فقد كان الطلب غير مرن.

2) علاقة السعر بالكميَّة التي دخلت السوق في اليوم السابق ليوم قياس السعر؛ أي تأثير العرض السابق في السعر الحالي، وهذا يُعطي دلالةً على درجة إشباع السوق ليومٍ تالٍ، التي يُمكن أنْ تتحقق بفعل الكميَّات في يوم عرض أعظمي، وإن كشف هذا المُؤشّر عن ارتباط مُحدد فمن شأنه أن يضعنا أمام تصوّر للكميَّات التي يمكن القول معها بأنَّ السوق باتت تكاد تكون مُشبعة. لكن كون الارتباط هنا كان ظاهرياً للمواسم الثلاثة، فالكميَّات العظمى التي دخلت السوق في أيام مُحددة لم تصل إلى مستوى إشباع السوق.

3) علاقة الكميَّة بالسعر الذي تحقق بالسوق في اليوم السابق؛ أي مدى استجابة المُنتِجين لتغيّرات السعر التي تحدث في السوق، وهذا يُعبّر عن مرونة العرض السعرية، لكنَّها أيضاً كانت ظاهرية عند مستويي الثقة، ولجميع مواسم الدراسة.

ومن ثمَّ فلم يشكّل أي من السعر، أو الكميَّة استجابةً للآخر، أو يُمثّل اتساقاً معه. وهذا من الناحية الظاهرية غير مقبول، إلا إذا كانت هناك عوامل خارجة عن حدود السلعة، أو عن حدود السوق تُحدث أثراً في أحد هذين المُؤشّرين أو كليهما؛ لذلك جرت دراسة النصف الأول من كل موسم، وأعيدت دراسة علاقة السعر بالكميَّة للحالات الثلاث السابقة لهذه الفترة الجديدة. ومن شأن أخذ جزء من الموسم أنْ يُقلل تأثير العوامل الخارجية، وبالفعل كان ذلك، وكشف التحليل عن وجود ارتباط بين السعر والكميَّات، ولكنَّه كان ضعيفاً عند حالات العلاقة الثلاث السابقة؛ لذلك فإنَّ السعي لإحداث تأثير في أسعار عِنَب المائدة في السوق يجب أنْ يتضمن دراسة العوامل الخارجية المُؤثّرة في تسويق العِنَب، كتغيّرات العرض والطلب على المُنتَجات الزراعية الأخرى خاصةً الفواكه التي يُمكن أنْ تكون سُلعاً بديلة للعِنَب، أو مُنافسة له.

خامساً- دراسة عامل التراكُم الإجمالي لعِنَب المائدة في سوق الجُملة للفترة 2006-2008.

يُعد عامل التراكُم مُؤشّراً هاماً في دراسة مواسم التسويق؛ كونه يحدد البداية الفعليّة لكل موسم اعتماداً على مُعدَّل مُحدد من الكميَّات التي تدخل السوق، وليس على مُجرّد ظهور المُنتَج في السوق. كما يُحدد مُنتصف الموسم بدقة؛ استناداً إلى كونها الفترة التي يكون قد دخل إلى السوق قبلها ما يُعادل نصف الإنتاج، والتي تترافق عادةً بالعرض الأعظمي، والأسعار الدُنيا. كما يُحدد النهاية الفعليّة للموسم؛ استناداً إلى المُعدّلات المُتبقية من الإنتاج التي يُمكن تجاهلها، وهذه قد تسبق النهاية الظاهرية للموسم بشهرٍ أو بأكثر. وهذه البيانات محوريّة في اتخاذ أي قرارٍ في السياسات التسويقيّة، وعلى الأخص في حالة الروزنامات الزراعية، وتحديد فترات السماح بالاستيراد أو منعه، أو السماح بالتصدير أو وقفه، إضافةً إلى العديد من الإجراءات التي تعتمد على الموسم التسويقي لأي مُنتَج زراعي.

وإن كان مُعدَّل تراكُم المُنتَج يُشير ظاهرياً إلى بقاء هذا المُنتَج في السوق، إلا أنَّه يدلُّ على حقيقةِ مقدار المُنتَج الذي دخل إلى السوق نسبةً إلى ما بقي منه في حوزة المُنتِج في كل وقتٍ من الموسم.

ويبدو من الجدول (9) التأثير السلبي لارتفاع أسعار المحروقات على الطول الفعلي للموسم واضحاً، إلى جانب تأثيره في المُؤشّرات الأخرى للمواسم المذكورة سابقاً.

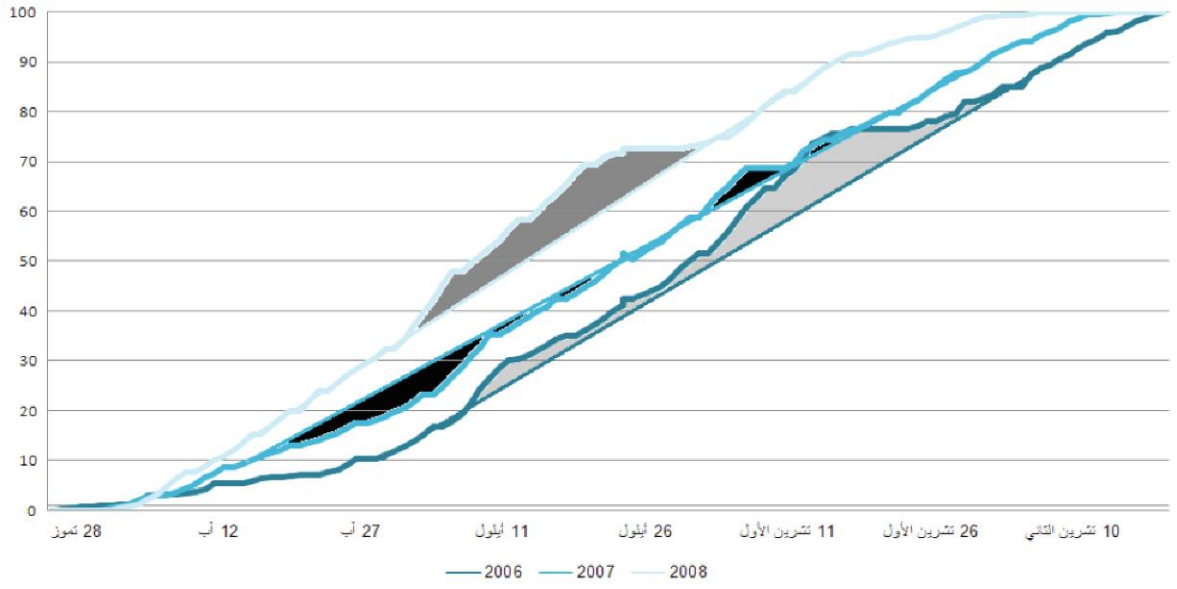
الجدول (9): مُؤشّرات عمر موسم التسويق الإجمالي لعِنَب المائدة في سوق الجُملة للفترة 2006-2008.

السنة	بداية الموسم	تركم 10% من الكميَّة	تراكم 50% من الكميَّة	تراكم 90% من الكميَّة	نهاية الموسم (تراكم 100% من الكميَّة)	طول الموسم الفعلي يوم	عدد أيام التداول يوم	إجمالي طول الموسم يوم
2006	7/28	8/29	10/03	11/11	11/22	74	92	117
2007	7/31	8/18	9/26	11/03	11/17	77	91	109
2008	8/04	8/14	9/11	10/19	11/10	67	79	98

مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

وحتّى تكون الصورة أجلى أدرج البحث الشكل (59) الذي يُبيّن ما يُعرف بمُنحنى لورانز للتوزّع؛ هذا المُنحنى الذي يعكس الزمن المُوافق لكل نسبةٍ مئويةٍ مُحددةٍ من تراكُم العِنَب في سوق الجُملة خلال الموسم، في كل موسم من المواسم الثلاثة. ويُمكّن مُنحني لورانز من حساب مُكافئ جيني، ويُساوي هذا المُكافئ نسبة المساحة المُلونة المحصورة بين المُنحني والخط القُطري المُستقيم؛ الذي يصل بين التراكُمات عند 10% وَ90% منها، فالتراكُم السوي للعِنَب في السوق يقتضي انطباق الخط المُستقيم على خط المُنحني، وعندها تكون قيمة مُكافئ جيني تساوي الصفر. وكلما ازدادت المساحة المحصورة ازدادت قيمة المُكافئ؛ وبذلك فإنَّ موسم 2007 كان الأكثر انتظاماً في تراكُم العِنَب في السوق.

من هذا العرض بشأن أسعار عنب المائدة وكمياته الداخلة إلى سوق الجملة خلال ثلاثة مواسم، ووجهاتها، وأهمية كل من هذه الوجهات، استناداً إلى الكميات التي تتجه نحوها، وإلى مُعدَّلات الأسعار التي يدفعها تجارها، ووسطاؤها، استطاعت الدراسة أن تحدد المعطيات واجبة التوافر قبل اتخاذ أي إجراء في السياسات التسويقية الخاصة بعنب المائدة في سورية، كما أنَّها حددت الإجراءات التي رأتها مناسبة لمعالجة كل اختلال من الاختلالات التي استطاعت أن تكشف وجودها.



الشكل (59): منحنى لورانز ومُؤشّر جيني للتراكُم الإجمالي للعنب في سوق الجُملة للسنوات 2006 وَ2007 وَ2008.
مصدر البيانات: عَيّنة الدراسة.

سادساً- مُعوِّقات التسويق المحلي لعِنَب المائدة السوري.

تتسم الهياكل التسويقية في البنى الاقتصادية العربية غالباً بالتخلف، ومع أنَّ كثيراً من الدول العربية قد اهتمت بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة، فإنَّ تحديث المؤسسات التسويقية وتطويرها لم ينل الاهتمام الكافي (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 1999).

وكثيراً ما ينجم عن المُعوِّقات التسويقية ضيق السوق المحلية أمام المنتجات المحلية، إضافة إلى غياب وسائل التخزين المناسبة، فيضطر المزارع للقبول بالأسعار المنخفضة التي يعرضها الوسطاء، والتجار، والتي قد تصل إلى أقل من 25% من السعر الذي يدفعه المستهلكون (جمعة، 1988).

إنَّ عدم وجود خطط مُحددة لاستيعاب الإنتاج الزراعي الموسمي الفائض يجعل أسعار هذه المُنتَجات الزراعية، سواء أكانت خضاراً أم فواكه، تتدهور سنوياً في موسم الذروة، إضافة إلى أنَّ عدم وجود نظام تأمين على المُنتجات الزراعية، يرفع عامل المخاطرة في الإنتاج الزراعي، ناهيك عن أنَّ ضعف عمليات الإرشاد التسويقي، ودعم الصادرات الزراعية، وقلة أعداد مراكز الفرز والتوضيب المتطوُّرة، التي تلبي مُتطلبات السوق الخارجية، خصوصاً إذا ترافقت كل هذه المُعوِّقات بضعف القدرات في مجال النقل الخارجي البري والبحري والجوي.

ويمكن تحديد أهم المُعوِّقات التي رأى البحث أنَّها ذات تأثير سلبي كبير في التسويق المحلي لعنب المائدة في سورية وهي:

1. غياب نظام المعلومات التسويقية، إضافة إلى أنَّ المعلومات التسويقية القليلة الموجودة تقليدية وغير موثوق بها في كثير من الحالات.
2. العمليات التسويقية التقليدية، التي لم تعد تتواكب مع التطوُّر العالمي للعمليات التسويقية.
3. تعدد الحلقات التسويقية وتشعُّب المسالك إلى جانب الالتفاف في المسار التسويقي، مما يرفع من نسبة الهامش التسويقي إلى إجمالي السعر، دون أن تكون هناك خدمات تسويقية تُبرر رفع قيمة الهامش التسويقي.
4. عدم التقيُّد بالمواصفات والمقاييس العالمية للمُنتجات الزراعية، وغياب المواصفات والمقاييس المحلية الصارمة التي تضمن سلامة الغذاء.
5. ضعف الرقابة على أسواق الجملة.

أيَّاً كانت السبل التي تستخدمها السياسات الزراعية في تذليل مُعوِّقات التسويق المحلي، فلا بُدَّ لقياس كفاءة هذه السُبل من تحديد أهمية العوامل السلبية السائدة ما قبل التطبيق، وأهمية هذه العوامل ما بعد التطبيق، ومن خلال الفرق بينهما يمكن قياس السياسات الاقتصادية التي تم اتباعها وتقويمها.

الفصل السادس
السوق الخارجية لعِنَب المائدة السوري

أولاً- مسالك التصدير.

هناك العديد من المُنتَجات الزراعية السورية التي يمكن زيادة الصادرات منها، كالخضار والفواكه، ولكنَّ ذلك يتطلب تشجيع الزراعة النظيفة، والتوسّع باتّباع المكافحة الحيوية، والتشجيع على إقامة الشركات المتخصصة بالنقل والتسويق الزراعي (هيئة تخطيط الدولة، 2005). ولا يحتاج تصدير المُنتَجات الزراعية السورية إلى إجازة خاصة، ومع ذلك فيجب على المُصدّرين التسجيل لدى غُرفة التجارة، وعليهم تقديم فاتورة مُصدّقة من غُرفة التجارة المحلّية، وشهادة منشأ، وبيان جمركي، وتعهّد مصرفي (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2004[a]).

ورغم أن الكثير من المُصدّرين السوريين قد دخلوا مجال تصدير الخضار والفواكه، إلاّ أنَّ عدداً قليلاً منهم نسبياً هو من تمكّن من تحقيق نجاحٍ مستمر وجيد، ويعكس ذلك حقيقة المُنافسة المُرتفعة، والتغيرات السريعة في تصنيع الفواكه. (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2006[a])، ويتّصف مُصدّرو الخضار والفواكه بعدم تخصصهم بتصدير أنواع مُحددة من المُنتَجات الزراعية؛ بسبب موسمية هذه المُنتَجات، إلى جانب أنَّه من النادر جداً أن يقوم المُصدّر بتصدير نوع واحد من الخضار أو الفواكه في الشاحنة الواحدة، ولكن جرت العادة على أن يقوم بتصدير جُملة من الخضار والفواكه في شاحنةٍ واحدة، وبنسبٍ تتوافق مع ما تطلبه سوق الوُجهة.

وعلى العُموم فنشاط تصدير الخضار والفواكه في سورية يعد نشاطاً تقليدياً؛ حيث تتجه هذه المُنتَجات باتجاه دول منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى *AFTA*[1] اعتماداً على تجارةٍ ذات ممارساتٍ تسويقيةٍ (عمليات تسويقية) تقليدية، وهذه التجارة أسهمت في إحباط آمال الطامحين في تصدير المُنتَجات الزراعية السورية إلى أسواق الاتحاد الأوروبي؛ هذه الأسواق التي تطلب تحقيق مواصفاتٍ ومقاييس دقيقة في المُنتَجات، قبل دخولها أراضيها. (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2003[c])؛ ومن ثمَّ فإنَّ قبول دول *AFTA* بمواصفاتٍ ومقاييس مُتدنية جعل المُصدّر السوري، والمُنتِج كذلك، لا يسعيان وراء تحسين مواصفات ومقاييس المُنتَجات الزراعية السورية، وهذا شكّل حاجزاً في وجه اختراق هذه المُنتَجات لأسواق جديدة.

وتختلف المُنتَجات النباتية عن غيرها في أنَّها مُنتَجات موسميّة في كثير من الأحيان، فيغدو تبادلها مُلحّاً حتى بين الدول المُنتِجة لها، إلى جانب احتياج هذه المحاصيل إلى ظروفٍ مناخيةٍ خاصة؛ ومن ثمَّ فإنَّ أماكن إنتاجها محدودة، ومحصورة في المناطق الجغرافية الملائمة للإنتاج، وحيث تتوفر مُستلزمات هذا الإنتاج، ولا يمكن أن يُضاعف منتجوها كميات إنتاجهم بسهولة كما في الإنتاج الصناعي، إضافة إلى أن عمرها قصير، وغالباً سريعة التلف. أما أسواقها فهي عامة تتوزع في كل بلدان المعمورة، الأمر الذي يُحتّم على الدول غير المُنتِجة لها البحث عن الأسواق المُصدّرة لاستيرادها منها، إلى جانب أن الفائض في الإنتاج يخلق ضرورة البحث عن أسواق لتصريفه، ويبقى البحث عن تلبية الحاجات بالأسعار المُناسبة سيد الأسباب التي تدعو إلى تبادل المُنتَجات.

[1]- AFTA: (Arab Free Trade Area) تُشير إلى منطقة التُجارة الحرة العربية الكبرى، وهي تضم في عضويتها جميع الدول العربية باستثناء موريتانيا، والصومال، وجيبوتي، وجزر القمر.

ولم يكن لمُصدّري الخضار والفواكه السوريين تجمّعاً حقيقياً يربطهم إلى ما قبل إشهار جمعية المُصدّرين السوريين للمُنتَجات الزراعية (سايبا)، التي تمَّ إشهارها في 2009/10/27، علماً بأنَّ هناك مُلتقىً دولياً لمُصدّري الحاصلات الزراعية والمواد الغذائية.

ولتحليل واقع مُصدِّري العِنَب بوصفهم حقلة رئيسية من بين المسالك التسويقية للعِنَب السوري، إلى جانب كونهم محور انطلاق العِنَب السوري إلى الأسواق الخارجية، أجرى الباحث دراسة ميدانية للسنوات (2006–2008) لتصدير عِنَب المائدة السوري عبر توزيع استبانة ميدانية على عيّنة بلغ عدد أفرادها $n1 = 25$ مُصدّراً شكّلوا كامل المُجتمع الإحصائي تقريباً لمُصدّري عِنَب المائدة في المِنطقة الجنوبية من سورية، وتم استبعاد 5 مُصدّرين من عينة الدراسة $n1$ لعدم إمكان تكرار جمع البيانات منهم خلال سنوات الدراسة فبقيت عينة الدراسة النهائية $n = 20$. واستخدم منهج الرصد التكراري لعيّنة مقصودة أو غرضية؛ أي إنَّ المُصدّرين الذين يمثّلون مفردات هذه العيِّنة تمَّ استخدامهم في استطلاع طويل الأمد (لثلاث سنوات)، ويتميّز هذا النوع من المُعاينات بأنه يُعطي عيّنة تبقى جاهزة لمتابعتها، ورصد التغيّرات التي تطرأ عليها في أي وقت لاحق، علماً بأنَّه لا يسمح بأخذ عيّنة واسعة كما في العيِّنات التي تتم دراستها لمرة واحدة.

1. مسالك شراء العِنَب المُراد تصديره

1) أهميَّة مسالك شراء العِنَب المُراد تصديره، على أساس كميَّات العِنَب التي تمرُّ عبر كل منها.

وُجد من دراسة المسالك التسويقية التي اشترى منها المُصدّر العِنَب المُراد تصديره، أنَّ سوق الجُملة شكّلت المسلك الرئيسي، وقد بلغت أهميتها 80.58% من إجمالي أهميَّة المسالك على أساس الكميَّات التي اشتراها المُصدّرون من كل مسلك، وشكّلت أهميَّة المسالك التي تُبنى على التعامل المُباشر للمُصدّر مع الفلاح 8.67% من إجمالي أهميَّة تلك المسالك، وجرى تقسيم وُجهة تعامل المُصدّر مُباشرة مع الفلاح إلى مسلكين، نظراً لتباين مُعطيات كل منهما، وهما مسلك الشراء المُباشر من الفلاح، ومسلك التعاقد مع الفلاح. وشكّلت أهميَّة مسلك الشراء من الضامن 9.42%. وهذا يعني مبدئياً أنَّ الطريق لكسر الحلقات التسويقية لا تزال طويلة جداً، وأنَّ العلاقة بين المُصدّر والفلاح لا تزال ضعيفة. ويبيّن الجدول (10) الأهميَّة النسبية لكل من مسالك شراء العِنَب المُراد تصديره على أساس الكميَّات التي مرّت عبر كلٍ منها؛ أي مدى اعتماد المُصدّرين على كل من هذه المسالك.

الجدول (10): الأهميَّة النسبية لكل من مسالك شراء العِنَب المُراد تصديره على أساس الكميَّات التي تدخله.

	النسبة المئوية للكميات التي تم شراؤها من كل من المسالك ٪				
السنة	أسواق الجملة	من الفلاح مباشرة	تعاقد مع الفلاح	من الضامنين	الضمان لحسابه
2006	82.25	5.5	1.5	9.25	1.5
2007	81.75	5.5	2.5	9.75	0.5
2008	77.75	7.5	3.5	9.25	2
الإنحراف المعياري	2.47	1.15	1.00	0.29	0.76
المتوسط	80.58	6.17	2.50	9.42	1.33

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

ويظهر من الجدول (10) أنَّ الأهميَّة النسبية لسوق الجُملة قد تراجعت خلال فترة الدراسة بمُعدَّل 4.5 %، وهذا يعني أنَّ المُصدّر يميل إلى البحث عن مصادر إمَّا بديلة، أو رديفة لسوق الجُملة؛ ليُصار

إلى تعامله معها، ومنه فالرغبة بوجود مسالك بديلة لسوق الجُملة قائمة لدى المُصدّرين. في حين كشف الجدول عن ارتفاع أهميَّة مسالك التعامل المُباشر مع الفلاح (الشراء المُباشر من الفلاح، والتعاقد معه)، بمُعدَّل 2% لكل منها، أما مسلك الشراء من الضامنين فلم تتغيّر أهميته، في حين ارتفعت أهميَّة المسلك الذي يعتمد على قيام المُصدّر بالضمان لحسابه بمُعدَّل 5%.

2) أهميَّة مسالك شراء العِنَب المُراد تصديره، على أساس نسبة التُجار الذين يستخدمون كلاً منها.

قد لا تكون الكميَّات التي تدخل أحد المسالك التسويقية كبيرة إلى الحد الذي يجعل منه مسلكاً رئيسياً، لكنَّ شيوع استخدامه من قبل المُصدّرين يجعل منه مسلكاً هاماً، وقابلاً لأن يصبح مسلكاً رئيسياً بسرعة، إذا تغيّرت الشروط المُحيطة به، كما أنَّه يُعطي إشارة لواضعي السياسات التسويقية على مدى إمكانية تطوير هذا المسلك، من خلال مجموعة من الإجراءات؛ ومن ثمَّ ترتفع الكميَّات التي تمر عبره بشكلٍ أسرع بكثير من المسالك الأقل شيوعاً لدى مُجتمع المُصدّرين. ويُبيِّن الجدول (11) الأهميَّة النسبية لكل من المسالك التسويقية المُستخدمة من المُصدّرين لشراء العِنَب المُراد تصديره على أساس نسبة المُصدّرين الذين طرقوا كلاً من المسالك التسويقية؛ أي مدى شيوع استخدام هذا المسلك.

الجدول (11): الأهميَّة النسبية لكل من مسالك شراء العِنَب المُراد تصديره على أساس نسبة المُصدّرين الذين استخدموا كل مسلك.

	النسبة المئوية للمصدرين الذين اشتروا من كل من المسالك ٪				
السنة	أسواق الجملة	من الفلاح مباشرة	تعاقد مع الفلاح	من الضامنين	الضمان لحسابه
2006	100	55	15	65	5
2007	100	45	20	60	5
2008	100	70	30	80	30
الانحراف المعياري	0.00	12.58	7.64	10.41	14.43
المتوسط	100.00	56.67	21.67	68.33	13.33

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

ويتضح من الجدول (11) أنَّ سوق الجُملة شكّلت مسلكاً مُعتمداً لدى 100% من المُصدّرين، على الرغم من أنَّ نسبة الكميَّة التي اشتراها المُصدِّرون من سوق الجُملة كانت بحدود 80.58 % من إجمالي الكميَّات التي اشتراها المُصدّرون كما بيَّن الجدول (10)، وهذا يعني أنَّ تجاوز هذا المسلك في الوقت الراهن هو أمرٌ غير واردٍ على الإطلاق مهما ارتفعت أهميَّة بقية المسالك.

ارتفعت نسبة المُصدّرين الذين استخدموا مسلك الشراء المُباشر من الفلاح من 55% في بداية الفترة، إلى 70% في نهايتها، وكانت نسبتهم بالمُتوسط 56.67% من المُصدّرين، إلاّ أنَّ الكميَّات التي مرّت عبر هذا المسلك كانت محدودة، وبلغت 6.17% من إجمالي الكميَّات التي اشتراها المُصدّرون، على الرغم من أنَّها ارتفعت خلال فترة الدراسة بمُعدَّل 2% كما وُضِّح سابقاً في الجدول (10).

وازدادت أهميَّة تعاقد المُصدّرين مع الفلاحين من حيث عدد المُصدّرين الذين تعاقدوا مع الفلاحين من 15% عام 2006، إلى 30 % عام 2008، وهذا يُعطي أملاً بالتحوّل إلى ما يُعرف بالزراعة التعاقدية، التي أصبحت رائجة في العالم رواجاً كبيراً. لكنَّ نسبة الكميَّات التي مرّت عبر هذا المسلك في فترة الدراسة كانت 2.5 % فقط من الكميَّة التي اشتراها المُصدّرون في هذه المواسم.

ازداد إقبال المُصدّرين على تجريب مسلك الشراء المُباشر من الضامنين خلال فترة الدراسة من 65% في بدايتها، إلى 80% في نهايتها، وكان متوسطهم لهذه الفترة بحدود 68.33% من المُصدّرين، إلاّ أنَّ الكميَّات التي اشتروها من الضامنين كانت محدودة، فلم تصل الكميَّة التي اشتراها المُصدّرون من هذا المسلك إلى ما نسبته 10% من إجمالي ما اشتروه.

إلى جانب كون مُصدّري المُنتَجات الزراعية غير متخصصين بتصدير أنواع مُحددة من منها، إلاّ أنَّ الكثير منهم غير متخصصين بالتصدير فقط، فمنهم من يعمل تاجر جُملة إلى جانب كونه مُصدّراً، ومنهم من تجاوز دوره في العملية التسويقية ليقوم بضمان بعض المزارع، وهذا من شأنه أن يخفض من الهامش التسويقي بشدَّة، إلى جانب أنَّه يحُدّ من عملية إعادة التعبئة، أو يُلغيها، وقد ارتفعت نسبة هؤلاء من 5% عام 2006 إلى 30% من إجمالي المُصدّرين عام 2008، لكنَّ نسبة الكميَّة التي مرّت عبر هذا المسلك شكّلت فقط 1.5% من إجمالي الكميَّة التي اشتراها المُصدّرون، ولم يُدرَج هذا المسلك بين مسالك تعامل المُصدّر مُباشرة مع الفلاح؛ لأنَّه أخذ شكلاً مُختلفاً عنها، حيث قام المُصدِّر بالحلول كلياً مكان المُنتِج؛ فقطع كل الحلقات التسويقية، وأياً كانت الحلقات التسويقية التي تمَّ تجاوزها عبر هذا المسلك إلاّ أنَّ هذا المسلك لم يكن مثالياً، كما أنَّ بعض المُصدِّرين الذين أفادوا - في الاستبانة - بأنَّهم يضمنون مزارع لحسابهم، هم في الواقع كانوا يمولون ضامنين، ليقوم هؤلاء بالضمان، وبيع المُنتَج للمُصدِّرين.

وإن كانت أهميَّة قيام المُصدِّر بشراء العِنَب مُباشرة من الفلاح، والتعاقد معه لا يزالان يشكلان مسلكين مُنخفضي الأهميَّة، إلاّ أنَّهما ينموان نمواً ملحوظاً من عامٍ لآخر لعدة أمور أهمها:

أ- إنَّ تجاوز بعض الوُسطاء، وكسر العديد من الحلقات التسويقية يعني توفير نصيب هؤلاء من الهامش التسويقي؛ ومن ثمَّ زيادة الكفاءة التصديرية للعِنَب، وهذا يُعد هدفاً أساسياً للمُصدِّرين.

ب- يؤدي تجاوز الوُسطاء إلى تقليل عمليات النقل؛ ومن ثمَّ تخفيض الضرر الذي تتعرض له حبات العِنَب بسبب عمليات النقل؛ ما يعني وصول العِنَب إلى المُصدِّر بحالة أفضل.

ج- إنَّ وجود علاقة مُباشرة بين المُنتِج والمُصدِّر هو سبيل هام لإيصال رغبات المُصدِّرين بشأن كل ما يتعلق بالمُنتَج إلى الفلاح مُباشرة؛ مما يسرّع عملية تبنّي المُنتِج لتحقيق المواصفات، والمقاييس التي يرغب بها المُصدّر بناءً على طلب الأسواق المُستوردة.

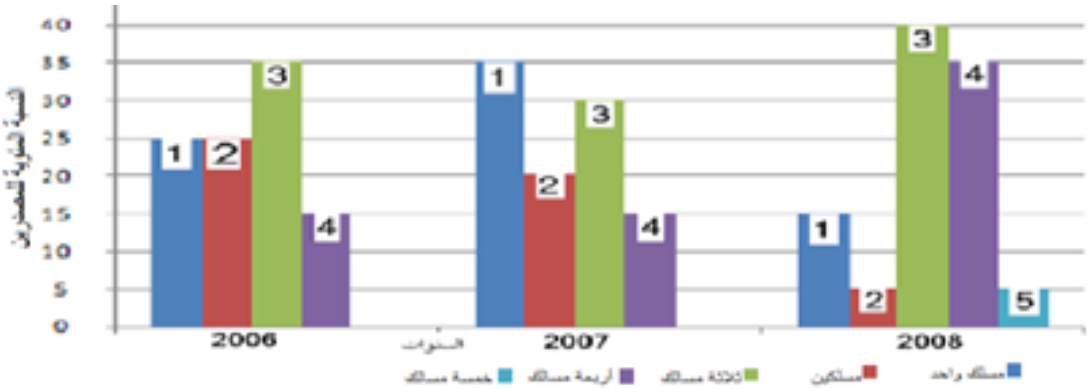
د- هناك مجموعة من المُبيدات الزراعية التي يجري استخدامها عالمياً قُبيل القطاف للوقاية من الفطريات التي قد تُصيب الثمار أثناء التخزين، ولتأخير ذبول الحبات، وجفاف حامل العنقود، وهذه لا مصلحة للمُنتِج بمُعاملة أشجاره بها عادةً؛ ما دام أثرها لا يظهر عند عرضها في السوق؛ بل بعد ذلك (أثناء التخزين)؛ لذلك تُتيح العلاقة المُباشرة بين المُنتِج والمُصدّر الاتفاق على المُعاملة بهذه المُبيدات؛ ومن ثمَّ تسمح للعِنَب السوري بالوصول إلى أسواق أبعد.

ه- تنشّط الزراعة التعاقدية الصادرات؛ كون المُصدّر يكون قد حدد مُسبقاً كميَّات العِنَب التي تعاقد مع المُنتِج على شرائها وقيمتها؛ فيبحث عن أسواق لتصديرها قُبيل وصولها إليه.

3) دراسة تعدّد مسالك شراء العِنَب التي اعتمدها المُصدّر الواحد

شكّلت سوق الجُملة مَصدراً لعِنَب المائدة المُراد تصديره بالنسبة لكل المُصدِّرين في كل سنوات الدراسة، إلاّ أنَّها لم تكن مَصدراً وحيداً للعِنَب المُراد تصديره. إذ شكّلت مسلكاً وحيداً لشراء للعِنَب بالنسبة

لـ 25% منهم كمُتوسط لكل فترة الدراسة، ويمكن من خلال الشكل (60) إظهار عدد مسالك شراء العِنَب بالنسبة للمُصدِّرين، ويبدو أنَّ هناك توجهاً لدى المُصدِّرين لزيادة عدد المسالك التسويقية التي يستخدمونها، والبحث عن مسالك بديلة لسوق الجُملة، وأنَّ هناك فئة جديدة ظهرت في موسم 2008، وهي فئة المُصدِّرين الذين اشتروا العِنَب من خمسة مسالك تسويقية. وهذا يعني أنَّ ثقة المصدرين بسوق الجملة غير كافية، على الرغم من أنهم لم يهجروه، ودليل ذلك أنَّهم يُجربون دوماً مسالك بديلة.



الشكل (60): تصنيف مُصدِّري العِنَب السوريين بحسب عدد مسالك شراء العِنَب التي استخدموها.

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

2. المسالك التسويقية الخارجية لعِنَب المائدة السوري

1) دراسة شيوع استخدام كل مسلك خارجي لدى المُصدِّرين

بيّنت دراسة استبانة المسالك التسويقية التي يؤمّها مُصدّرو العِنَب السوري أنَّ 95% من المُصدّرين صدّروا أعناباً إلى السعودية؛ وشكّلت السعودية السوق الأكثر ارتياداً من قبلهم، وأتت سوق الإمارات العربية ثانيةً بنسبة 88% الملحق (30)، واحتلت دول الخليج المراتب الست الأولى في هذا السلّم، كما أنَّ العراق ظهر في هذا التصنيف، ولكن بأهميَّة تقل عن أهميّته التي بيّنتها دراسة مسالك العِنَب المَبيع للتصدير في سوق الجُملة، ما يعني أنَّ الأهميَّة التي ظهرت للعراق كمسلك في هذه الدراسة، هي للتصدير إلى العراق بشكلٍ رسمي، في حين أنَّ الدراسة السابقة بيّنت أهميَّته كمسلك يجري تهريب العِنَب إليه. ويمكن توضيح النسبة المئوية من المُصدِّرين الذي صدَّروا إلى كل من هذه الدول في الجدول (12).

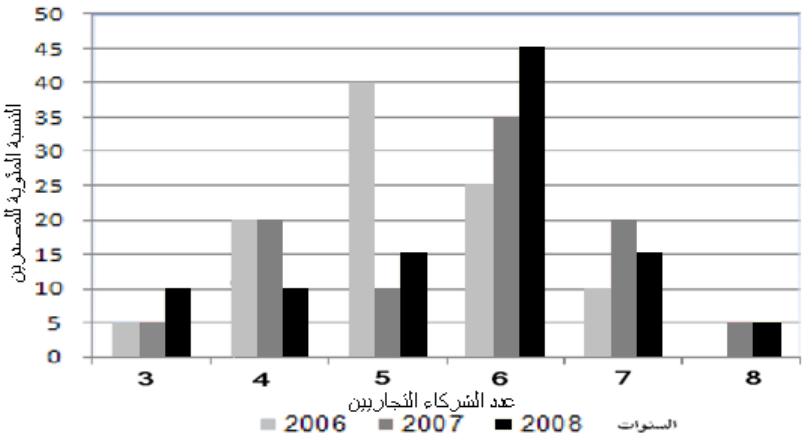
الجدول (12): نسبة المُصدّرين السوريين بحسب الدول التي صدّروا العنب إليها للفترة 2006 - 2008.

الدول المستوردة	النسبة المئوية للمُصدّرين %			الانحراف المعياري	المُتوسط
	2006	2007	2008		
السعودية	95	100	90	0.05	95
الإمارات العربية	85	90	90	0.03	88
الكويت	80	80	80	0	80
قطر	70	75	75	0.03	73
البحرين	55	80	80	0.14	72
عمان	50	65	65	0.09	60
الأردن	40	45	45	0.03	43
العراق	25	20	20	0.03	22
السودان	15	20	15	0.03	17

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

2) دراسة أعداد الشركاء التجاريين لكل مُصدِّر

يسعى الكثير من المُصدّرين إلى سياسة تعدد الشركاء التجاريين، وخاصة عندما يكون حجم تعامل هؤلاء المُصدّرين كبيراً، وكذلك في الحالات التي يكون فيها هؤلاء المُصدّرون -هم أنفسهم- مُستوردين لمُنتَجات أخرى، وفي حالة تجاور الأسواق المُستوردة أيضاً، كما في حالة أسواق الدول الخليجية. ويبين الشكل (61) النسب المئوية للمُصدّرين بحسب عدد الدول التي يُصدّرون إليها.



الشكل (61): عدد الشركاء التجاريين لكل فئة من المُصدرين للفترة 2006 - 2008.

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

ومن تحليل بيانات الشكل (61) وجد أن هناك تزايداً في أعداد المسالك التسويقية التي ينتهجها المُصدّر بمرور الزمن، ما يعني أنَّ هناك تطوُّراً ملحوظاً في حجم السوق الخارجية، وإن لم ينعكس هذا سريعاً على الكميَّات التي يتم تصديرها؛ فالمُصدّرون الذين صدّروا إلى أربع دول، أو خمس، انخفض عددهم بمرور الزمن؛ نتيجة لتحوّلهم إلى التصدير لعدد أكبر من الدول، وظهر ذلك من خلال ازدياد أعداد المُصدّرين لست دول، أو لسبع، كما أنَّ هناك فئة ظهرت في موسمي 2007 و 2008، ولم تكن موجودة في موسم 2006، وهي فئة المُصدّرين لثماني دول، وهذا دوماً إلى جانب التصدير إلى الدول الأجنبية، التي عُلِلَ سابقاً سبب عدم إيرادها في هذا التحليل. وبالنتيجة فإن هناك توجّهاً لدى المُصدّرين حيال توسيع خيارات التصدير من خلال طُرق أسواق جديدة.

وتنتهي دراسة الشركاء التُجاريين في التسويق الخارجي لعِنَب المائدة السوري إلى أنَّ لسورية تسعة شركاء هامين من حيث عدد المُصدّرين المُتعاملين معهم، لكنَّ انخفاض الكميَّات المُصدّرة إلى بعضهم، بالرغم من اهتمام المُصدّرين بهم، يُدلل على أنَّ هناك ضعفاً في تصريف هذا المُنتَج داخل حدود الشريك، وهذا يعني أنَّ كفاءة التسويق فيه أقل من كفاءة التسويق في غيره، وقد يكون الأمر نابعاً من عدم مطابقة مواصفات العِنَب السوري لما هو مرغوب فيه، أو مفروض في هذا البلد (الشريك)، أو وجود منافسة قوية فيه، وهذا يفرض دراسة سوق عنب المائدة داخل هؤلاء الشركاء.

3. العمليات التسويقية التصديرية

1) العمليات التسويقية التي يُجريها المُصدّرون على العِنَب

بيّنت الدراسة أن كل المُصدّرين يُجرون العمليات التسويقية الآتية على العِنَب: الفرز، والتدريج، وإعادة التعبئة، والتغليف، والتخزين. وهذا يعني أنَّ المُصدّر يقوم بدور مزدوج؛ أي أنَّه يقوم بتجهيز المُنتَج للتصدير، وبتصديره، وهذا مُؤشرٌ سلبي، فالعالم يسعى إلى التخصص في الحلقات التسويقية، ودفع

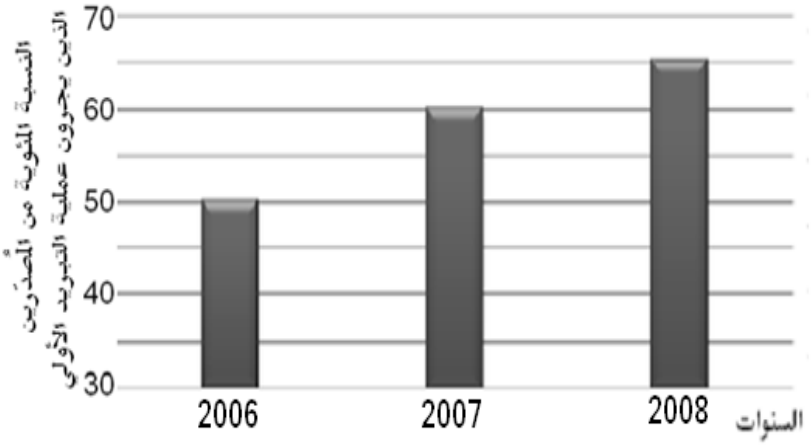
العمليات التسويقية قدر الإمكان باتّجاه المزرعة، حتى يتم تخفيض الهامش التسويقي ما أمكن، وتسريع عملية تجهيز المحصول للتصدير، ورفع كفاءة العمليات التسويقية.

وكانت التكلفة الأساسية فيما مضى لعملية إعادة التعبئة تتمثل في تكلفة اليد العاملة (Sammet,1995)، في حين أنَّ العبوات كانت زهيدة القيمة، أما اليوم فباتت العبوات التصديرية تُشكّل جُلَّ تكلفة إعادة التعبئة.

وهناك عمليات ليست أكثر إلحاحاً فيما يخص توضيب العِنَب، ولكنَّ مُعدَّل اعتمادها من المُنتِجين كان معدوماً، وكان تبنّيها من قِبَل المُصدّرين أقل من مُعدَّل اعتماد العمليات المذكورة في الفقرة السابقة، وهذه العمليات هي التبريد الأوّلي، والمُعاملة بغاز ثاني أكسيد الكبريت.

فقد كشفت الدراسة عن عدم اعتماد أي من المُنتِجين لوظيفة التبريد الأولي، وعن عدم قيام أي منهم بنقل العِنَب إلى سوق الجُملة بسيارات مُبرّدة، كما تبيّن عدم معرفة المُنتِجين بأهميَّة هذه العمليات، ودورها الأساسي في رفع عمر الرف بالنسبة للعِنَب؛ كونها تخفض من تنفس الثمار إلى أقل من 10% من مُعدّله عند القطاف؛ فتؤخّر ذبول العناقيد كثيراً، وتحافظ على نضارتها، وتجعلها تصل إلى السوق بصورةٍ أفضل بكثير، خصوصاً عندما يكون الجو حاراً جداً، وتزداد أهميَّة هذه العمليات إذا عُلم أنَّ موعد بيع الجُملة هو الصباح الباكر، فالثمار تكون قد جُنيت منذ اليوم السابق لعملية بيع الجملة.

أما المُصدِّرون، فقد كان اعتمادهم لهذه العملية مُتأخراً، بحيث يبدأ تبريد العِنَب لديهم في الشاحنات التي ستُقِلُّ العِنَب إلى الأسواق الخارجية، وتبيّن أنَّ نسبة المُصدِّرين الذين يُجرون عملية التبريد الأوَّلي على العِنَب ارتفعت من 50% في بداية الفترة، إلى 65% في نهايتها، كما في الشكل (62).



الشكل (62): تطوّر استخدام المُصدّرين لعملية التبريد الأولي للعِنَب للفترة 2006 – 2008.

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

ويمكن الوصول عبر التفاعل بين جمعية مُصدِّري الخضار والفواكه في سورية (سابيا)، والمُنتِجين من خلال جمعياتهم الفلاحيّة، إلى توعية المُنتِج إلى أهميَّة التبريد الأولي للعِنَب، ونقله إلى المُصدِّر بسيّاراتٍ مبرَّدة، وهذا يمكن أن يزيد عمر الرف؛ والوصول بالعِنَب السوري إلى أسواق أبعد بكثير من الأسواق الحالية. ويُبيِّن الجدول (13) تغيُّر مُعدَّل تنفس عناقيد العِنَب وحباته عند تغيُّر درجة الحرارة.

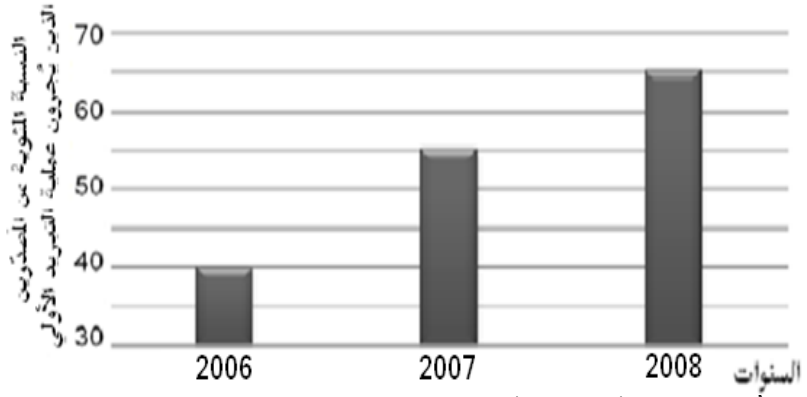
الجدول (13): مُعدَّل تنفس عناقيد العِنَب وحباته عند تغيُّر درجات الحرارة.

درجة الحرارة درجة مئوية º	مُعدّل التنفس مل CO_2/ كغ× الساعة
صفر º	2 – 1
º 5	4 – 3
º 10	8 – 5
º 20	15 - 12

مصدر البيانات: (crisosto *et al*,1999)

يكشف الجدول (13) أن مُعدَّل تنفُّس العناقيد، والحبات عند درجة الحرارة 20º درجة مئوية يُعادل حوالي عشرة أضعاف مُعدَّل تنفسها عند درجة حرارة صفر مئوية؛ ومن ثمَّ فكلما ارتفعت درجة الحرارة عند القطاف يكون نتح الماء سريعاً وذبول الحبات سريعاً جداً، كما أنَّ تبريدها يثبط هذه العملية، ويحافظ على نضارة العناقيد، وعلى العُموم فحبات العِنَب لا تتجمد عند درجات حرارة أعلى من -2 إلى -3 درجة مئوية (crisosto *et al*, 2001).

كذلك بالنسبة لعملية المُعاملة بغاز ثاني أكسيد الكبريت، فقد تطوَّر استخدام المُصدِّرين لمُعاملة العِنَب المُراد تصديره بغاز ثاني أكسيد الكبريت SO_2 من 40% في بداية الفترة، إلى 65% في نهايتها.



الشكل (63): تطوُّر استخدام المُصدّرين لمُعاملة العِنَب بغاز ثاني أكسيد الكبريت للفترة 2006 – 2008.

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

2) العمليات التسويقية التي يُجريها غير المُصدّرين على العِنَب

تنتهي العمليات التسويقية للعِنَب المُراد تصديره على يد المُصدّرين، لكنَّها تبدأ قبل وصول العِنَب إليهم، وهي تبدأ عادة في لحظة القطاف، وإن كانت بعض العمليات يمكن أن تتم قبل القطاف أيضاً؛ أي أنَّها تبدأ عند المُنتِج، ولإجراء هذه العمليات من قِبَلِه إيجابيات كثيرة، جاء البحث سابقاً على ذكرها، وسيشرح البحث هنا تلك العمليات التسويقية التي يمكن أن يُوكلها المُصدِّر إلى جهة أخرى لإجرائها، وكشفت الدراسة أن 20% فقط من المُصدّرين كانوا يثقون بقدرة المُنتِج على القيام بهذه العمليات في موسم 2006، وقد ارتفعت ثقة المُصدِّر بقدرة المُنتِج على القيام بهذه العمليات بمُعدَّل 5% سنوياً، وهذه النتيجة تسلط الضوء على أهميَّة بناء الثقة بين المُنتِج والمُصدِّر. ويعترض تحويل هذه العملية إلى المُنتِج أنَّ لدى الكثير من المُصدّرين أساليبهم الخاصة في إجراء هذه العمليات، وعُبواتهم المميزة عن غيرها، وغياب مقاييس موحدة لهذه العمليات كي يقوم المُنتِج باعتمادها.

لكن ثقة المُصدِّرين بقدرة الضامنين على أداء هذه العمليات كانت أكبر من ثقتهم بقدرة المنتجين، إذ وثق 45% من المُصدّرين بقدرة الضامنين على مُمارسة العمليات التسويقية، وارتفاع هذه النسبة مُقارنة بنظيرتها للمُنتِجين، يعود - في الواقع - إلى حالاتٍ من الاتفاق المُسبق بين المُصدّر والضامن، على أن يُموّل المُصدِّرُ الضامنَ، ويقوم الضامن بتزويده بالعِنَب بحسب المواصفات التي يطلبها المُصدِّر، وفي أحوال كثيرة يقوم الضامن بأخذ العُبوات، والمُلصقات، ومُستلزمات التغليف من المُصدِّر، ليوضب العِنَب في الحقل لمصلحة هذا المُصدِّر، ثم يجلبه إلى مركز المُصدِّر مُباشرةً، ودون المرور بسوق الجُملة.

لكن هناك آخرين غير المُنتِج والضامن يُجرون هذه العمليات التسويقية دوماً هم وسطاء يُجرونها لصالح المُصدِّر وبحسب طلبه، وعادة ما يلجأ إليهم المُصدِّر عندما لا يتّسع مشغله للمُنتَجات التي يقوم بتوضيبها، وفي حالة عدم كفاية عمالته للقيام بهذه العمليات في وقتها المُحدد، ويتم تحديد أجر القيام بهذه العمليات على أساس العُبوة، أو على أساس الكيلو غرام من المُنتَج، ويُعاب على هذه الطريقة أنَّها تُشعِّب المسلك التسويقي، وتزيد من تكاليف النقل، ومن عدد الوسطاء؛ فترفع الهامش التسويقي. وأيّاً كانت العمليات التسويقية التي يجريها المُصدِّر على العنب، فإنَّها تختلف عمَّا درسه البحث سابقاً من عملياتٍ تسويقية يجريها المنتجون بالتعبئة وأنواع العبوات وأحجامها.

أ. أحجام العُبوات المُستخدمة لتعبئة العِنَب لغرض التصدير.

يواكب نمو استخدام العُبوات نمو الإنتاج الزراعي، وتطوُّر أشكال التعبئة، وأساليبها والتوضيب، وضرورات التسويق، وطرق التخزين، ويترافق مع ذلك بروز دور القطاع الخاص، وتصاعده في أنشطة التسويق، والتخزين، والتبريد للمُنتَجات الزراعية ... وقد تطوُّرت قيمة العُبوات الزراعية بمُعدَّل سنويٍ قدره 5.7% خلال الفترة 1997–2006. (المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2007[b]).

واشترطت المواصفة القياسية للعِنَب الممتاز *Extra* أن يكون مُعبأ في صناديق بطبقة واحدة، وأن تكون المواد الأولية للعُبوات جديدة ونظيفة، وذات جودة، بحيث تمنع إحداث أي ضررٍ داخليٍ أو خارجيٍ لحبات العِنَب، إذاً فهي لا تُحدد شكلاً ثابتاً للعُبوات، أو أنواعاً مُحددة، أو أحجاماً ثابتة، بل تكتفي بالمعايير التي تتوافق مع الصحة العامَّة Common Marketing Standard For Table Grapes (2001).

كما ركّزت الأسواق العالميَّة على كون العُبوات جديدة غير مُستعملة سابقاً، وآمنة صحياً، وهي ترغب بالعُبوات الخشبية والكرتونية، أكثر من البلاستيكية، وتلك المصنوعة من مادة Polystyrene "الستيروبور". ولا تشترط أحجاماً مُحددة عادةً، إنَّما تشترط بالنسبة للعِنَب الممتاز، وعِنَب الدرجة الأولى، أن يكون على طبقة واحدة فقط من العناقيد.

تختلف أحجام العُبوات التي يستخدمها المُصدّرون لتعبئة العِنَب المُراد تصديره، بحسب عدة اعتبارات، أهمها ما تطلبه سوق الوُجهة، وجودة تلك الأعناب. وغالباً ما تتم تعبئة الأعناب الفاخرة في عُبوات صغيرة جداً، وتزداد أحجام العُبوات كلما انخفضت جودة الأعناب.

وبالعودة إلى مجموعة من المراجع التي درست عُبوات الخضار والفواكه عالمياً، وجد أنَّها غالباً ما تُصنّف العبوات بحسب أبعادها الثلاثة، وليس بحسب سعات هذه العُبوات، لكن بدراسة العُبوات المُستخدمة من المُصدّرين في سورية، تبيّن أنَّ الفئة الواحدة بحسب السعة تأخذ أشكالاً مُختلفة؛ فتكون أبعادها متباينة؛ لذلك أُجريت الدراسة الميدانية على أساس السعات، وليس على أساس الأبعاد، وحُدد عبر هذه الدراسة أربعة أحجام أساسية للعُبوات المُستخدمة في تعبئة العِنَب لغرض التصدير وهي:

- عُبوات صغيرة جداً ذات سعة 1.2 كغ

استخدم كل المُصدّرين العُبوات الصغيرة جداً سعة 1.2 كغ، وهذا مؤشرٌ إيجابي، وإنَّ 80% من العِنَب المُصدّر تمت تعبئته بهذه العُبوات، ووصلت نسبة استخدامها لدى بعض المُصدّرين في عامي 2006-2007 إلى 100%؛ أي إنَّ بعض المُصدّرين استخدموها وحيدةً، ولم يستخدموا عُبوات من أحجام أخرى؛ وهذه الفئة تراجعت في موسم 2008 بحيث أصبحت أعلى نسبة استخدام لهذه العُبوات هي 95%.

ولم يستخدم هذه العُبوات على الإطلاق 25% من المُصدِّرين في موسم 2006، وارتفعت هذه النسبة إلى 50%، ثمَّ إلى 60% في الموسمين التاليين على التوالي، لكنَّ الزيادة في نسبة من استخدموا هذه العُبوات من المُصدّرين الذين كانوا لا يُقبلون عليها كثيراً فيما مضى ترافقت بتوجّه من المُصدّرين الآخرين لتعبئة كميَّات من الأعناب في عُبواتٍ أكبر، وهذا جعل مُتوسط نسبة استخدام هذا الحجم من العُبوات يبقى مُستقرّاً خلال السنوات الثلاث بحدود 80%، كما في الجدول (14).

الجدول (14): مُعدّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات سعة 1.2 كغ للفترة 2006 - 2008.

السنة	أعلى نسبة استخدام %	أدنى نسبة استخدام %	نسبة المستخدمين %	الكمية التي تمّت تعبئتها في هذه العبوات %	الانحراف المعياري
2006	100	25	100	80.75	19.4
2007	100	50	100	80.5	15.04
2008	95	60	100	81	8.2

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

ويوصل من هذا العرض إلى القول بأنَّ هناك توافقٌ نسبيٌ مع مُتطلبات الأسواق الخارجية من حيث أحجام العُبوات المُستخدمة في تعبئة الأعناب المُراد تصديرها.

- عُبوات صغيرة سعة 2 كغ.

كانت أعلى نسبة مُستخدمين لهذه العُبوات في موسم 2006 بحدود 25% من المُصدّرين، وارتفعت هذه النسبة ارتفاعاً كبيراً جداً، فوصلت إلى 75% منهم في موسم 2008، كما ارتفعت الكميَّات التي تمّت تعبئتها بهذا الحجم من العُبوات بشكلٍ موازٍ، فقد كانت نسبتها في موسم 2006 نحو 4.75% من إجمالي كميَّات الأعناب التي عبأها المُصدّرون، ووصلت إلى 8% في موسم 2008، ويوضّح ذلك الجدول (15)، والمؤشر الايجابي في ذلك هو: أنَّ هذه الزيادة أتت على حساب اعتماد العُبوات الأكبر حجماً، كما سيظهر لاحقاً.

الجدول (15): مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات سعة 2 كغ للفترة 2006 - 2008.

السنة	أعلى نسبة استخدام %	أدنى نسبة استخدام %	نسبة المستخدمين %	الكمية التي تمّت تعبئتها في هذه العبوات %	الانحراف المعياري
2006	25	0	25	4.75	8.7
2007	30	0	45	7.75	10.1
2008	25	0	75	8	5.94

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

- عُبوات كبيرة سعة 10 كغ.

بيّنت الدراسة أنَّ هناك تراجعاً محدوداً في استخدام هذا الحجم من العُبوات، كما في الجدول (16). وكان هذا التراجع لمصلحة العُبوات الصغيرة سعة 2 كغ كما أُشير سابقاً.

الجدول (16): مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات سعة 10 كغ للفترة 2006-2008.

السنة	أعلى نسبة استخدام %	أدنى نسبة استخدام %	نسبة المستخدمين %	الكمية التي تمّت تعبئتها في هذه العبوات %	الانحراف المعياري
2006	20	0	70	10.5	10.87
2007	30	0	50	8	9.5
2008	40	0	90	7	4.7

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

- عُبوات كبيرة جداً سعة 14 كغ.

حافظ هذا الحجم من العُبوات على مُعدَّل استخدامه من المُصدّرين؛ إذ استمرت أهميته بحدود 4% من كميَّات العِنَب التي عبأها المُصدّرون، وهذا دليلٌ على أحد أمرين: فإما أنَّ هناك طلباً مُستقراً على هذا الحجم من العُبوات في السوق الخارجية، وغالباً ما تطلب السوق الأردنية هذا الحجم من العُبوات، أو أنَّ المُصدّر يقوم بتصدير أعناب أقل جودة من تلك التي تُستخدم في العُبوات الأصغر حجماً.

الجدول (17): مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات سعة 14 كغ للفترة 2006 - 2008.

السنة	أعلى نسبة استخدام %	أدنى نسبة استخدام %	نسبة المستخدمين %	الكمية التي تمّت تعبئتها في هذه العبوات %	الانحراف المعياري
2006	10	0	30	4	7.36
2007	20	0	35	3.75	6.46
2008	25	0	70	4	3.08

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

بيّن الجدولان السابقان (16) و(17) أنَّ النسبة المئوية لأعلى نسبة استخدام لكل سعة من العُبوات قد ازدادت، وبالمقابل انخفضت النسبة المئوية لأعلى نسبة استخدام في الجدول (15)؛ أي إنَّ المُصدّرين أصبحوا أكثر ميلاً للتصدير بكافة أحجام العُبوات المُمكنة، وهذا دليلٌ على أنَّ هناك مُتطلباتٍ مُختلفة للسوق الخارجية، يعلم بها كثير من المُصدِّرين ويسعون إلى تلبيتها، إضافة إلى نزعة المُصدّرين إلى تعبئة العِنَب بعُبوات تختلف أحجامها بحسب جودة العِنَب، فكلما كانت الجودة أعلى كانت العُبوات أصغر.

وأكّدت هذا الطرح دراسة مُعاملات الارتباط بين استخدام الأحجام المُختلفة من العُبوات؛ إذ أعطت نتيجة سلبية كون قيمة مُعامل الارتباط كانت ظاهرية؛ أي أنَّ استخدام أي فئة من هذه العُبوات ليس دليلاً على استخدام فئة أخرى، أو عدمه، والنتيجة النهائية هي أن المُصدّر يميل إلى تنويع طرائق تعبئة المُنتَج.

في حين أظهرت دراسة معايير تشتت بيانات استخدام كل حجم من أحجام العُبوات في كل من المواسم الثلاثة، أنَّ قيم الانحراف المعياري انخفضت بشدة من عامٍ لآخر؛ ومنه فالقيم باتت أكثر استقراراً، وأقل تشتتاً؛ ومنه فمواقف المُصدّرين حيالها باتت قريبة من بعضها، ولم تعد الفروقات بين رؤاهم شاسعة.

وكإجراءٍ حكومي في إطار السياسات التسويقية، يمكن مُعاملة الأعناب التي تدخل سوق الجُملة بعُبوات تصديرية مُعاملة تفضيلية كأن تمنح حافزاً، عن تلك المُعبأة بصناديق كبيرة، أو كأن يُفرض على الثانية ضريبة، وهذا من شأنه أن يدفع المُنتِجين قسراً إلى استخدام العُبوات الصغيرة، وهذه العُبوات لا تسمح بوضع أعناب رديئة في قعر العُبوات، فيجد المُنتِج نفسه مُجبراً على مراعاة الدقة عند تعبئة إنتاجه، وتتخلّص السوق عندها من المُعوّقين السابقين، بالحد من استعمال العُبوات الكبيرة جداً.

ب. أنواع العُبوات المُستخدمة لتعبئة العِنَب لغرض التصدير

لا يبدو اختيار أنواع العُبوات المطلوبة لتعبئة الخضار والفواكه أمراً يسيراً على الإطلاق، فُينظر العُبوات البلاستيكية، وعُبوات Polystyrene "الستيروبور" على أنَّها مُشتقات بترولية، وتُدرج - في كثير من الأحيان - بين المواد المتّهمة بالتسبب بمرض السرطان، ويرى الكثيرون وجوب إبعاد الأغذية عنها.

أما العُبوات الخشبية والكرتونية فينظر إليها حُماة البيئة على أنَّها إحدى صور الاعتداء على الغابات، وهنا تجد الدول أنفسها أمام خيارٍ صعب، حسمت كثير منها أمرها تجاهه، واختارت الحفاظ على الصحة، واشترطت أن تكون العُبوات خشبية أو كرتونية. فاشترطت ألمانيا في العبوات الداخلة إليها أن تكون خشبية أو كرتونية (Comib, 2007)، واشترطت دول الخليج العربي عبر هيئة التقييس لدول مجلس التعاون الخليجي العربي في المواصفة القياسية GSO5/FDS464/2008 الخاصة بالعِنَب أنَّ عبوات أعناب الدرجة الأولى يجب أن تطابق مواصفات سلامة المواد الأولية، وأن تكون جديدة، وخالية من أي مواد أو رائحة غريبة؛ فلم تشترط موادَ أوليةً محددة GCC Standardization Organization (2008) ، أما في مِصر فقد حددت المواصفة القياسية المُسماة "ثمار العِنَب الطازجة، 2007" مواصفات عامة لعُبوات العِنَب على أساس معايير السلامة العامة، لكن أُشير إلى هذه المواصفة بأنَّها غير إلزامية. وفي سورية لا يزال يستخدم كل هذه الأنواع من العُبوات، وبيّنت الدراسة أهمية استخدام كل منها كما يلي:

- العُبوات البلاستيكية

يُعبَّأ أغلب العِنَب السوري المُراد تصديره بعُبوات بلاستيكية، والسبب في ذلك أنَّ هذه العُبوات أرخص من العُبوات الكرتونية والخشبية من ناحية، كما أنَّ الدول المُستوردة (الدول العربية) لا تضع اشتراطات فيما يتعلق بنوع المادة المُستخدمة في التعبئة، سوى أن تكون جديدة، ونظيفة، ومادتها الأولية موافقة لشروط السلامة العامة، وهي لا تتهم المواد البلاستيكية بالتسبب بأيَّة أمراض، في حين أنَّ أول شروط التوجُّه بالعِنَب السوري إلى أسواق الدول المُتقدمة، هو مراعاة مُطابقة مُواصفات العُبوات المُستخدمة للمعايير المُحددة في تلك البلدان.

وانخفضت أهميّة العُبوات البلاستيكية لتعبئة العِنَب السوري المُراد تصديره في سنوات الدراسة بشكلٍ لافت، فكان 80% من العِنَب المُراد تصديره يُعبَّأ في هذا النوع من العُبوات في موسم 2006، انخفضت هذه النسبة إلى 71.25% في موسم 2008، أي إنَّ مُعدّل استخدامها تراجع بمُعدّل 4.4 % سنوياً، إلاّ أنَّ كل المُصدّرين يستخدمون هذه العُبوات، وإن كان بعضهم يستخدمها مُنفردة، ودون استخدام أنواع العُبوات الأخرى، فإنَّ أقل المُستخدمين لها عبّؤوا بها 40% من الأعناب التي صدّروها، كما في الجدول (18).

الجدول (18): مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات البلاستيكية للفترة 2006 - 2008.

السنة	أعلى نسبة استخدام %	أدنى نسبة استخدام %	نسبة المستخدمين %	الكمية التي تمّت تعبئتها في هذه العبوات %	الانحراف المعياري
2006	100	50	100	80	14.69
2007	100	40	100	74.75	15.52
2008	100	50	100	71.25	13.75

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

- العُبوات الخشبية

ازداد مُعدّل استخدام العُبوات الخشبية لتعبئة العِنَب السوري المُراد تصديره من 15.25% في بداية الفترة، إلى 18.5% في نهايتها، كما في الجدول (19)، ولكن نِسَب الزيادة هذه لا تزال محدودة، إذا ما أُريد التوجّه نحو هذا النوع من العُبوات.

الجدول (19): مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات الخشبية للفترة 2006 - 2008.

السنة	أعلى نسبة استخدام %	أدنى نسبة استخدام %	نسبة المستخدمين %	الكمية التي تمّت تعبئتها في هذه العبوات %	الانحراف المعياري
2006	50	0	70	15.25	15.17
2007	50	0	80	14.75	12.62
2008	30	0	95	18.5	8.75

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

- العُبوات الكرتونية

برر عدد من المُصدّرين التوجّه نحو العُبوات الكرتونية لتعبئة العِنَب؛ بأنَّها أنسب لإظهار الاسم، والعلامة التجارية، ولكنَّهم أشاروا إلى أنَّها تتأثر سريعاً بظروف التخزين غير المثالية، وقد ازداد مُعدّل استخدام هذه العُبوات من 4.75% في بداية الفترة، إلى 10.25% في نهايتها، كما في الجدول (20)، ولكنَّ نِسب الزيادة هذه لا تزال محدودة، إذا ما أُريد التوجّه نحو استخدام هذا النوع من العُبوات.

الجدول (20): مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات الكرتونية للفترة 2006 - 2008.

السنة	أعلى نسبة استخدام %	أدنى نسبة استخدام %	نسبة المستخدمين %	الكمية التي تمّت تعبئتها في هذه العبوات %	الانحراف المعياري
2006	20	0	40	4.75	6.97
2007	25	0	75	10.5	8.29
2008	20	0	85	10.25	6.78

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

وبيّنت دراسة مُعاملات الارتباط بين أحجام العُبوات وأنواعها المُستخدمة لتعبئة العِنَب المُراد تصديره، أنَّ الارتباط كان ظاهرياً دوماً، لأنَّ قيم مُعامل الارتباط كانت مُنخفضة؛ ومنه فقد استخدم المُصدّرون أحجاماً مُختلفة من كل نوع من أنواع العُبوات المُستخدمة.

وعلى العُموم فإنَّ العُبوات المُستخدمة في تعبئة العِنَب السوري المُراد تصديره، لا تخرج عمّا هو معمول به في تعبئة بقية الخضار والفواكه في سورية؛ أي إنَّ اعتماد معايير جديدة لعُبوات العِنَب، يأتي تحت اعتماد معايير جديدة لتعبئة الخضار والفواكه المُراد تصديرها، وهذا يعني أنَّ توجيه المُصدّرين نحو أنواع مُحددة من العُبوات يجب أن يكون عاماً؛ أي لكل أنواع الخضار والفواكه، وليس للعِنَب وحده. كما يجب تنبيه المُصدِّرين إلى أهمية استخدام العبوات المُغطاة -التي لا تزال غير شائعة في تعبئة العنب السوري- كون بعض الدول تشترط ذلك في تعبئة العنب قبل دخول أراضيها، فقد حددت قوانين التجارة في نيويورك - ضمن القواعد واللوائح المُتعلقة بالعِنَب - المواصفات القياسية لعِنَب المائدة، وجاء في القاعدة 196-1 منها: "يجب أن تكون عُبوات العِنَب مُغطاة"؛ ومن ثمَّ فالعبوات غير المُغطاة تُمنع من دخول أسواقها New York State Standards For Grapes (1960). إضافة إلى أهمية تطوير عبوات ذات

مواصفات خاصة بحيث تحافظ على جودة العنب كما فعلت كوريا الجنوبية؛ إذ طوّرت إدارة التنمية فيها عُبواتٍ مُخصصة لامتصاص الصدمات المادية أثناء الشحن، وتنطوي هذه الطريقة على وضع قُطع كرتونية مُضلّعة في المساحات الفارغة بين العناقيد، بحيث تمنع عناقيد العِنَب من الانزلاق إلى جانبٍ واحدٍ من العُبوة، وهي آمنة حتى وزن 500 كغ فوق العُبوة، ومصنوعة من مواد صديقة للبيئة. كما يقع على عاتق مُتخذي القرار توعية المزارعين عبر الإرشاد الزراعي التسويقي إلى ضرورة تعبئة مُنتجاتهم في عبوات تصديرية في الحقل لتوفير تكاليف عملية إعادة التعبئة ومساوئها.

4. المعلومات التسويقية لمُصدِّري عنب المائدة السوري

لا بُدّ لأي مُصدِّر من استطلاع واقع الأسواق الخارجية التي يرغب بالتصدير إليها، وتحديد حجم هذه الأسواق، وفترات العرض والطلب الأعظميين فيها، إلى جانب تقدير أسعار العِنَب فيها، وتحديد المواصفات المطلوبة، والجودة المُحددة، والمعايير الواجب مطابقتها، والشروط الإجرائية اللازمة، كالرسوم الجمركية، والأوراق المطلوبة. والحصول على كل هذه البيانات ليس بالأمر السهل أو اليسيرطبعاً، إلاّ أن أغلب المُعطيات تكون مشتركة بين كثير من الخضار والفواكه ضمن السوق نفسها؛ فتكون معروفةً مُسبقاً من المُصدّر، إضافةً إلى أنَّ هناك جانباً من هذه المعلومات يكون المُصدّر قد استقاه بفعل تراكم خبرته في هذا المجال لعدة سنوات.

ولعل الخوف الذي أظهره بعض المُصدِّرين من ولوج أسواق جديدة مردّه إلى جهلهم بمتطلبات تلك الأسواق، وعجزهم عن تلبية شروطها، وعلى أية حال يلزم المُصدّر للحصول على المعلومات التسويقية مصادر موثوقة، إلى جانب حاجته إلى وسائل للاتصال بهذه المصادر.

1) مصادر المعلومات التسويقية

أ. التُجّار العاملون في أسواق الدول المُستوردة

كان هذا المؤشر مُثيراً للانتباه، فقد تراجعت أهميته من 85% في بداية الفترة، إلى 50% في نهايتها؛ أي بمُعدَّل 17.5% سنوياً، وهذا يُشير إلى أنَّ هناك تراجعاً في ثقة المُصدِّرين بالتُجّار العاملين في الأسواق المُستوردة للعِنَب السوري، مما يعني أنَّ المعلومات التي يوفرها هؤلاء التُجّار للمُصدِّرين ليست دقيقة دوماً؛ لذلك وجد المُصدّرون أنفسهم بحاجة للاستعاضة عن هذا المصدر بمصادر بديلة.

ب. المندوبون في الأسواق الخارجية

يتميز المُصدِّرون النشطون بأنَّهم يُعيّنون مندوبين دائمين لهم في أهم الأسواق الخارجية التي يُصدِّرون إليها، ويقوم هؤلاء المندوبين بتحديد مُتطلبات السوق باستمرار، كما يُشرفون على بيع المُنتَجات التي يُرسلها المُصدِّر، وقد يكونون مُفوضين بقبض الثمن، وشراء مُنتَجات أخرى من السوق الخارجية، ليتم توريدها إلى سورية، لكن قلّما اعتمد المُصدِّرون السوريون على مندوبين في الأسواق الخارجية.

ولم تكن هناك أي مصادر أخرى مُعتمدة من المُصدّرين للحصول على المعلومات التسويقية، علماً بأنَّ هناك مصادرَ أكثر أهميَّة من تلك السابقة، خصوصاً إذا أراد المُصدّر التعامل مع أسواق جديدة، وأهم هذه المصادر: غرف التجارة، وهيئات الأسواق، والسفارات. وهذا عائد لجهل أغلب المُصدِّرين بأهميَّة هذه المصادر للحصول على المعلومات التسويقية.

2) طرائق الحصول على المعلومات التسويقية

أ. استخدام الهاتف والفاكس

شكّلت هذه الوسائل أهم الطرق المُستخدمة من المُصدّر للحصول على المعلومات التسويقية، وتراوحت أهميتها بين 75% في بداية الفترة، و90% في نهايتها؛ أي إنَّها نمت بمُعدَّل 7.5% سنوياً.

ب. الإنترنت والبريد الإلكتروني

كانت أهميَّة هذه الطرق 10% عام 2006، وتطوُّرت إلى 20% في 2008؛ أي إنَّها نمت بمُعدَّل 5% سنوياً، ولكنَّ هذه الأهميَّة لا تزال محدودة، وإن كانت عالمياً تشكّل مصدراً رئيسياً، سريعاً ورخيصاً، للحصول على المعلومات التسويقية. وهذا النمو المحدود الذي طرأ عليها لدى المُصدِّرين السوريين يعود إلى شُيوع استخدامها عاماً بعد آخر، في كل مناحي الحياة، وليس لتوجّه مُحدد نحوها في التجارة الخارجية.

ثانياً- دراسة أسواق الدول المستوردة للعِنَب السوري.

تهتم الدول المُصدّرة بدراسة أسواق الدول المُستوردة لمُنتَجاتها، وتحديد المُؤشرات التي لا غِنى عن الإحاطة بها لبناء تصوّرٍ دقيقٍ حولها، فلا بُدّ من دراسة السوق لمعرفة حجمها، وهيكليتها، ومدى المُنافسة فيها، وفرص المُنتج المُراد دراسته لدخولها. وتنطلق الدراسات غالباً من باب دراسة العرض، والطلب، والتغيّر الزمني فيهما، إلى جانب دراسة آليات التغلُّب على المُنافسة، وضرورة تحديد الرسوم الجمركية، والشروط الحمائية، والرسوم غير الجمركية المفروضة، والقوانين التي تحكم تبادل المُنتَجات، والمواصفات، والمقاييس الواجب مراعاتها، والوقوف على المخاطر الأخرى في حال التعامل مع هذه السوق، والمفاضلة بينها وبين غيرها، وبالنهاية توجيه المُصدّرين نحو السوق التي تراها الدراسة أكثر مُناسَبة، ولكل تلك المُبررات كان لزاماً على البحث دراسة حالة الأسواق المُستوردة للعِنَب السوري.

1. دراسة حالة سوق عِنَب المائدة في المملكة العربية السعودية

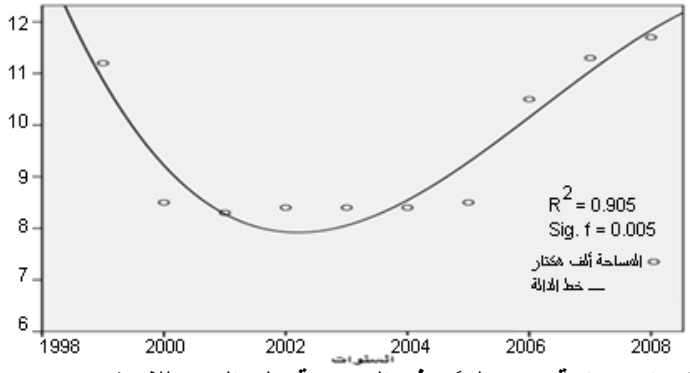
تعتمد السوق السعودية في تجارة المُنتَجات الزراعية على مبدأ بضاعة الأمانة إلى الدلالين بنسبة 80% من حجم التبادل في السوق، وتقع الأعناب السورية تحت هذا النظام، مما يحتاج إلى توخي الدقة والحذر في جميع عمليات التصدير إليها، والاعتماد على وكيلٍ مفوضٍ عن جهة التصدير لإدارة شؤون التسويق إلى جانب الدلالين (سليمان،2004). وتُعدّ السوق السعودية أهم الأسواق الخارجية لعِنَب المائدة السوري، فقد احتلت اعتباراً من عام 1994 المرتبة الأولى على قائمة الدول المستوردة للعِنَب من سورية، لكنَّ مستوى أهميتها لم يكن مستقراً، ففي حين استوردت عام 1999 ما يُعادل 57.2% من العِنَب السوري المُصدّر تراجعت هذه النسبة إلى 38.6% عام 2007 (المديرية العامة للجمارك، عدة إصدارات).

1) زراعة كروم العنب في السعودية

أتت الكرمة ثانيةً بعد النخيل من حيث المساحة المزروعة بالأشجار المُثمرة في السعودية، فقد كانت مساحتها عام 2007 بحدود 11700 هكتار، وأنتجت 144 ألف طن عِنَب بإنتاجية بلغت 12.4 طن/هكتار (FAOSTAT) الملحق (31). وكشفت دراسة مُعامل ارتباط المساحة المزروعة بالكروم بالزمن وجود علاقة ارتباط طردية قوية حيث كان مُعامل التحديد معنوي، وفسّر انحدار المساحة على الزمن شكل التابع الصحيح من الدرجة الثالثة؛ إذ أخذت معادلته شكل العلاقة (33)، وأمكن رسم هذه العلاقة من خلال الشكل (64).

العلاقة (33): $A_{sa} = -19.095\ T_{sa}^3 + 467.7\ T_{sa}^2 - 2917.7\ T_{sa} + 13336.7 + u$

حيث ترمز A_{sa} للمساحة المزروعة بالعِنَب في السعودية مُقدَّرة بالهكتار، وترمز T_{sa} إلى الزمن عبر السلسلة الزمنية المدروسة معبّراً عنه بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.



الشكل (64): انحدار مساحة كروم العِنَب في السعودية على الزمن للفترة 1998-2008.

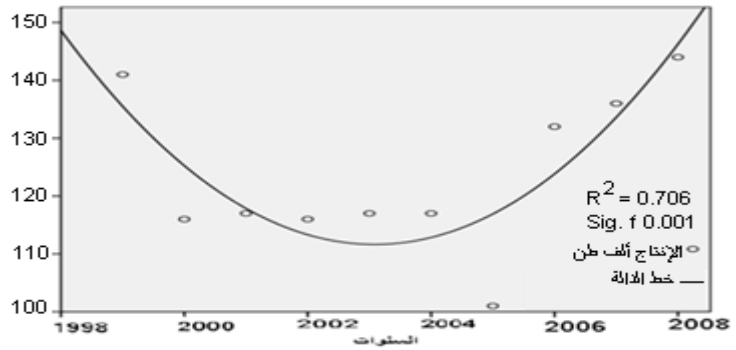
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

أما عن الكميَّة المُنتجة من العِنَب فقد كشفت دراستها عن مستويين: مستوى ما قبل عام 2004 حيث كانت الكميَّات المُنتجة شبه ثابتة أو مُنخفضة التغيّر، ومستوى ما بعده حيث شهد الإنتاج تزايداً ملحوظاً.

تجاوز إنتاج السعودية من العنب في بداية فترة الدراسة 140 ألف طن، لكنَّه سرعان ما انخفض إلى ما دون 120 ألف طن؛ كمُعدَّل سنوي لخمس سنواتٍ متتالية، وعاود بعدها ارتفاعاً سريعاً حتى نهاية السلسلة؛ فتجاوز القيم العالية التي ظهرت في بدايتها. وكان التابع الصحيح من الدرجة الثانية الشكل الأمثل للتعبير عن انحدار الإنتاج على الزمن؛ إذ كان مُعامل التحديد المرتبط به معنوياً، والدالة المُعبّرة عن هذا التابع كما في العلاقة (34). وأمكن رسم هذه العلاقة من خلال الشكل (65).

حيث ترمز P_{sa} لكميَّة العِنَب المُنتج في السعودية خلال كل سنة من سنوات الدراسة مُقدَّراً بالطن، وترمز T_{sa} إلى الزمن خلال هذه السلسلة مُقدَّراً بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.

العلاقة (34): $P_{sa} = 1431.8\ T_{sa}^{\ 2} - 14556.1\ T_{sa} + 148633.3 + u$



الشكل (65): انحدار إنتاج العِنَب في السعودية على الزمن للفترة 1998-2008.

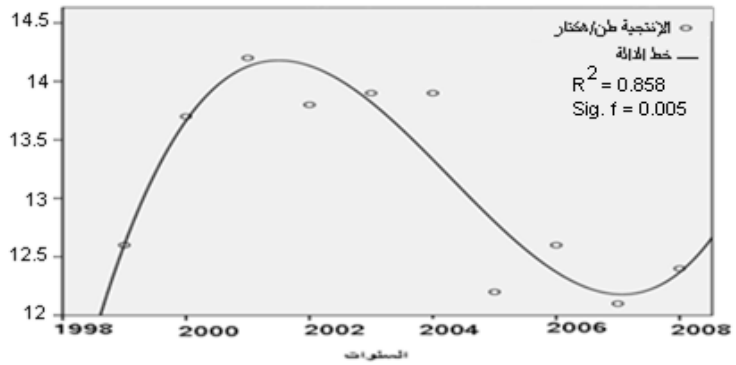
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

يُنظر إلى الإنتاجية عادة على أنَّها مُؤشِّر دالٌ على مدى مُلاءمة البيئة لمحصولٍ مُعيَّن، وعلى قدرة المزارعين على الاستفادة من مُعطيات العلم الحديثة، أي يشير إلى إمكانية التوسُّع بزراعة هذا المحصول أو ذاك. وقد كان مُعدَّل إنتاجية كروم العِنَب السعودية جيداً مُقارنة بالمُتوسطات العالميَّة، لكنَّ ما يثير الإنتباه أنَّ هذه الإنتاجيَّة كانت ترتفع بشدَّة حتى عام 2001، ثم أخذت مساراً مُنحدراً اعتباراً من موسم 2002 حتى نهاية فترة الدراسة، وقد أظهرت دراسة ارتباط إنتاجية مزارع العِنَب بالزمن وجود علاقة

ارتباط طردية قوية بينهما؛ إذ كان مُعامل التحديد معنوياً، وفسّر انحدار الإنتاجيَّة على الزمن تابع صحيح من الدرجة الثالثة أخذت دالته شكل العلاقة (35)، ورسم طبيعة هذه العلاقة الشكل (66).

العلاقة (35): $Pr_{sa} = -15.45\ T_{sa}^{3} - 0.44\ T_{sa}^{2} + 2.21\ T_{sa} + 10.81 + u$

حيث ترمز Pr_{sa} إلى إنتاجية مزارع العِنَب في السعودية خلال فترة الدراسة مُقدَّرة بالطن/الهكتار، وتُشير T_{sa} إلى الزمن مُقدَّراً بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.



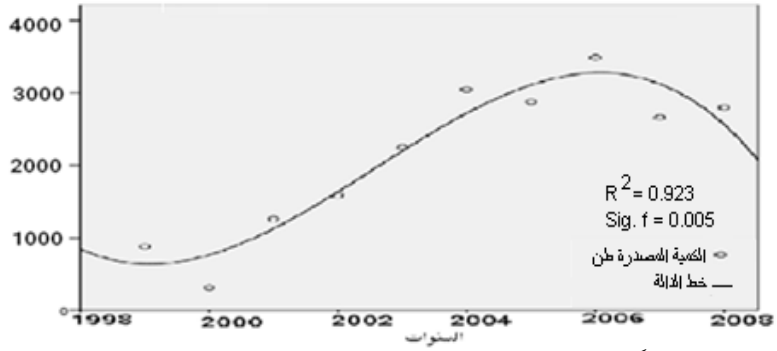
الشكل (66): انحدار إنتاجية كروم العِنَب في السعودية على الزمن للفترة 1998-2008.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

2) صادرات السعودية من العِنَب

تُصدّر السعودية كميَّات لا بأس بها من أعناب المائدة إلى بقية دول الخليج، ويبدو لافتاً للنظر التباين الكبير في هذه الكميَّات من عامٍ إلى آخر الملحق (31)، فقد كانت قيمة الانحراف المعياري لها هي 1049.28 طن؛ ما يعني أنَّ هناك تفاوتاً كبيراً جداً في الكميَّات المُصدّرة بحسب السنوات، وأبدى هذا التغيّر ارتباطاً قوياً بالزمن، إذ كان مُعامل تحديده معنوياً، وكان تابع الدرجة الثالثة الذي أخذ العلاقة (36) هو الأمثل للتعبير عن انحدار هذه الكميَّات على الزمن، وأمكن رسم طبيعة هذه العلاقة من خلال الشكل (67).

العلاقة (36): $qEx_{sa} = -15.45\ T_{sa}^{3} + 212\ T_{sa}^{2} - 403.39\ T_{sa} + 843.63 + u$

حيث ترمز qEx_{sa} إلى كميَّات العِنَب التي تصدّرها السعودية مُقدَّرة بالطن/سنة، وتُشير T_{sa} إلى الزمن مُقدَّراً بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.



الشكل (67): انحدار كميَّة صادرات السعودية من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2008.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

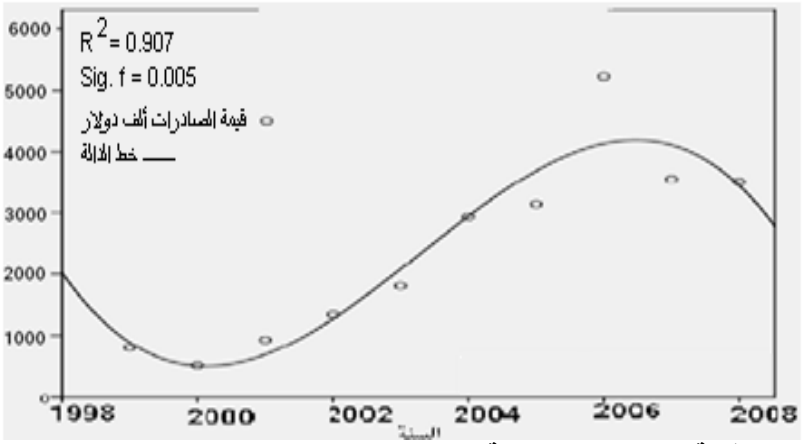
إلا أنَّ التغيّر السنوي بكميَّات العِنَب التي تُصدّرها السعودية لم يكن مُرتبطاً بتغيّر الإنتاج للسنوات نفسها، وهذا ما بيّنته دراسة إمكانية وجود علاقة ارتباط بين تغيُّر الكميَّات التي تُصدِّرها السعودية من

العِنَب وتغيّر الكميَّات التي تنتجها مزارعها منه للسنوات نفسها؛ وهذا يقود إلى نتيجة مؤداها أنَّ سوق العِنَب في السعودية غير مُشبعة، وأنَّ زيادة تصديرها للعِنَب ليس مؤشراً على زيادة كميَّات العِنَب المعروضة في سوقها المحلّية؛ ومنه فلا داعي للنظر إلى تغيُّر كميَّات العِنَب المُصدَّرة من السعودية إلى الخارج على أنَّها عامل مُحبطٌ لآمال المُصدِّرين السوريين في توسيع حصتهم في سوق العنب السعودية.

كان المُتوسط السنوي لأسعار الأعناب التي تُصدِّرها السعودية مُرتفعاً جداً؛ إذ بلغت قيمته لفترة الدراسة 1.11 دولار/كغ، علماً بَأنه تجاوز 1.5 دولار/كغ في بعض السنوات، لكنَّ ارتباط تغيُّر أسعار العِنَب الذي صدّرته السعودية بالزمن كان ظاهرياً ولا دلالة معنوية له. إلا أنَّ تغيُّر قيمة الصادرات السعودية من العِنَب قد أبدى ارتباطاً قوياً بالزمن، ولمَّا كانَ تغيُّر أسعار العِنَب المُصدّر لم يفسّر تغيُّر قيمته، فيكون تغيُّر هذه القيمة تابعاً لتغيّر الكميَّات المُصدّرة وليس لتغيّرات الأسعار، ولتحديد ذلك رياضياً دُرس مُعامل تحديد هذه العلاقة لكل من الدوال المحتملة، وكان معنوياً، وعبَّر عن هذا الانحدار التابع الصحيح من الدرجة الثالثة؛ كما في العلاقة (37)، وأمكن رسم هذه العلاقة من خلال الشكل (68).

العلاقة (37): $vEx_{sa} = -15.45\ T_{sa}^{3} - 0.44\ T_{sa}^{2} + 2.21\ T_{sa} + 10.81 + u$

حيث ترمز vEx_{sa} إلى قيمة العِنَب السعودي المُصدّر لكل سنة من سنوات الدراسة، وتُشير T_{sa} إلى الزمن مُقدَّراً بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.



الشكل (68): انحدار قيمة الصادرات السعودية من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2008.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

3) واردات السعودية من العِنَب

يجب أن تُحقق الأعناب المُصدَّرة إلى السعودية مجموعة من الشروط والبيانات المطلوبة، كأن يُذكر على العبوات اسم المادة الغذائية المُعبَّأة، وصافي وزن العبوات بالكيلوغرام، واسم بلد المنشأ، واسم المُعبِّئ أو المُستورد، وعنوانه، وتاريخ الإنتاج، وتاريخ انتهاء الصلاحية. إضافةً إلى أنَّ هذه الأعناب تخضع لمطابقة 15 مواصفة قياسية سعودية[1]، كما يُفرض عليها رسماً جمركياً يُعادل 12% من قيمتها (سليمان، 2004). إلا أن الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة حددت بعد ذلك مواصفة قياسية للعنب وهي المواصفة 1994/831[2].

[1] - المواصفات القياسية التي ينبغي للأعناب المُصدَّرة إلى السعودية مطابقتها: هي 434-1985/440، 1986/457، 1990/616، 1990/617، 1990/635، 1985/961.

[2] - الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة. www.saso.org.sa

وقد تباينت الكميَّات التي تستوردها السعودية من الأعناب من عامٍ لآخر تبايناً غير نمطي الملحق (33)؛ أي إنَّ علاقة ارتباط تغيُّر هذه الكميَّات بالزمن هي علاقة ارتباط ظاهرية، وكانت قيمة الانحراف المعياري لهذه الكميَّات عالية جداً، وبلغت 3705.9 طن، لكن وبالنظر إلى قيم الكميَّات المستوردة، فقد أمكن تقسيمها إلى أربع مراحل، وحتى يكون هذا القسيم مقبولاً يجب أن تنخفض قيمة الانحراف المعياري داخل كل من هذه المراحل انخفاضاً شديداً؛ أي ينخفض التشتت داخل هذه المراحل، وتُصبح قيمها أكثر انسجاماً داخلياً، وتخرج بذلك القيمة العالية للانحراف المعياري خارج كل من هذه المراحل لتُعبّر عن انحرافٍ معياريٍ بين متوسطات الكميَّات المُستوردة ضمن هذه المراحل، ويمكن من خلال الجدول (21) إظهار هذه المراحل الزمنية مع تحديد الكميَّات التي استوردتها السعودية في كلٍ منها، ومُقارنة متوسطاتها، وانحرافاتها المعيارية؛ وهذه المراحل هي:

- المرحلة الأولى 1998-1999: شهدت هذه المرحلة إنتاجاً عالياً من العِنَب في السعودية، وانخفاضاً في كميَّة صادراتها، وأسعاراً مُرتفعة للأعناب التي استوردتها، وأسعار تجزئة مُنخفضة؛ أي إنَّ هذه العوامل الأربعة السابقة تعني أنَّ السوق السعودية في هذه المرحلة غير مشجعة، إلا أنَّها شهدت كميَّات مستوردة أكثر من الفترة التي تلتها، وكان المُتوسط السنوي لهذه الكميَّات هو 28662 طن/سنة، وكانت قيمة الانحراف المعياري لتغيّر كميَّة العِنَب المستوردة هي 935.5.

- المرحلة الثانية 2000–2001: انخفضت الكميَّات المستوردة على الرغم من أنَّ العوامل الأربعة التي ذُكرت في الفقرة السابقة أصبحت أكثر تشجيعاً على زيادة الواردات، لكنَّ المُتوسط السنوي للكميَّات المُستوردة في هذه المدة كان 24650 طن/سنة، وكانت قيمة الانحراف المعياري لها 241.83.

- المرحلة الثالثة 2002–2003 أو مرحلة الكميَّات المُستوردة العالية جداً: وكان المُتوسط السنوي للكميَّات المُستوردة من العِنَب في هذه المدة هو 35225 طن/سنة، وبلغت قيمة الانحراف المعياري لها 488.61، وهنا يبدو أنَّ التغيُّر الكبير في الكميِّات المُستوردة غير مُبررٍ في ظل المُعطيات السابقة، ولابُدَّ من وجود عوامل خارجية ساعدت على هذا النمو السريع جداً في هذه الكميّات، ولم يصل البحث إلى أي عوامل على الساحة السعودية تفسّر هذا التغيّر السريع سوى أنَّ هذه المدة كانت قد شهدت دخول أعداد غفيرة من الجنود الأمريكيين إلى السعودية بسبب تداعيات الحرب على العراق.

- المرحلة الرابعة 2004–2007 أو مرحلة استقرار الكميَّات المُستوردة: ولم ترَ الدراسة داعياً لتقسيمها إلى مرحلتين للمحافظة على تساوي طول المراحل كما في سابقاتها؛ نظراً لأنَّ هذه المدة قد شهدت استقراراً في نمو حجم السوق؛ إذ بقيت الكميَّات المُستوردة من العِنَب خلالها شبه ثابتة من عامٍ لآخر، فقد بلغ مُتوسط هذه الكميَّات المُستوردة سنوياً 31343 طن/سنة، وكانت قيمة الانحراف المعياري لها 361.64، وهي قيمة مُنخفضة تُبرر سبب دمج هذه السنوات في مرحلة واحدة.

الجدول (21): كميَّات العِنَب الذي استوردته السعودية بحسب المراحل الزمنية 1998 – 2007.

السنة	كميَّة الواردات طن	رقم المرحلة	المُتوسط	الانحراف المعياري
1998	29323	1	28662	935.5
1999	28000			
2000	24479	2	24650	241.83
2001	24821			
2002	35570	3	35225	488.61
2003	34879			
2004	31340	4	31343	361.64
2005	31044			
2006	31853			
2007	31136			
الانحراف المعياري	3705.9			
المُتوسط	30245			

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

لكن المُتوسط السنوي لسعر الكيلو غرام الذي استوردته السعودية من العِنَب - وإن أبدى تذبذباً من عامٍ لآخر- إلاّ أنَّ علاقته بالزمن كانت ظاهرية، وكانت قيمة مُعامل تحديدها مُنخفضة فعلاقة ارتباطها بالزمن ظاهرية، وعلى العموم تراوحت المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب الذي استوردته السعودية بين 0.37 دولار/كغ كأدنى مُتوسط سنوي، وكان ذلك في موسم 2004، أمّا أعلى قيمة لهذا المُتوسط فقد كانت في موسم 1998؛ إذ بلغت 0.63 دولار/كغ، وكانت قيمة مُتوسط الفترة المدروسة 1998–2007 لهذا السعر بحدود 0.54 دولار/كغ، وقيمة الانحراف المعياري لهذا المُتوسط بحدود 0.09؛ ومن ثمَّ فإنَّ المُتوسطات السعرية السنوية كانت متقاربة للغاية؛ أي إنَّ أسعار الأعناب التي تستوردها السعودية لم تشهد تغيّرات تذكر خلال سنوات الدراسة.

كما أنَّ تغيُّر الكميَّات المُستوردة عبر السنوات لم يكن مُرتبطاً بتغيّر إنتاج السعودية من العِنَب -على الرغم من وجود ارتباط معنوي لمُعدَّلات الإنتاج بالزمن- ما يعني أنَّ إنتاج السعودية من العِنَب لا يؤثر في حجم سوقها المستوردة؛ ومن ثمَّ فلا أهميَّة تذكر لزيادة إنتاجها منه على تغيُّر وارداتها؛ ولا مُبرر للتخوُّف من تزايد إنتاج السعودية من العِنَب على حجم سوقها المُرتقبة في نظر الدول المُصدِّرة إليها.

إلى جانب ذلك فقد كانت علاقة ارتباط الكميَّات السنوية التي استوردتها السعودية من العِنَب بتغيّر صادراتها منه علاقة ظاهرية؛ ومن ثمَّ فإنَّ تصدير السعودية للعِنَب ليس مُؤشراً على إشباع سوقها منه، ولكنَّه عائدٌ إلى الأسعار المُرتفعة التي حَظِي بها العِنَب السعودي خارج سوقه المحلّية.

إضافةً إلى أنَّ تغيّر أسعار العِنَب الذي استوردته السعودية لم يؤثر في الكميَّات المُستوردة، وهذا يعني أنَّ السعر لم يُشكِّل عاملاً مُحدداً في هذه الحالة؛ أي إنَّ السوق السعودية تتحمَّل الزيادة في السعر إذا توفَّرت الجودة المُقابلة للزيادة في سعر المُنتَج؛ ومن ثمَّ فإنَّ التكاليف الزائدة التي ينفقها المُنتِج لرفع جودة إنتاجه سيكون من السهل تحقيقها بسبب التصدير إلى السعودية كون هذا الإنتاج سيحظى بأسعار أعلى.

4) الشركاء التجاريون مُصدّرو العِنَب إلى السعودية

لدى دراسة مصفوفة الدول التي صدّرت العِنَب إلى السعودية لعام (2005) الملحق (33)، تبيّن أنَّ لبنان شكّل أهم الشركاء التجاريين لها بنسبة أهميَّة بلغت 38% من إجمالي واردات السعودية من العنب، وتلته تركيا التي كانت حصتها 18% من السوق السعودية، وأتت بعدها كل من تشيلي وجنوب أفريقيا، ولبَّتا مُجتمعتين 22% من حاجة السوق السعودية، ثمَّ أتت سورية التي شكّلت أهميتها 8% فقط في السوق السعودية، أما أهميَّة مصر فقد كانت بحدود 1% فقط من حجم هذه السوق.

ويمكن القول هنا: إنَّ لبنان وتركيا هما أهم المنافسين للعِنَب السوري في السوق السعودية؛ بسبب الكميَّات الكبيرة من العِنَب التي يُصدرانها إليها من جهة؛ إذ صدّرا إليها مُجتمعين ما يُعادل 56% من الكميَّات التي دخلت السوق السعودية، إلى جانب التوافق الكبير بين مواسم إنتاج العِنَب في كل منهما وموسمه في سورية من جهة أخرى. أما دولتا تشيلي وجنوب أفريقيا - اللتان حلّتا في المرتبتين الثالثة والرابعة على سلم الدول المُصدِّرة للعِنَب إلى السعودية - فلا تشكلان أيّة أهميَّة على الإطلاق كمُنافستين لسورية - برغم كونهما تورّدان إلى السوق السعودية 22 % مما يدخل سوقها من العِنَب - وذلك بسبب عدم تقاطع مواسم إنتاج العِنَب فيهما مع موسمه في سورية؛ أي إنَّ المدة التي يوجد عنبهما في السوق السعودية تختلف تماماً عن المدة التي يوجد فيها العِنَب السوري في السوق نفسها، وهذا عائدٌ إلى أنَّ كلتيهما تقعان في النصف الجنوبي من الكرة الأرضية؛ فتتعاكس مواسم إنتاجهما الزراعي مع دول النصف الشمالي من الكرة الأرضية.

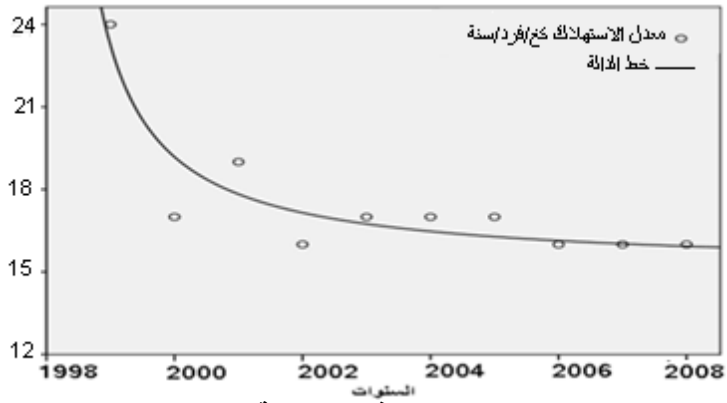
وما يلفت الانتباه أيضاً هو أن أسعار العِنَب السوري المُصدَّر إلى السعودية كانت أعلى من نظيريه اللبناني والتركي، فقد كانت بحدود ضِعف الأسعار التي نالتها أعناب تركيا ولبنان الملحق (33).

5) استهلاك العِنَب في السعودية

بيّنت دراسة المُعدّل السنوي لاستهلاك الفرد في السعودية من العِنَب الملحق (34) وجود علاقة ارتباط قوية بين هذا المُعدّل وبين الزمن، وكان الشكل الأمثل للتعبير عن علاقة انحدار مُعدَّل الاستهلاك على الزمن هو شكل التابع الكسري؛ إذ كانت قيمة مُعامل التحديد المُرتبط بالتابع الكسري معنوية وبلغت $R^2 = 0.84$، لكنَّ هذه العلاقة كانت عكسية؛ أي إنَّ نصيب الفرد من العِنَب قد انخفض سنوياً بشكلٍ معنوي، وكان هذا الانخفاض حاداً في بداية فترة الدراسة، لكنَّه أصبح طفيفاً في بقية السنوات، علماً بأنَّ مُعدَّلات الاستهلاك تتناسب طرداً مع مستوى الدخل، والسعودية تُعدُّ واحدة من الدول ذات الدخل المُرتفع؛ أي إنَّ هناك إمكانية لرفع مُعدَّل الاستهلاك السنوي من العِنَب للفرد في السعودية، إذا أمكن توجيه ذوق المستهلك نحو شراء العِنَب، علماً بأنَّ هذه المُعدّلات لم تصل بعد إلى المُعدّلات العالميَّة لاستهلاك الفرد من العِنَب. وأمكن التعبير عن طبيعة انحدار المُعدّل السنوي لاستهلاك الفرد من العِنَب في السعودية على الزمن من خلال العلاقة (38). وأمكن رسم هذه العلاقة من خلال الشكل (69).

العلاقة (38): $GC_{sa} = 1/(8.12\ T_{sa}+15.12) + u$

حيث ترمز GC_{sa} إلى المُعدّل السنوي لاستهلاك الفرد من العِنَب في السعودية، وتُشير T_{sa} إلى الزمن مُقدَّراً بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.



الشكل (69): انحدار الاستهلاك السنوي للفرد من العِنَب في السعودية على الزمن للفترة 1998-2008.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

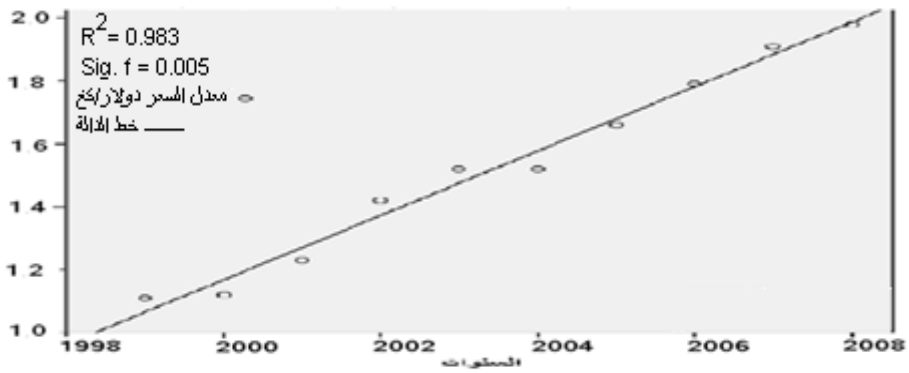
6) أسعار التجزئة للعِنَب في السعودية

كانت أسعار التجزئة لعِنَب المائدة في السعودية مُرتفعةً خلال فترة الدراسة، بحيث كان متوسطها السنوي لهذه المدة 1.526 دولار/كغ، علماً بأنَّ مُتوسط السعر السنوي للعِنَب المُستورد للفترة نفسها كان بحدود 0.54 دولار/كغ؛ أي إنَّ سعر العِنَب المُستورد شكّل فقط ما يُعادل 30% من سعر التجزئة؛ ومن ثمَّ فالهامش التسويقي كان مُرتفعاً؛ إذ بلغ 70% من سعر التجزئة، إلا أنَّ ذلك لا يعني أنَّ هذه النسبة استمرت مُحققةً خلال فترة الدراسة، كما أنَّ سعر التجزئة لم يكن مُرتبطاً بأسعار العِنَب المستورد، إذ كان مُعامل ارتباط سعر التجزئة بسعر العِنَب المُستورد ظاهرياً؛ أي إنَّ أسعار التجزئة للعِنَب في السعودية لم تصل إلى الحدود الدنيا لها، وأنَّ الهامش التسويقي استمر مُرتفعاً خلال فترة الدراسة، وهذا يُدلل على أنَّ الزيادة -إلى حدٍ ما- في الكميَّات التي تُصدَّر إلى السعودية لن تُحدث أثراً في أسعار التجزئة.

أما عن علاقة ارتباط أسعار التجزئة للعِنَب المستهلك في السعودية بالزمن فقد أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط خطية قوية بين التغيّر السنوي لأسعار عِنَب المائدة الذي يُباع بصورة التجزئة في السوق السعودية بالزمن؛ إذ كان مُعامل التحديد معنوياً، وفسّر التابع الخطي انحدارها على الزمن وكانت المُعادلة المُعبّرة عن هذا الانحدار كما في العلاقة (39). وأمكن رسم هذه العلاقة من خلال الشكل (70).

$$CPsa = 0.1\ Tsa + 0.96 + u$$ العلاقة (39):

حيث ترمز $CPsa$ إلى المُتوسط السنوي لسعر التجزئة لعِنَب المائدة في السعودية، وتُشير T_{sa} إلى الزمن مُقدَّراً بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.



الشكل (70): انحدار مُتوسط سعر التجزئة للعِنَب في السوق السعودية على الزمن للفترة 1998-2008.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

شكّلت السوق السعودية السوق الرئيسية التي قصدتها الأعناب السورية، وبشكلٍ شبه منتظم عبر عدة سنوات، إلى جانب أنَّ كل أفراد العيِّنة المُستطلعة من مُصدّري العِنَب في سورية أكدوا أنَّهم يصدرون العِنَب إلى السعودية؛ فالسوق السعودية مألوفة لدى كل مُصدري العِنَب السوريين، وهذا يعني أنَّ لدى كل منهم معرفته الكافية بالشروط الواجب تحقيقها للتصدير إليها، وما يلزمهم هنا - بشكل أساسي - هو تحقيق هذه الشروط بصورة صحيحة، سواء أكانت عمليات تسويقية، أم كانت مُطابَقةً للمواصفات المطلوبة في السعودية، أم كانت مواصفات مرغوب فيها للوصول إلى تلبية ذوق المستهلك السعودي.

بيّنت دراسة (El-Sawalhy *et al*, 2008) أنَّ هناك خمسة متنافسين أساسيين في سوق العِنَب السعودية، وهم مِصر، وسورية، وتركيا، وإيطاليا، وإيران، في حين أن هذه الدراسة أثبتت أنَّ العِنَب المصري ليس مُنافساً للعِنَب السوري في السوق السعودية على الإطلاق، وأنَّ الدول المُتنافسة الرئيسية على السوق السعودية هي: لبنان، وتركيا، وسورية، في حين أنَّ مِصر جاءت بالمرتبة التاسعة على قائمة الدول التي تُصدّر العِنَب إلى السعودية، ولم تزد حصتها في السوق السعودية عن 1% فقط، ناهيك عن أنَّ موسم إنتاج العِنَب في مِصر يسبق موسمه في كل من هذه الدول الثلاث. كما أنَّ تشيلي، وجنوب أفريقيا - كما ذُكر سابقاً - تُنتجان العِنَب في موسمٍ مختلف زمنياً؛ بل وغير متقاطع مع مواسم الدول المُتوسطية.

وهذا يعني أنَّ سورية في الوقت الحالي تتنافس مع جارتيها تركيا، ولبنان على السوق السعودية للعِنَب، وهنا يجب عليها الاستفادة من عامل المسافة؛ إذ إنَّها الأقرب إلى السوق السعودية؛ ومن ثمَّ فإنَّ تكاليف نقل العِنَب السوري إلى السعودية أقل من تكاليف نقل العِنَب اللبناني، والتركي إليها، كما أنَّ الوقت المطلوب للوصول إلى السوق السعودية أقل للعِنَب السوري من الوقت المطلوب لوصول الأعناب المُنافسة إلى السوق نفسها، إضافةً إلى أنَّ العِنَب السوري يحتاج إلى دولة مرور واحدة (هي الأردن) ليصل إلى السوق السعودية، في حين يحتاج عِنَب تركيا، ولبنان إلى المرور بسورية، قبل مروره بالأردن للوصول إليها، ويرتب هذا تكاليف إضافية على العِنَب التركي، واللبناني. ويُفضي هذا السرد إلى أنَّ الجغرافيا تَهب للعِنَب السوري فرصتين لزيادة قدرته على المُنافسة في السوق السعودية.

2. دراسة حالة سوق عِنَب المائدة في الإمارات العربية المُتَّحدة

لا تُوجد أهميَّة لزراعة العِنَب في الإمارات العربية المُتَّحدة؛ لعدم ملاءمة الظروف الجوية لزراعة هذه الشجرة، فإجمالي المساحة المزروعة بالكروم فيها بلغت 30 هكتاراً فقط عام 2007؛ ومن ثمَّ فلا وجود يُذكر لمُنتجها المحلي من العِنَب في سوقها الداخلية، فأي تغيُّر في المساحات المزروعة على المدى المنظور لن يكون له كبير أثرٍ على تغيُّر حجم سوقها. ومنه فأي تغيُّر في حجم سوقها سيكون انعكاساً لتغيّرٍ مقابلٍ في حجم وارداتها من العِنَب.

1) واردات الإمارات العربية المُتَّحدة من العِنَب

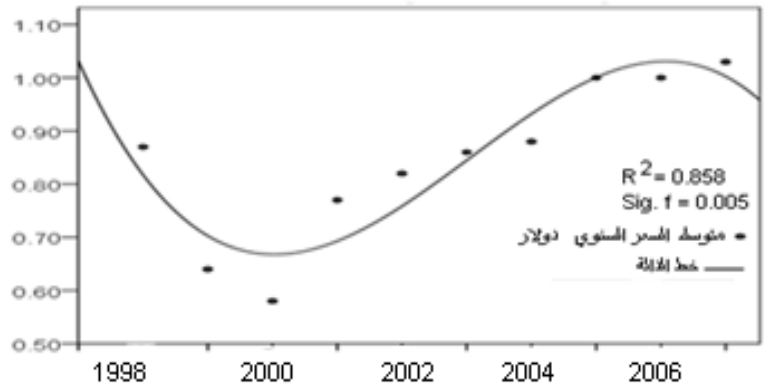
أبدت الكميَّات السنوية التي استوردتها الإمارات العربية المُتَّحدة من العِنَب تغيّراً كبيراً خلال فترة الدراسة الملحق (35)، وتراوحت هذه الكميَّات بين 12.382 ألف طن كأدنى قيمة لها وكانت هذه القيمة عام 2005، و55.223 ألف طن كأعلى قيمة وكانت عام 2000، وكانت قيمة الانحراف المعياري لها 14.683 وهي قيمة عالية جداً، مُقارنة بالمُتوسط الذي بلغ 27.539 ألف طن، وهذا يعكس تشتتاً كبيراً بعيداً عن المُتوسط للكميَّات السنوية المُستوردة من العِنَب.

وللبحث عمّا إذا كان هناك علاقة لهذا التغيّر في الكميَّات بالزمن حُسب مُعامل الارتباط بين تغيُّر الكميَّات التي استوردتها الإمارات العربية المتحدة والزمن، وكانت قيمته r = -0.324 ، ولم يكن معنوياً؛ ما يعني أنْ لا علاقة خطية بين المتغيّرين. وكذلك كانت الصورة لدى البحث عن أي علاقة غير خطية للربط بين المتغيّرين السابقين؛ إذ كانت قيم مُعامل التحديد R^2 مُنخفضة لكافة أشكال الدوال. فتغيُّر قيم المُستوردات السنوية من العِنَب لم يبدِ ارتباطاً بالزمن.

أما علاقة المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب الذي استوردته الإمارات العربية بالزمن، فقد أبدى تغيُّر هذه المُتوسطات السنوية ارتباطاً غير خطيٍ بالزمن، وكان التابع الصحيح من الدرجة الثالثة هو الشكل الأمثل للتعبير عن هذه العلاقة؛ إذ كان مُعامل التحديد المُتعلق به معنوياً، والمعادلة كما في العلاقة (40).

العلاقة (40) : $pIm_{ua} = -0.005\ T_{ua}^{3} + 0.06\ T_{ua}^{2} - 0.27\ T_{ua} + 1.03 + u$

حيث تُشير pIm_{ua} إلى المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي تستورده الإمارات العربية المُتَّحدة، وتُشير T_{ua} إلى الزمن مُقدَّراً بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي. وأمكن رسم هذه العلاقة من خلال الشكل (71).



الشكل (71): انحدار مُتوسط سعر العِنَب الذي تستورده الإمارات العربية المُتَّحدة على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT.

وأجرى البحث دراسة من جانبٍ آخر للبيانات نفسها المتعلقة بالعِنَب الذي استوردته الإمارات العربية المُتَّحدة لتوضيح معطياتٍ أخرى حولها، اعتماداً على تحليل الصندوق الخماسي للبيانات؛ إذ تبيّن أنَّ الالتواء *Skewness* لمتوسط أسعار العِنَب المستورد كان موجباً؛ أي ملتوٍ إلى اليمين، لأنَّ الوسيط كان أقرب إلى الرُبيع الأول منه إلى الرُبيع الثالث، إضافة إلى أنَّ ذيل التوزيع الأيسر الذي يعكس تفرطح البيانات *Kurtosis* كان قصيراً جداً مقارنة بالذيل الأيمن؛ ومن ثمَّ فإنَّ المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي استوردته الإمارات كان يتباطئ كلما ارتفع السعر، إلا أنَّ القيم العليا التي كان يصلها - والتي كانت بحدود 1 دولار/كغ للعنب المستورد - كانت تمثّل تقريباً سقف السعر الذي يقبل المُستورد بدفعه لقاء شراء العِنَب حيث أبدى تباعد السعر عندها تباطؤاً كبيراً كما في الشكل (72)، على الرغم من أنَّ الأسعار التي دفعها المُستوردون ثمناً للعِنَب في الإمارات العربية المُتَّحدة كانت أعلى بكثير من الأسعار التي دفعها المُستوردون السعوديون ثمناً له؛ إذ بلغ المُتوسط لقيم المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب الذي استوردته الإمارات بحدود 0.85 دولار/كغ، وبانحرافٍ معياريٍ قدره 0.15. أما أسعار العِنَب الذي استوردته السعودية في الفترة السابقة نفسها فكانت بحدود 0.54 دولار/كغ، وبانحرافٍ معياريٍ قدره 0.09. وهذا عائدٌ إلى أنَّ دخول العِنَب إلى السوق الإماراتية يحتاج لقطع مسافاتٍ أكبر من تلك التي يقطعها لدخول

السوق السعودية، سواء أكان قادماً من سورية، أم من لبنان، أم من تركيا، أم من مصر، إلى جانب حاجته إلى المرور بعدد أكبر من الدول، واستغراقه لزمن أكبر خلال عملية النقل، وما يترتب على ذلك من نفقات تسويقية مُتزايدة تعكس ارتفاع التكلفة.



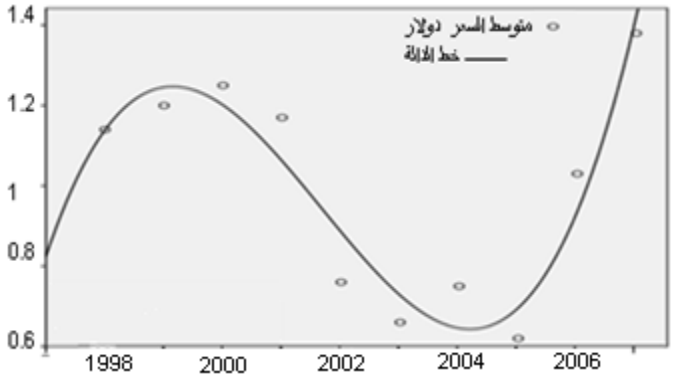
الشكل (72): المتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي تستورده الإمارات العربية المُتَّحدة للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

وخلاصة هذه الدراسة أنَّ أسعار العِنَب الذي تستورده الإمارات العربية المُتَّحدة قد وصلت إلى حدودها العليا؛ ومن ثمَّ فإنَّ تحسين مواصفات الأعناب المُصدّرة إلى الإمارات لن يزيد من الأسعار بالمستوى نفسه؛ ولذلك فعلى الرغم من الأسعار المُرتفعة التي ينالها العِنَب في السوق الإماراتية، إلا أنَّ الأمل في تطويرها أقل بكثير من الأمل بتطوير السوق السعودية تلك التي ينال العِنَب فيها أسعاراً أقل من هذه التي يحصل عليها في السوق الإماراتية.

2) صادرات الإمارات العربية المُتَّحدة من العِنَب

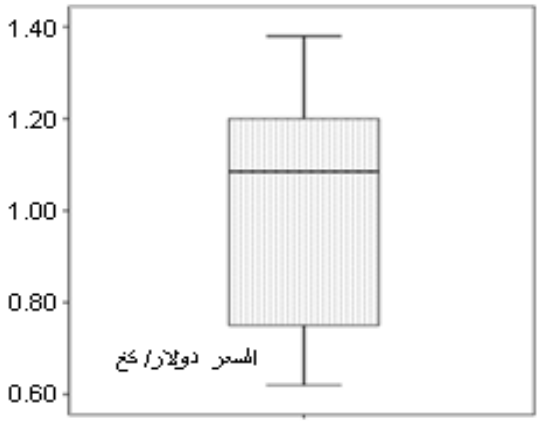
إنَّ كميَّات كبيرة من الأعناب التي دخلت السوق الإماراتية في الفترة 1998-2007 كان يُعاد تصديرها إلى بلدانٍ أخرى، وشكّلت هذه الكميَّات 1574 طن عام 2007، وكان المُتوسط السنوي لها ضمن كامل فترة الدراسة 3536.6 طن، وبلغ انحرافها المعياري 1513.45، أي إنَّ السوق الإماراتية لعِنَب المائدة شكّلت سوقاً وسيطة؛ إذ كان يجري تصدير العِنَب منها إلى بلدان أخرى، وهذا يعني أنَّ هناك أهميَّة لدراسة أسواق الدول التي يجري تصدير العنب إليها من الإمارات العربية المُتَّحدة، ليُصار إلى توصيفها، وتحديد متطلباتها، وتأمين احتياجها؛ ومن ثمَّ توسيع السوق المُستوردة للعِنَب السوري، إلى جانب تقليل التكاليف التسويقية، واختصار مرحلة مرور العِنَب بالإمارات العربية المُتَّحدة.

وعموماً فقد كانت الأسعار التي حازها العِنَب الذي أُعيد تصديره من الإمارات العربية المُتَّحدة إلى دولٍ أخرى مُجزية، بحيث حققت هامشاً معقولاً من الربح، على الرغم من الأسعار المُرتفعة التي دفعها الإماراتيون لقاء استيراد العِنَب، إذ تراوحت المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب المُعاد تصديره بين 0.62 و1.38 دولار/كغ، وكان متوسطها للفترة المدروسة بحدود 1 دولار/كغ، وبانحراف معياري قدره 0.27. أي إنَّ الهامش التسويقي في هذه الحالة كان بحدود 0.15 دولار/كغ. وكان مُعامل تحديد انحدار هذه الأسعار على الزمن معنوياً، وأخذ شكل التابع الصحيح من الدرجة الثالثة، ورسم الشكل (73) مساره.



الشكل (73): انحدار مُتوسط أسعار العِنَب الذي تصدّره الإمارات العربية المُتَّحدة على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

كما تبيّن عبر استخدام الصندوق الخماسي لأسعار صادرات الإمارات العربية المُتَّحدة من العِنَب أنَّ التواء المُتوسطات السنوية لهذه الأسعار كان موجباً؛ أي إنَّها كانت ملتويةً إلى اليمين، وبمعنى آخر كان الوسيط أقرب إلى الربيع الأول منه إلى الربيع الثالث، لكنَّ أطوال ذيلي التوزيع كانا مُتقاربين؛ ومن ثمَّ فلم يكن توزع الأسعار مُفرطحاً؛ أي إنَّ الأسعار التي حظي بها العِنَب الذي يُعاد تصديره من الإمارات لم تُبدِ سلوكاً حدّياً؛ أي كان للأسواق التي اشترت العِنَب من الإمارات القدرة على تحمّل ارتفاع الأسعار، ولمَّا كانت هذه الأسواق كانت قادرة على تحمّل ارتفاع الأسعار فالمنافسة فيها لم تكن كبيرة؛ فهي تشكل أملاً لمُستقبل تسويق العِنَب. يمكن توضيح ذلك في الشكل (74).

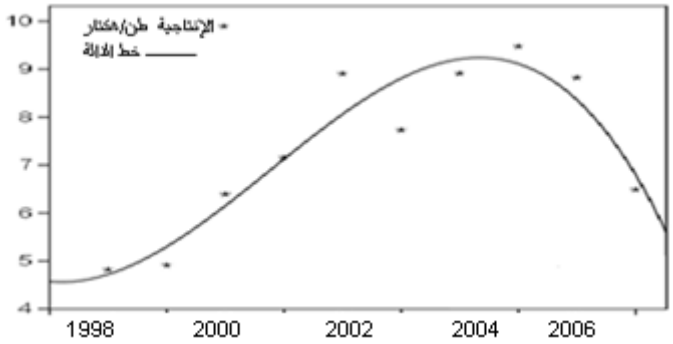


الشكل (74): المتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي تصدّره الإمارات العربية المُتَّحدة للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

3. دراسة حالة سوق عِنَب المائدة في المملكة الأردنية الهاشمية

يُعدُّ الأردن من البلدان المُنتجة للعِنَب، وقُدِّرت مساحة الكروم المُثمرة فيه عام 2007 بما يُعادل 3089 هكتاراً، وبلغ مُتوسط مساحة كرومه للفترة 1998-2007 ما يُقارب 3646.30 هكتاراً (FAOSTAT) الملحق (36)، وبانحرافٍ معياري قدره 213.19؛ علماً بأنَّ هذه المساحة أخذت منسوباً مُتناقصاً بمرور الزمن، لكن بشكلٍ محدود. وقد بلغ إنتاج العِنَب في الأردن 20044 طناً عام 2007 في حين بلغ مُتوسط الإنتاج للفترة المُحددة سابقاً نحو 26892.9 طن/سنة، وبانحرافٍ معياري قدره 6595.78، وتكشف بيانات السلسلة الزمنية لإنتاج العِنَب في الأردن للفترة 1998-2007 أنَّ هناك تناقصاً في إنتاج العِنَب في الأردن عاماً بعد آخر، على الرغم من تحسُّن الإنتاجيَّة، وهذا يعني أنَّ هناك

خروجاً لمساحاتٍ مُنتجة من دائرة الإنتاج في الأعوام الأخيرة، وكان مُعامل تحديد التابع الصحيح من الدرجة الثالثة الذي عبَّر عن انحدار الإنتاجية على الزمن خلال السلسلة الزمنية معنوياً، ويمكن من خلال الشكل (75) توضيح انحدار هذه الإنتاجيَّة على الزمن، إذ يبدو جليَّاً التزايد الواضح في مُعدَّل إنتاجية مزارع العِنَب، لكن هذا المُعدّل عاد وانخفض بشكلٍ كبيرٍ في العامين الأخيرين من السلسلة.



الشكل (75): انحدار إنتاجية الكروم في الأردن على الزمن للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ولكن الكميَّات التي يُنتجها الأردن من العِنَب لا تُغطي حاجة سوقه المحلّية، فميزانه التجاري بالنسبة للعِنَب خاسراً؛ إذ أنَّه استورد عام 2007 كميَّة بلغت 1600.64 طناً بقيمة 1037.47 ألف دولار، وكان المُعدَّل السنوي للكميَّة التي استوردها 5202.7 طن، بانحرافٍ معياري بلغ 1600.64، وبلغ المُتوسط السنوي لقيمة هذه الأعناب 3759.5 ألف دولار، وبانحراف معياري قدره 1037.47. وتكشف القيم المُرتفعة للانحرافات المعيارية لكل من الكميَّات السنوية من العِنَب الذي يستورده الأردن، وقيمها، تبايناً كبيراً في الكميَّات التي يستوردها الأردن من العِنَب من عامٍ إلى آخر؛ ما يعني أنَّ حجم السوق الأردنية غير مستقر، وأنَّ التعويل على حجم هذه السوق يجب أن يكون قائماً على دراسة دقيقة.

وقد بلغ مُتوسط سعر العِنَب الذي استورده الأردن عام 2007 ما يُعادل 0.66 دولار/كغ، في حين بلغ المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي استورده الأردن خلال الفترة 1998-2007 كان بحدود 0.75 دولار/كغ، وبانحراف معياري بلغ 0.20، وتظهر هنا أيضاً القيمة المُرتفعة للانحراف المعياري مقارنة بمُتوسط السعر؛ ومن ثمَّ فإنَّ الأسعار التي استورد الأردنيون العِنَب بها مُتفاوتة بشكلٍ كبير، وإن كانت عموماً مُرتفعة، مقارنة بالأسعار التي استوردت السعودية الأعناب بها، وللفترة نفسها؛ أي إنَّ الأردن يستورد أعناباً أغلى نوعاً ما من تلك التي تستوردها السعودية.

كما يُعَدّ الأردن دولة المرور الأولى للعِنَب السوري المُصدَّر إلى سوقه الرئيسية، وهي سوق الخليج العربي، إضافة إلى أنَّ الأردن يشكّل أحد الشركاء التجاريين الهامّين لسورية في مجال تجارة العِنَب.

ومن تحليل البيانات المتعلقة بكميَّات الواردات، وكميَّات الصادرات الأردنية من العِنَب، وقيمة كل منها للفترة 1998-2007 تَبيّن عدم وجود أي علاقة ارتباط بين أي منها والأخرى، ولا بين أي منها والزمن؛ ولذلك فالتغيّر الذي طرأ على كميَّة الصادرات الأردنية من العِنَب لم يؤثر على الإطلاق في كميَّة الواردات منه، كما أنَّ أسعار كلٍ منهما لم تؤثر في كميَّاته، ناهيك عن أنَّ الصادرات الأردنية من العِنَب قد كانت متواضعة جداً، لذا فإنَّ السوق الأردنية لا تزال سوقاً غير مُشبعة، وأنَّها تستوعب زيادة الكميَّات المُستوردة، ويؤكد هذه الخلاصة أنَّ المُعدّل السنوي لاستهلاك الفرد في الأردن من العِنَب هو أقل من 5 كغ/فرد/سنة، وهذه القيمة مُنخفضة جداً، إذا ما قورنت بالدول المجاورة له، فقد بلغ مُعدَّل الاستهلاك

السنوي للفرد من العِنَب في السعودية على سبيل المثال 17.5 كغ/فرد/سنة، وفي سورية 21 كغ/فرد/سنة؛ ومن ثمَّ فإنَّ السنوات القليلة القادمة سوف تشهد تزايداً ملموساً في الكميَّات التي تستوعبها السوق الأردنية من العِنَب. كما أنَّ الإنتاج الأردني من العِنَب في السنوات القادمة لن يُسهم في تضييق الفجوة بين الواردات والصادرات منه، وسيبقى الأردن خلال السنوات القادمة بلداً مستورداً للعِنَب.

وعلى العموم فإنَّ هناك إمكانية حقيقية لتكامل البلدين (سورية والأردن) عن طريق التجارة بالمُنتَجات الزراعية، وتُشير مُعطيات الميزان السلعي للمُنتَجات الزراعية لكلا البلدين، والتركيب السلعي للتجارة الخارجية لكل منهما، وخاصة السلع الزراعية، إلى وجود إمكانية للتبادل التجاري، وبنسب عالية جداً بين البلدين، والذي ينتج منه تنشيط التجارة الخارجية، وتقليل تكاليف التصدير والاستيراد؛ نظراً لموقعهما الجغرافي، حيث إن هناك فجوة تجارية فيما يخص الفواكه في الأردن، قُدرت هذه الفجوة عام 2005 بـ -29 ألف طن من إجمالي الفواكه، وحصة الفرد من الفواكه في الأردن سنوياً هي 89 كغ، في حين أنَّه في سورية هناك فائض تجاري، يُقدّر بما يُعادل 70.8 ألف طن من إجمالي الفواكه، وحصة الفرد من الفواكه في السنة هي 160 كغ، وهذا يبرهن على إمكانية التكامل بين البلدين.

علماً بأنَّ اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى قد نصّت في ملحقها أ.2 .3 على أنه: "يُسمح للجانب الأردني باستيراد الخضار والفواكه المبيّنة أدناه ... (العِنَب من بينها) من سورية، ومن منشأ سوري، بدون إجازة مُسبقة، مُعفاة من الرسوم الجمركية، والضرائب، والرسوم الأخرى ذات الأثر المماثل، بحسب المواعيد المبيّنة ... 10/1 – 12/31 والكميَّة 8000 طن" (المركز الوطني للسياسات الزراعية، [b]2004). وهذا الموعد يأتي متأخراً في نهاية موسم إنتاج العِنَب في سورية؛ فيحدُّ من قدرة العِنَب السوري على المُنافسة في السوق الأردنية.

ولكنَّ اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى تتعرض لمُعوِّقات عدم التزام الدول الأعضاء بشروطها مثل تنفيذ الروزنامة الزراعية (المركز الوطني للسياسات الزراعية، [a] 2003).

ويبدو جديراً بالإشارة هنا إلى أنَّ الأردن وقع اتفاقية شراكة أردنية – أوروبية دخلت حيز التنفيذ في 2002/5/1، وتحكم هذه الاتفاقية تجارة المُنتَجات الزراعية والصناعية بين الأردن والاتحاد الأوروبي، وصولاً إلى التحرير الكامل للتجارة عام 2014، وفيما يخص العِنَب الطازج فقد كان تخفيض الرسوم الجمركية عليه بمُعدَّل 100%، وتم تحديد الموسم الزمني الذي تتم فيه المُعاملة التفضيلية من 2/1 وحتى 7/11، واعتباراً من 2006/1/1 أُعفيت الصادرات الزراعية الأردنية من كافة الرسوم الجمركية، ومن أية قيود أخرى كالحصص، والكميَّة، والمواسم الزمنية (وزارة التخطيط والتعاون الدولي، 2006).

4. دراسة حالة سوق عِنَب المائدة في دولة الكويت

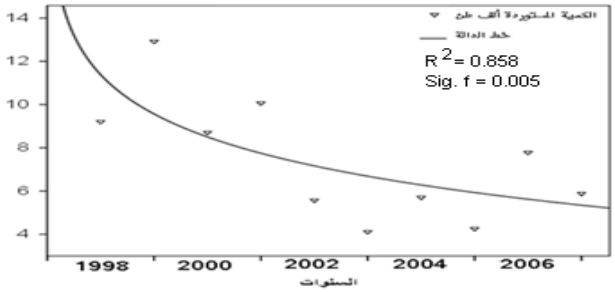
حدد البحث موقع سورية بوصفها مُصدّرةً للعِنَب إلى السوق الكويتية استناداً إلى إجمالي الكميَّة التي صدّرتها سورية إلى الكويت؛ إذ بلغت هذه الكميَّة عام 2007 ما يُعادل 728 طناً، (خلاصة التجارة الخارجية، 2007) في حين كان إجمالي الكميَّة التي استوردتها الكويت من العِنَب لهذا العام 5883 طناً بصرف النظر عن مصدرها (FAOSTAT) الملحق (37)، وعلى هذا الأساس فإنَّ العِنَب السوري يشكّل 12.4% من حجم واردات الكويت من العِنَب.

يبدو لافتاً للنظر تراجع واردات الكويت من العنب بمرور الزمن خلال الفترة 1998-2007، وإن مرّت بعامين كانت كمياته فيهما أعلى من الرقم القياسي، إلاّ أن الاتجاه العام للكميَّات كان هابطاً، ووصل

عام 2003 إلى 45% فقط من قيمة الرقم القياسي للسنة الأولى من السلسلة، وكانت علاقة انحدار تغيُّر واردات الكويت سنوياً بالزمن معنوية، وعبّر عنها تابع لوغاريتمي؛ إذ كان مُعامل التحديد المُرتبط بهذا التابع معنوياً، وأمكن التعبير عن علاقة انحداره بالدالة (41). ورسم الشكل (76) خطه البياني.

العلاقة (41): $qIm_{kw} = -11383.3\ logT_{kw} - 2622.6$

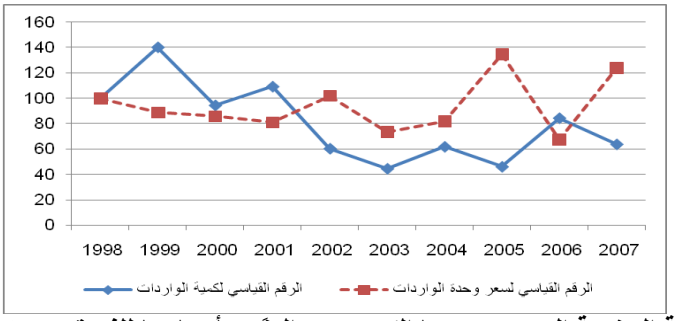
حيث تُشير qIm_{kw} إلى المُتوسط السنوي لكميَّة العِنَب التي تستوردها الكويت، وتُشير T_{kw} إلى الزمن مُقدَّراً بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.



الشكل (76): انحدار الكميَّة التي تستوردها الكويت من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

أما المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب الذي اشترته الكويت فلم تُبدِ ارتباطاً بالزمن؛ ومن ثمَّ فإنَّ التغيرات التي ظهرت فيها لا يمكن تفسيرها، لكن أمكن دراسة تغيُّر الكميَّات السنويّة من العِنَب التي استوردتها الكويت تبعاً لتغيّر متوسطات الأسعار، وقد بيّن الشكل (77) الأرقام القياسية لكل منهما؛ إذ كشف عن علاقة ارتباط عكسي بينهما، فقد ارتفعت الكميَّات المُستوردة في السنوات التي انخفضت فيها الأسعار، وبَدت هذه الصورة جليةً جداً في السنوات الأربع الأخيرة من السلسلة.



الشكل (77): علاقة الكميَّة السنوية التي تستوردها الكويت من العِنَب بأسعارها للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ولتحديد أثر تغيُّر السعر في الكميَّة التي تستوردها الكويت أجرى البحث دراسة لمرونة الطلب السعرية، إذ تبيّن أنَّ العلاقة التي تربط الكميَّة المستوردة بالسعر كانت علاقة تابع صحيح من الدرجة الثانية، وكان مُعامل تحديد هذه العلاقة معنوياً وقيمته $R^2 = 0.366$، وكانت المعنوية المرتبطة بـ F بحدود 0.005، وكانت مُعادلة الانحدار المعبّرة عنها كما في العلاقة (42).

العلاقة (42): $Q_{kw} = 3.49\ Pr_{kw}^2 - 7.35 Pr_{kw} + 0.967 + u$

ولتحديد تغيُّر الكميَّة المُستوردة تبعاً لتغيّر الأسعار اشتُقَّت العلاقة السابقة فكانت العلاقة (43).

العلاقة (43): $dQ_{kw} = 6.98\ dPr_{kw} - 7.35$

وبما أنَّ مرونة الطلب السعرية هي تعبير عن مدى استجابة الكميَّة للتغيّر في السعر، وذلك عندما يتغيّر السعر بنسبة 1%، وبذلك تكون علاقة مرونة الطلب السعرية كما في العلاقة (44).

$$EQpr = \frac{\%\Delta Q}{\%\Delta pr}$$ العلاقة (44):

حيث تُشير $EQpr$ إلى مرونة الطلب السعرية، وتُشير $\%\Delta Q$ إلى النسبة المئوية للتغيّر في الكميَّة المُستوردة، وتُشير $\%\Delta pr$ إلى النسبة المئوية للتغيّر في السعر.

وبتطبيق العلاقة السابقة على الكميَّات التي استوردتها الكويت عند مُعدَّل تغيُّر في السعر يُعادل 1% كان التغيّر في الكميَّة المُستوردة يُعادل 0.35- من الكميَّة؛ أي إنَّ الطلب يتراجع بزيادة السعر لكن هذه القيمة أصغر من الواحد الصحيح، وبذلك فإنَّ مرونة الطلب السعرية غير مرنة *Inelastic Demand* وهذا يختلف طبعاً عن حالة عدم وجود مرونة طلب سعرية *perfectly Inelastic Demand*.

وبمفهومٍ آخر فقد بلغ مُتوسط الرقم القياسي للسعر السنوي للعِنَب الذي استوردته الكويت 93.96 وهذا يعني أنَّ الأسعار لم تتغيّر بشدة من عامٍ لآخر، ويدعم ذلك كون قيمة الانحراف المعياري له كانت مُنخفضة وبلغت 21.5 .

وتبدو هذه النتائج غير مُشجّعة فهي تُشير إلى عدم تقبّل السوق الكويتية لارتفاعات الأسعار، واستجابتها سريعاً بشكلٍ عكسي لدى صعود هذه الأسعار؛ ومن ثمَّ فإنَّ التفكير في توسيع السوق الكويتية للعِنَب يعتمد على السعر أكثر من اعتماده على الجودة.

5. دراسة حالة سوق عِنَب المائدة في دولة قطر

لقد تساوت أهميَّة كل من سورية، وتركيا في السوق القَطَرية؛ كشريكين تجاريين مُصدّرَين للعِنَب إليها، إذ صَدّرت كل منهما ما يُعادل 22% من احتياج السوق القَطَرية من العِنَب، لكنَّ أسعار العِنَب السوري الداخل إلى قَطَر كانت أعلى بكثير من أسعار العِنَب التركي، إذ كان مُتوسط سعر العِنَب السوري المُصدّر إلى قَطَر بحدود 0.24 دولار/كغ، في حين كان مُتوسط سعر العِنَب التركي 0.10 دولار/كغ، على الرغم من أنَّ السعرين كانا أخفض من المُتوسطات العالميَّة لأسعار العِنَب المُصدّر، فقد كان مُتوسط سعر الكيلو غرام من عِنَب إيطاليا المُصدّر إلى قَطَر 1.03 دولار/كغ.

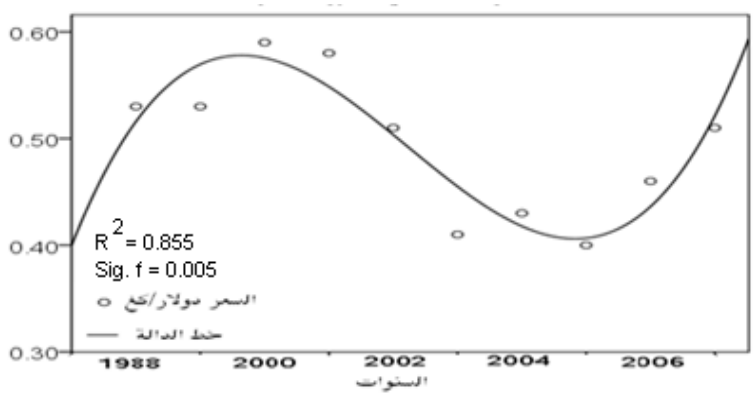
وبلغ عدد الشركاء الرئيسيين[1] مُصدّري العِنَب إلى قَطَر سبعة شركاء، وهذا يكشف أنَّ مُعدَّل تركّز سوقها أقل من مُعدَّل تركّزه في السعودية، إذ تمتلك الأخيرة ستة شركاء رئيسيين، لكنَّ قَطَر تعتمد على شركائها السبعة الرئيسيين في 78% فقط من احتياج سوقها الملحق (38)، أي إنَّ أهميَّة بقية الشركاء بالنسبة لقطر لا يمكن إغفالها، في حين تعتمد السعودية في 93% من حاجة سوقها من العِنَب المُستورد على شركائها التجاريين الرئيسيين؛ لذلك فأهميَّة بقية الشركاء لديها مُنخفضة جداً، وهذا يعني أنَّ السوق السعودية أقل انفتاحاً من السوق القَطَرية؛ ومن ثمَّ فهي أقل استقراراً، وتوازناً، وأسهل اختراقاً من قبل شُركاء جُدد.

ولم تُبدِ كميَّات العِنَب التي استوردتها قَطَر خلال الفترة 1998-2007 أي تغيُّر معنوي الملحق (39)، أما أسعارها فقد كان تغيّرها الزمني معنوياً، وكانت علاقة ارتباطها بالزمن قويةً، وعبّر التابع الصحيح من الدرجة الثالثة عن انحدار تغيُّرها على الزمن كما في العلاقة (45)، إذ كان مُعامل التحديد المُرتبط به معنوياً، أما الخط البياني الذي يرسم هذا الانحدار فقد مثله الشكل (78).

$$\boldsymbol{p}Im_{qa} = 0.002T_{qa}^{3} - 0.04\ T_{qa}^{2} + 0.15\ T_{qa} + 0.4 + u$$ العلاقة (45):

[1] - الشريك التجاري الرئيسي: هو الشريك التجاري الذي يزيد حجم تعامله عن 5% من إجمالي حجم السوق.

حيث تُشير $\boldsymbol{pIm_{qa}}$ إلى المُتوسط السنوي لأسعار العِنَب الذي استوردته قَطر، وتُشير T_{qa} إلى الزمن مُقدَّراً بالأعوام، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.



الشكل (78): انحدار المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب الذي استوردته قطر على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ويكشف الشكل السابق أن متوسطات الأسعار قد أبدت تزايداً واضحاً خلال السنوات الثلاث الأولى من السلسلة الزمنية، لكنَّها عادت وانخفضت بوضوح خلال الثلث الثاني من السلسلة، وما لبثت أن تزايدت في الثلث الأخير منها، لكنَّها لم تستطع الوصول إلى المستويات التي كانت عليها في بدايتها.

6. دراسة حالة سوق عِنَب المائدة في مملكة البحرين

كان مُتوسط كميَّة العِنَب التي استوردتها البحرين سنوياً بحدود 5550 طن للفترة 1998-2007 الملحق (40)، لكنَّ المُتوسطات السنوية لها أبدت تشتتاً كبيراً؛ ففي حين كانت الكميَّة المُستوردة عام 1999 تُعادل 370 طن فقط، ارتفعت ارتفاعاً كبيراً، فوصلت عام 2002 إلى 16387 طن، وهذا يُفسّر ارتفاع قيمة الانحراف المعياري لها؛ إذ بلغت قيمته 5575، لكن لم يبدِ مُتوسط الكميَّة السنوية التي استوردتها البحرين ارتباطاً بالزمن. وبعبارة أخرى يمكن القول بأنَّ التغيرات الكبيرة التي طرأت على الكميَّات التي استوردتها البحرين من عام إلى آخر لم تأخذ اتجاهاً زمنياً ثابتاً؛ أي إنَّ حجم هذه السوق غير ثابت، وهنا يكون السبب وراء هذا التشتت عائداً إلى أسباب خارجية؛ كأن يعود إلى تغيراتٍ جوهرية في أسعار مجموعة من الفواكه الأخرى، بحيث يرتبط الطلب على العِنَب بتغيّر الطلب على هذه المُنتَجات، تبعاً لتغير أسعارها، وهو مؤشرٌ يُعد إثباته، أو نفيه خارجاً عن محور الدراسة.

وتراوحت مُتوسطات أسعار هذه الأعناب المستوردة بين 0.46 دولار/كغ لعام 2000، كأخفض مُتوسط أسعار سنوية، وبين 0.81 دولار/كغ كأعلى مُتوسط، وكان ذلك لعام 1999، في حين أنَّ مُتوسط سعر العِنَب الذي صَدّرته سورية إلى البحرين عام 2005 كان فقط 0.24 دولار/كغ، وكان حينها مُتوسط سعر العنب الذي استوردته البحرين بصرف النظر عن المصدر 0.50 دولار/كغ؛ أي إنَّ الأعناب السورية كانت مُنخفضة السعر في سوق البحرين قياساً إلى المُتوسط العام لأسعارها في هذه السوق.

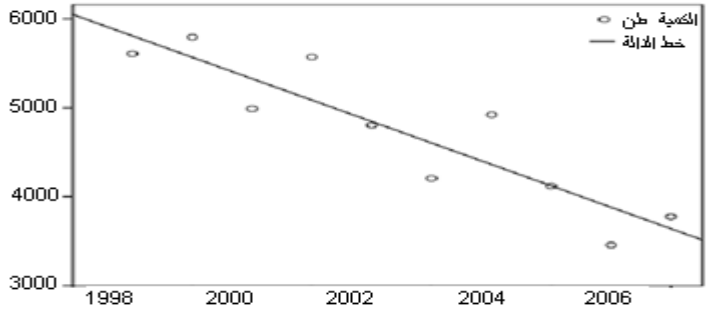
أما الشركاء التجاريون المُصدّرون للعِنَب إلى البحرين الملحق (41) فقد تبيّن أنَّ البحرين ماثلت السعودية في عدد الشركاء التجاريين الرئيسيين؛ إذ كان عددهم ستة في الحالتين، في حين خالفت السوق البحرينية السوق السعودية بِشدَّة في مدى اعتمادها على الشركاء التجاريين المُصدّرين، إذ شكلت أهميتهم في السوق البحرينية 70% فقط، في حين كانت كما ذُكر سابقاً في السوق السعودية بحدود 93%؛ أي إنَّها تُشابه السوق السعودية في عامل التركّز، وتقل عنها كثيراً في معيار أهميَّة الشركاء الرئيسيين.

7. دراسة حالة سوق عِنَب المائدة في سلطنة عُمان

كشف تحليل بيانات الكميات السنوية التي استوردتها السلطنة عن تراجعٍ معنوي فيها للفترة 1998–2007 الملحق (42)، وكانت قيمة مُعامل بيرسون للارتباط بالزمن لهذا المتغيّر $r = 0.812$ والمعنوية المرتبطة بـ F بحدود 0.005، أي إنَّ هناك ارتباطاً عكسياً قوياً بين كميَّات واردات عُمان والزمن، وكانت علاقة الانحدار المُعبّرة عن قيمة الارتباط المُبيّنة كما في العلاقة (46)، وطبيعتها كما في الشكل (79).

العلاقة (46): $qim_{om} = -240.95\ T_{om} + 6049.8 + u$

حيث تُشير qim_{om} إلى الكميَّة التي تستوردها عُمان من العِنَب، وتُشير T_{om} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.

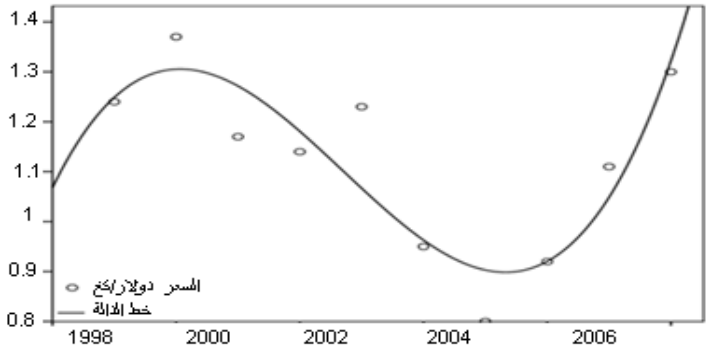


الشكل (79): انحدار الكميَّات السنوية للعِنَب الذي استوردته عُمان على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

كما تغيَّرت أسعار العِنَب الذي استوردته عُمان تغيُّراً واضحاً خلال الفترة 1998–2007، وأخذت العلاقة المُعبّرة عن انحدار الكميَّة على الزمن شكل تابع صحيح من الدرجة الثالثة، وكان مُعامل التحديد المرتبط به معنوياً وقيمته $R^2 = 0.804$، كما كانت قيمة المعنوية المرتبطة بـ F بحدود 0.015، كما في العلاقة (47) وبيّن الشكل (80) طبيعة هذه العلاقة.

العلاقة (47): $pim_{om} = 0.006\ T_{om}^3 - 0.08\ T_{om}^2 + 0.26\ T_{om} + 1.07 + u$

حيث أشارت pim_{om} إلى سعر العِنَب الذي استوردته عُمان مُقدَّراً بالدولار الأمريكي/كغ، وأشارت T_{om} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عنصر التشويش العشوائي.



الشكل (80): انحدار المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب الذي استوردته عُمان على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

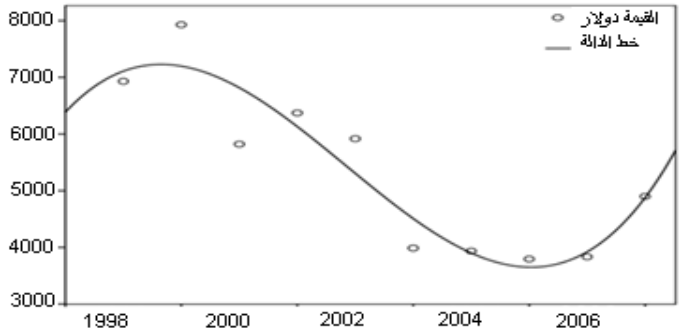
يبدو من الشكل (80) أنَّ المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب الذي استوردته عُمان قد مرت بمرحلتين أساسيتين؛ أولاهما: مرحلة انخفاض تدريجي استمرت حتى موسم 2004 الذي حصلت أعنابه

على أدنى الأسعار. وثانيتهما: مرحلة الارتفاع السريع في الثلث الأخير من السلسلة الزمنية حتى نهايتها. لكنَّها وصلت إلى قيمة أقل بقليل من تلك التي كانت عليها عام 1999، هذا إلى جانب أنَّ أسعار العِنَب الذي استوردته عُمان كانت أعلى من الأسعار التي استوردت بها باقي دول الخليج العربي، وهذا عائدٌ لكونها أبعد دول الخليج عن الشركاء التجاريين المُصدّرين الملحق (43)، إضافة إلى كونها تستورد 65% من حاجة سوقها من الإمارات العربية المُتَّحدة؛ أي من دولة مُستوردة وسيطة وليست مُنتجة، وهذا من شأنه أن يرفع الهامش التسويقي للعِنَب في عُمان ارتفاعاً كبيراً.

تبيّن سابقاً أن علاقة ارتباط تغيُّر المُتوسطات السنوية لكميَّات العِنَب التي استوردتها عُمان بالزمن كانت معنوية قوية، وعكسية. وأخذت شكل تابع خطي، في حين أن علاقة ارتباط تغيُّر المُتوسطات السنوية لسعر العِنَب المُستورد كانت غير خطيَّة، وهذا أفرز علاقة غير خطيَّة أخرى لتغيُّر المُتوسطات السنوية لقيمة العِنَب الذي استوردته السلطنة خلال المدة الزمنية المدروسة. إذ كان مُعامل التحديد معنوياً وقيمته $R^2 = 0.883$ ، والمعنوية المرتبطة بـ F كانت 0.003، وانحدار المُتوسطات السنوية لقيمة العِنَب الذي استوردته عُمان على الزمن كما في العلاقة (48) التي بيّن الشكل (81) طبيعتها.

العلاقة (48): $vim_{om} = 27.53\ T_{om}^{3} - 399.9\ T_{om}^{2} + 1095.4\ T_{om} + 6386 + u$

حيث تُشير vim_{om} إلى قيمة العِنَب الذي استوردته سلطنة عُمان، وتُشير T_{om} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وتُشير u إلى عنصر التشويش العشوائي.



الشكل (81): انحدار قيمة العِنَب الذي استوردته عُمان على الزمن للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ويتبيّن من الشكل (81) أنَّ هناك تزايداً في قيمة العِنَب الذي استوردته عُمان خلال السنتين الأخيرتين على الرغم من التناقص في الكميَّات المُستوردة، وهذا عائدٌ إلى أنَّ ارتفاع السعر في الشكل (80) استطاع أن يُغطّي التناقص في الكميَّة الذي أظهره الشكل (79)، ويولّد زيادة أخرى في القيمة.

ثالثاً- دراسة الأسواق المنافسة للعِنَب السوري.

1. حالة سوق عِنَب تركيا

تبدو دراسة السوق التركية للمُنتَجات الزراعية من الدراسات المُلحّة لواضعي السياسات الزراعية في سورية، نظراً للتطوُّر الكبير في مُستوى العلاقات بين البلدين، وما ترتّب على هذه العلاقات من انفتاح اقتصادي معها، وما يُفرزه هذا الانفتاح من مُنافسة بين المُنتَجات الوطنية، ومُنتَجات قد تُعامل مُعاملة وطنية، أو مُعاملة تفضيلية، بموجب اتفاقيات تجارية.

وتنبع أهميَّة هذه الدراسات من أنَّ التغيّرات التي تُصيب القطاع الزراعي، بسبب توقيع الاتفاقيات التجارية بين البلدان، غالباً ما تتناسب مع أحد عاملين أو كليهما، وهما: حجم الاتفاقيات، وحالة السوق في

كل من البلدان التي أبرمت هذه الاتفاقيات. وفي حالة الاتفاقيات السورية – التركية، تقع سورية تحت تأثير العاملين بشكلٍ كبير، فحجم الاتفاقيات المُبرمة بين البلدين كبير، وتتعدد موضوعاتها لتشمل كل جوانب الاقتصاد تقريباً، كما أنَّ حالة سوق المُنتَجات الزراعية السورية ليست مفتوحة عموماً.

إضافة إلى أنَّ تركيا تُنافس سورية في أسواق الخليج العربي، كما أنَّها تُسوّق العِنَب للاتحاد الأوروبي، إلى جانب التقاطع الزّمني الكبير بين موسمي إنتاج العِنَب بين سورية وتركيا، ناهيك عن أنَّها استطاعت أن تطوُّر مساحات كرومها، وإنتاجيَّتها، في وقت عجزت فيه سورية عن مُجاراتها.

لكل هذه النقاط، ولغيرها، كان لا بُدَّ التوسّع في دراسة بياناتها المُتعلقة بزراعة الكروم، وإنتاجها، وإنتاجيتها الملحق (44)، إلى جانب تجارتها الخارجية للعِنَب الملحق (45)، للإفادة من تجربتها.

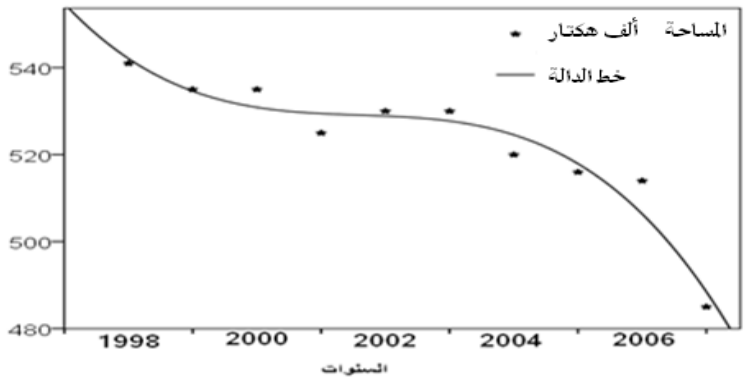
1) إنتاج العِنَب في تركيا

كانت مساحة الكُروم المُثمرة في تركيا عام 2007 بحدود 485 ألف هكتار، علماً بأنَّ المساحة العالميَّة المزروعة بالكروم المُثمرة لنفس العام بلغت 7318 ألف هكتار؛ أي إنَّ تركيا تزرع ما يُقارب 6.63% من إجمالي مساحات الكروم العالميَّة (FAOSTAT).

إلا أنَّ ما يلفت الانتباه هو التراجع المُطّرد لهذه المساحات، فقد بيّن تحليل بيانات المساحة المزروعة بالكروم في تركيا للفترة 1998-2007 أنَّ هذه المساحات تراجعت بمُعدَّل 5.6 ألف هكتار سنوياً، وأظهرت كافة أشكال الدوال قيمة ارتباط معنوياً قوي لمؤشر تغيُّر مساحة الكروم المُثمرة بمرور الزمن، وكان الشكل الأمثل للتعبير عن انحدار هذه المساحة على الزمن هو التابع الصحيح من الدرجة الثالثة، حيث كان مُعامل التحديد المُرتبط به معنوي وقيمته $R^2 = 0.939$؛ كما كانت قيمة المعنوية المرتبطة بـ F بحدود 0.005؛ أي إنَّ هذا التابع استطاع تفسير 93.9% من التغيّرات السنوية في المساحة المزروعة. وعبَّرت العلاقة (49) عن انحدار المساحة المزروعة بالكروم المُثمرة على الزمن.

العلاقة (49): $A_{tr} = -0.24\ T_{tr}^{3} + 3.316\ T_{tr}^{2} - 15.746\ T_{tr} + 554.767 + u$

حيث تُشير A_{tr} إلى مساحة الكُروم المُثمرة في تركيا، وتُشير T_{tr} إلى الزمن، وتُشير u إلى عامل التشويش العشوائي. كما أمكن رسم الخط البياني المُعبّر عن هذه العلاقة كما في الشكل (82).



الشكل (82): انحدار مساحة الكروم في تركيا على الزمن للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

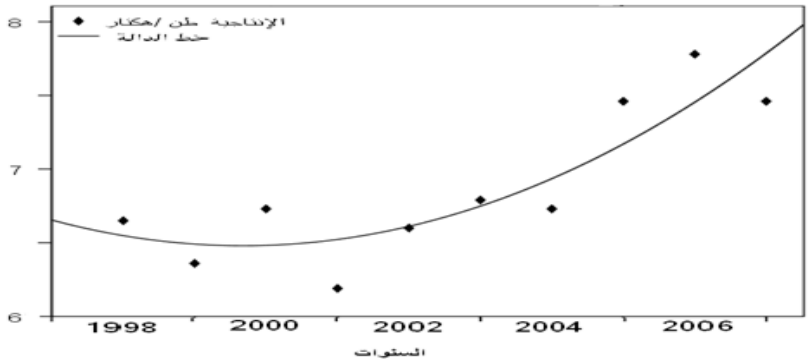
ويكشف الشكل (82) أنَّ مساحات الكروم في تركيا، وإن أخذت منحىً مُتناقصاً عامَّاً، خلال السنوات الماضية، إلاّ أنَّ السنوات الأخيرة من السلسلة قد شهدت تراجعاً حادَّاً في هذه المساحات، وبافتراض ثبات عامل الإنتاجيَّة، فإنَّ إنتاج تركيا من العِنَب سوف يتناقص في السنوات القادمة، وهذا

يُفرز عامل قوة بالنسبة للعِنَب السوري؛ حيث يُضعف مُنافسة العِنَب التركي له في الأسواق الخارجيّة. لكن عامل الإنتاجيَّة لم يكن قريباً من الثبات كما سيتبين لاحقاً.

تُعد تركيا أهم مُنتِجي العِنَب في المِنطقة؛ بل ومن أهم مُنتِجيه في العالم، إذ بلغ إنتاجها من العِنَب عام 2007 ما يُعادل 3613 ألف طن، في عامٍ بلغ فيه الإنتاج العالمي منه 66887 ألف طن؛ أي إنَّ تركيا أنتجت خلاله 5.4% من الإنتاج العالمي من العِنَب. وتميّزت كميَّات إنتاج تركيا من العِنَب بأنَّها شبه ثابتة سنوياً، إذ كان ارتباط تغيّرها بالزمن ظاهرياً.

إن كانت المساحات المُنتِجة للعِنَب قد تراجعت، والإنتاج استمر ثابتاً، فهذا يعني أنَّ الإنتاجيَّة قد تطوَّرت لتُغطّي هذا النقص في المساحة. فقد عوّض ارتفاع الإنتاجيَّة جزءاً من تناقص الإنتاج الذي ولّده تراجع المساحات، وقد أبدت الإنتاجيَّة تزايداً مُرتبطاً بالزمن، عبّرت عن انحدار الإنتاجيَّة دالّة لتابع صحيح من الدرجة الثانية، وكان مُعامل تحديدها معنوياً وقيمته $R^2 = 0.776$، كما كانت المعنوية المرتبطة بـ F بحدود 0.005، وعبّرت العلاقة (50) عن شكل هذه الدالة؛ إذ أشارت Pr_{tr} إلى إنتاجية مزارع العِنَب في تركيا، وأشارت T_{tr} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي، وبيّن الشكل (83) انحدار هذه الإنتاجيَّة على الزمن.

العلاقة (50): $Pr_{tr}=0.244\ T_{tr}^2 - 1.304\ T_{tr} + 66.545 + u$



الشكل (83): انحدار إنتاجية كروم العِنَب في تركيا على الزمن للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

يكشف الشكل السابق عن اتجاهٍ مُتصاعد للإنتاجية عبر السلسلة الزمنية، وهذا ما استطاع تعويض النقص في المساحة المُثمرة؛ وحافظ على ثبات الإنتاج.

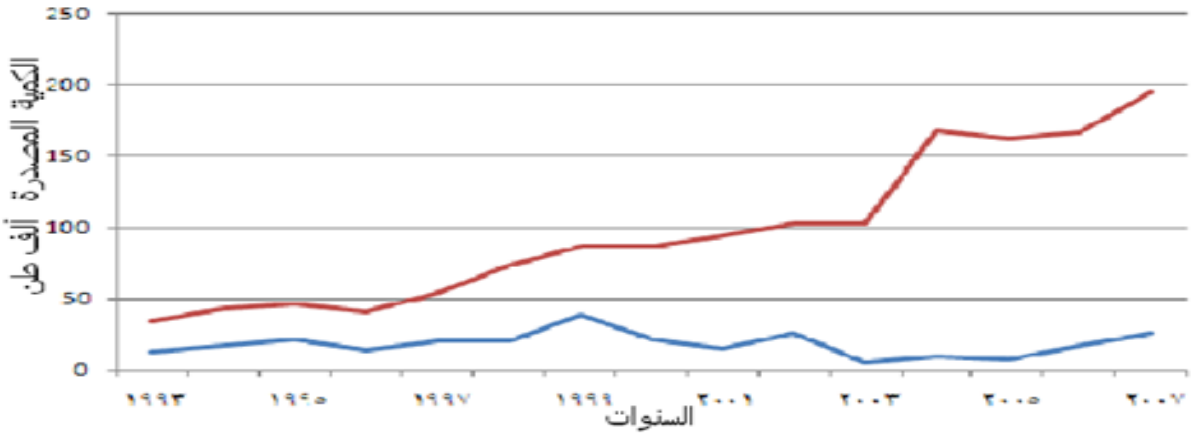
إلاّ أنَّ إنتاجية كروم العِنَب في تركيا مُنخفضة، مقارنة بالأرقام العالميَّة لها، وإن أبدت هذه الإنتاجيَّة تزايداً ملحوظاً من عامٍ إلى آخر، فقد بلغت الإنتاجيَّة العالميَّة لكروم العِنَب 9.1 طن/هكتار، في حين أنَّ هذه النسبة في تركيا لم تتعدَ 7.5 طن/هكتار لعام 2007؛ ومن ثمَّ فظروف إنتاج العِنَب في تركيا ليست مثالية، بل وأقل من المُتوسط العالمي، وتُعادل 82% من هذا المُتوسط.

2) التجارة الخارجيّة للعِنَب في تركيا

إلى جانب موقع تركيا بين أهم الدول المُصدّرة للعِنَب في العالم، إلا أنَّها تستورد كميَّات محدودة جداً منه، وتُعادل هذه الكميَّات ما نسبته 4% إلى إجمالي ما تُصدّره، فقد استوردت عام 2007 بحدود 217 طناً، واستيرادها لهذه الكميَّات عائدٌ لاختلاف مواسم الإنتاج بينها وبين الدول التي استوردت العِنَب منها؛

أي أنَّها تستورد العِنَب من دول تختلف عنها مناخياً؛ ولذلك فإنَّ فرصة سورية بالتصدير إلى تركيا شبه معدومة، بسبب توافق مواسم الإنتاج في كل من سورية وتركيا.

أما عن الصادرات التركية من العِنَب، فقد أظهرت تزايداً كبيراً جداً، بالرغم من تناقص المساحات المزروعة، والثبات التقريبي لمُعدّل الإنتاج من عامٍ لآخر. فقد وصلت في نهاية فترة الدراسة 1998-2007 إلى ما يُعادل 316 % من قيمتها في بداية الفترة، وحتى تكون هذه الصورة أوضح قارن البحث بين تغيُّر كميَّات صادرات تركيا وسورية من العِنَب، لفترة أطول من فترة الدراسة المُبيّنة سابقاً، بحيث امتدت هذه الفترة من 1993-2007، ومُثّلت البيانات من خلال الشكل (84).



الشكل (84): مُقارنة كميَّات الصادرات التركية بالصادرات السورية من العِنَب للفترة 1993-2007.

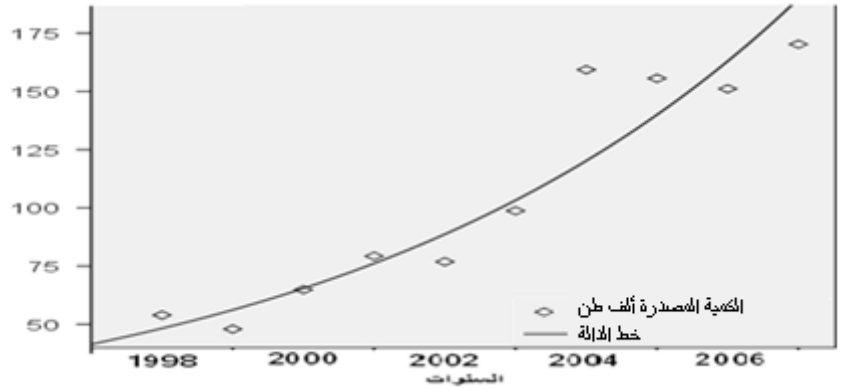
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

بيَّن الشكل (84) أنَّ سورية كانت تُصدّر ما يُقارب نصف كميَّة الصادرات التركية من العِنَب، كمُتوسط لمدة عشر سنوات مُتتالية، وهي من 1993–2002، لكنَّ الصادرات السورية انخفضت بشدَّة بعد ذلك، في حين ارتفعت الصادرات التركية، بحيث أصبحت سورية تُصدّر بحدود 8% فقط مما تُصدّره تركيا من العِنَب، للفترة من 2003–2007.

وهذا أمرٌ يسترعي الانتباه، ويضع المختصين أمام ضرورة الإجابة على جُملة من الأسئلة في مُقدمتها: ما المزايا التي تتمتع بها تركيا زيادةً عن سورية حتى يتطوُّر سوق صادراتها من العِنَب بهذه الصورة؟. ولماذا تراجع سوق الصادرات السورية من العِنَب بهذا الشكل؟.

ولدراسة العلاقة الزّمنية لتغيّر الكميَّات التي تُصدّرها تركيا من العِنَب، كان التابع المُركّب هو الشكل الأمثل للتعبير عنها، علماً بأنَّها كانت معنويّة عند أشكال التوابع كافة، وهذا يَدلّ على قوة هذه العلاقة، فكان مُعامل التحديد للتابع المُركّب معنوياً وقيمته $R^2=0.851$، والمعنويّة المُرتبطة بـ F تُعادل 0.005، وعبّرت المُعادلة (51) عن انحدار الكميَّات على الزمن. وأشارت qEx_{tr} إلى كميَّة الصادرات مُقدَّرة بآلاف الأطنان، وأشارت T_{tr} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي، وبيّن الشكل (85) طبيعة هذه العلاقة.

العلاقة (51): $qEx_{tr}=41453.6\ (T_{tr})^{1.164}+u$



الشكل (85): انحدار كميَّات العِنَب المُصدّرة من تركيا على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ويُدلُّ الشكل (85) على أنَّ صادرات تركيا من العِنَب تزداد بنسب مُتزايدة من عامٍ لآخر، حيث يبدو تقعُّر المنحني باتجاه الأعلى، وهذا يخلق تحدّياً للعِنَب السوري في الأسواق الخارجية، من خلال التضييق على العِنَب السوري في الأسواق التي يلتقي فيها المُنتَجون.

لكن تركيا تمتلك أعلى ميزة نسبية في صادرات الفواكه في حالة تصدير الزبيب، وهذا يعني أنَّها ستتوجه طبيعياً لزيادة مساحات الكروم التي تصلح لصناعة الزبيب، وهذا التطوُّر سيكون قسمٌ منه على حساب مساحات الكروم من بقية المجموعات، ومنها عنب المائدة (Hatirli, 2004).

3) الشُركاء التجاريون المُستوردون للعِنَب من تركيا

برزت أهميَّة روسيا، كمُستورد للعِنَب التركي، إذ استوردت عام 2005 بحدود 72 ألف طن أي 47% من العِنَب التركي المُصدَّر، أي ما يُعادل ضِعف ما صدّرته سورية في العام نفسه.

وكان الشريك الثاني الأبرز هو ألمانيا، التي استوردت من تركيا 15.1% من الصادرات التركية من العِنَب؛ أي نحو 23.3 ألف طن، علماً بأنَّ ألمانيا تُصدِّر سنوياً ما يُعادل 38 ألف طن من العِنَب، وقد شكّلت حصة الشُركاء التجاريين الخمسة الأهم في سُلّم الدول المُستوردة للعِنَب من تركيا ما يُعادل 81.4% من العِنَب المُصدَّر، وكان لتركيا فقط ستة شُركاء تجاريين هامّين، بحيث استورد كل منهم ما يزيد على 5% من كميَّة العِنَب المُصدَّر، على الرغم من العدد الكبير للدول التي استوردت العِنَب من تركيا، إذ بلغ عددها 37 دولة، ومنه فإنَّ تركيا لم تعانِ على الإطلاق من البحث عن المُستوردين، وعلى العكس من ذلك، فهذه البيانات تعكس وجود سوق ضخمة، ومتوزّعة جغرافياً في كل الجهات، فالشريك الأول في الشمال (روسيا)، والشريك الثاني في الغرب (ألمانيا)، والشريك الثالث في الجنوب (السعودية). وهذه تشكّل نقاط قوة في التجارة الخارجيّة التركية للعِنَب، حيث تتعدد المعابر الحدودية التي يمرّ عبرها العِنَب المُصدّر، كما تتعدد دول المرور، وهذا يضمن ألا تقع الدولة المُصدّرة تحت إمرة قيود دولةٍ مجاورة، عندما تكون هذه الدولة معبراً شبه وحيد.

أما في سورية فقابل نقاط القوة السابقة نقاط ضعف، كون الشُركاء التجاريين لسورية يقعون في الجهة نفسها، ومن سلبيات هذه الصفة، أنَّ دول المرور هي ذاتها بالنسبة لكل الدول المُستوردة؛ ومنه فأي عقبة في دولة من دول المرور ستحدث أثراً سلبياً في الكميَّات المُصدّرة، وفي قدرة العِنَب على المُنافسة في الأسواق الخارجيّة، إضافة إلى التأثير السلبي في أسعار العِنَب في الداخل، إضافة إلى أنَّ تركيا استطاعت أن تخترق هذا العدد الكبير من الأسواق، فهذا يعني أنَّها استطاعت تحقيق المُواصفات المطلوبة في كل منها؛ أي إنَّ المُختصين في سورية أمام تجربة يجب أن تُحتذى.

وفيما يخص دول الخليج العربي التي شكّلت المُستورد الرئيسي للعِنَب من سورية، فإنَّها - وباستثناء السعودية - لم تُظهر أهميَّة تُذكر بالنسبة لتركيا، فقد استوردت السعودية 6.9% من العِنَب التركي المُصدَّر، في حين كان هناك شريكان آخران، وهما الكويت، والإمارات العربية المُتَّحدة، استوردتا مُجتمعتين ما يُعادل 1 % فقط من العِنَب التركي. ولا يجدر التسرّع والحكم بعدم أهميَّة العِنَب التركي بوصفه مُنافسٍ للعِنَب السوري في أسواق الخليج العربي، إذ إنَّ السعودية التي استوردت 6.9% من العِنَب التركي أتت في المرتبة الثالثة على سُلّم الشُركاء التجاريين لتركيا فيما يخص العِنَب، وهذه النسبة شكّلت 200% مما صدّرته سورية من العِنَب للسعودية في العام نفسه؛ أي إنَّ تركيا مُنافِسة حقيقية لسورية في السوق السعودية، ويُفترض في العِنَب السوري أن يكون أكفأ من العِنَب التركي في هذه السوق، لكون عامل المسافة يشكّل فرصة للعِنَب السوري، وتحدياً للعِنَب التركي.

4) أسعار العِنَب التركي

كانت علاقة ارتباط المُتوسط السنوي لسعر العِنَب التركي المُصدَّر بالزمن ظاهرية، وفي مَعرض البحث عن أي علاقة تربط بينه وبين نظيره للعِنَب السوري، نظراً لأنَّ الدولتين متجاورتان، والمدة الزّمنية ذاتها، والمحصول نفسه، فقد أظهرت الدراسة المُقارنة لسعر العِنَب التركي المُصدَّر بنظيره السوري للفترة 1998-2007 أنَّ مُتوسط سعر العِنَب للفترة المدروسة بالنسبة للعِنَب التركي المُصدَّر كان 0.48 دولار/كغ، مُقابل 0.58 دولار/كغ بالنسبة للعِنَب السوري؛ أي إنَّ العِنَب السوري حصل على أسعارٍ أعلى بِمُعدَّل 21% تقريباً التركي، إلا أنَّ أسعار العِنَب السوري كانت أعلى تشتتاً، إذ بلغت قيمة الانحراف المعياري لها 0.25، في حين بلغت قيمته للعِنَب التركي 0.07 فقط. إضافةً إلى أنَّ الارتباط بين أسعار العِنَب التركي المُصدَّر، وأسعار نظيره السوري كان ظاهرياً، عند أشكال الدوال كافة؛ وهذا يعني أنَّ أسعار العِنَب التركي في الأسواق الخارجية بدت أكثر استقراراً من أسعار العِنَب السوري.

2. حالة العِنَب المصري

كثيرة هي الدراسات المِصريَّة التي تبحث في اقتصاديات العِنَب المِصري، وفي سوقه الخارجية، كما تُشير بعض هذه الدراسات إلى وجود مُنافسة بين العِنَب المصري والسوري في الأسواق الخارجية، وخاصة في السوق السعوديّة؛ لذلك وجدت الدراسة لزاماً عليها تخصيص شِقٍ منها لتوصيف واقع العِنَب في مِصر، إلى جانب التحقق من ماهية هذه المُنافسة بينه وبين العِنَب السوري.

من اللافت أنَّ مِصر تضع مُواصفة قياسية لعِنَب المائدة في السوق المصرية، إلاّ أنَّها تعدّ هذه المُواصفة غير مُلزمة. وهذه المُواصفة هي المُواصفة القياسية رقم 2004/4481 الصادرة عن الهيئة العامَّة المِصريَّة للمواصفات والجودة[1].

1) إنتاج العِنَب في مصر

بلغت مساحة الكروم المُثمرة في مِصر 62.730 ألف هكتار عام 2007، في حين كانت نظيرتها لسورية 54.751 ألف هكتار؛ أي أنَّهما متقاربتان. وكان مُتوسط مساحة كروم مِصر 59.06 ألف هكتار للفترة 1998–2007، وبانحرافٍ معياري قدره 3.25، وازدادت مساحة كرومها بِمُعدَّل 2% سنوياً الملحق (46).

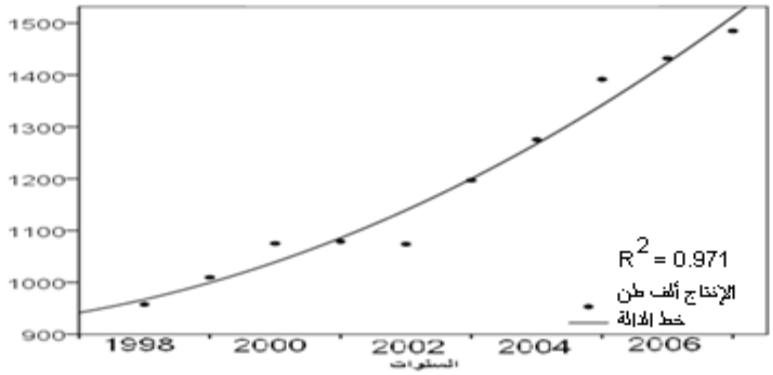
أنتجت مِصر عام 2007 ما يُقارب 1485 ألف طن عِنَب؛ أي خمسة أضعاف ما أنتجته سورية للعام نفسه، علماً بأنَّ مساحات كروم مِصر لا تزيد عن مساحتها في سورية بأكثر من 8 آلاف هكتار.

[1] - الهيئة العامَّة المِصريَّة للمواصفات والجودة. www.eos.org.eg

كما أنَّ هذا الإنتاج أخذ منحىً مُتزايداً خلال الفترة 1998-2007، وأمكن من خلال دراسة علاقة تغيُّره بمرور الزمن، كشف تفاعل تأثيرَيْ زيادة المساحة، وزيادة الإنتاجيَّة الملحق (47)، إذ أمكن التعبير عنها بتابع صحيح من الدرجة الثانية، وكان مُعامل تحديده معنوياً، ورسمت العلاقة (52) انحدار هذه الكميَّات على الزمن. كما بيّن الشكل (86) طبيعة هذه العلاقة.

العلاقة (52): $P_{eg} = 2.513\ T_{eg}^{2} + 21.952\ T_{eg} + 941.619 + u$

حيث أشارت P_{eg} إلى كميَّة العِنَب المُنتَج في مِصر مُقدَّراً بآلاف الأطنان، وأشارت T_{eg} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.



الشكل (86): انحدار إنتاج العِنَب في مِصر على الزمن للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

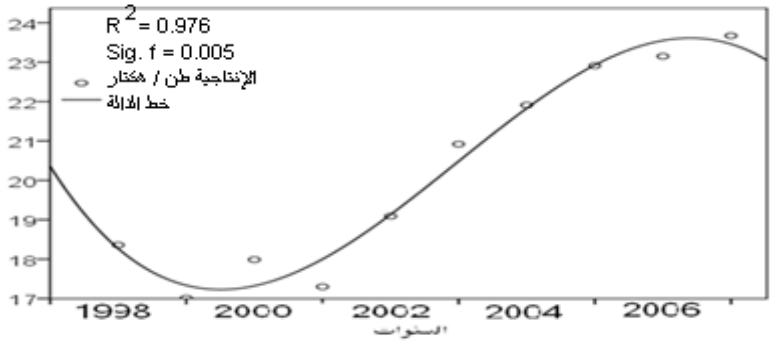
ويظهر من الشكل (86) أنَّ كميَّات الإنتاج أخذت منحىً مُتزايداً، ويبيّن تقعّر المنحني نحو الأعلى أنَّ التزايد أخذ نِسباً مُتزايدة من عامٍ لآخر، وهذا مؤشرٌ على التعاظم السريع لمكانة مِصر بإنتاج العِنَب.

كانت إنتاجية كروم العِنَب في مِصر مُرتفعة جداً الملحق (47)، وعلى العموم فهي من أعلى مُعدَّلات إنتاجية الكروم في العالم، وتزيد عن ضِعف المُتوسط العالمي لإنتاجية الكروم، وهذا ما فسّر النتيجة التي خلُصت إليها في الفقرة السابقة، بشأن الفرق الكبير بين كميَّات إنتاج العِنَب في مِصر وسورية، علماً بأنَّ المساحات المزروعة كانت مُتقاربة نوعاً ما بين البلدين، ومَردُّ هذه الإنتاجيَّة المُرتفعة إلى أنَّ كروم مِصر هي كرومٌ مروية عامةً، في حين أنَّ كروم سورية فيها أقل من 10 آلاف هكتاراً مرويةً فقط، والباقية بعلية.

واستطاع البحث إثبات معنوية تغيُّر إنتاجية كروم مصر بمرور الزمن، إذ كانت العلاقة بينهما غير خطية، وفسرها التابع الصحيح من الدرجة الثالثة، حيث كان مُعامل تحديده معنوياً، وفسّرت العلاقة (53) هذا الانحدار. كما بين الشكل (87) طبيعة هذه العلاقة.

العلاقة (53): $Pr_{eg} = -0.039\ T_{eg}^{3} + 0.694\ T_{eg}^{2} - 2.743\ T_{eg} + 20.358 + u$

حيث تُشير Pr_{eg} إلى إنتاجية العِنَب في مِصر، وT_{eg} إلى الزمن، و u إلى عامل التشويش العشوائي.



الشكل (87): انحدار إنتاجية كروم العِنَب في مِصر على الزمن للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

وهذا يدلُّ على أنَّ الإنتاجيَّة ترتفع بمُعدَّل 0.5 طن/هكتار سنوياً، وهذا رقمٌ مُرتفع، خاصةً إذا ما قورن بزيادة المساحة المزروعة؛ أي إنَّ أهميَّة مِصر من حيث إنتاج العِنَب عالمياً تزداد ازدياداً كبيراً.

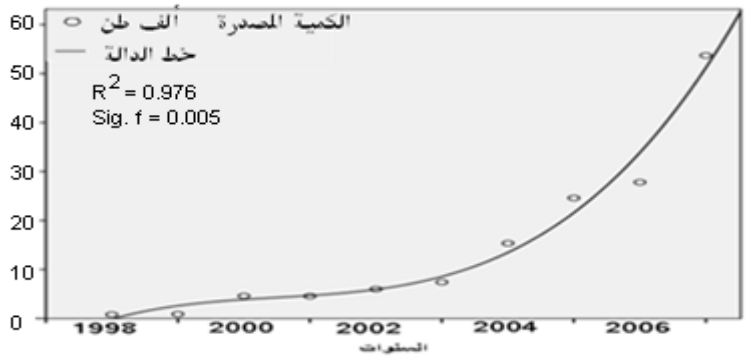
2) التجارة الخارجية للعِنَب في مِصر

تستورد مِصر العِنَب بكميَّات محدودة جداً، ويبدو مُبكراً النظر إليها كسوق مأمولة للعِنَب السوري، على الرغم من تباين مواسم الإنتاج بين سورية ومصر.

أما تصدير العِنَب المصري، فقد أخذ اتجاهاً مُتزايداً بشدة، حيث تزايدت الكميَّات المُصدّرة خلال فترة الدراسة بحدود 69 ضِعفاً الملحق (48)، فقد بلغت الكميَّات المُصدّرة عام 1998 (بداية الفترة) 780 طناً، وارتفعت إلى 53697 طناً عام 2007. وعبّر عن ذلك بالعلاقة (54) المُمثلة لتابع صحيح من الدرجة الثالثة.

العلاقة (54): $qEx_{eg} = 154.106\ T_{eg}^{3} - 1627.09\ T_{eg}^{2} + 6495.016\ T_{eg} - 5129.123 + u$

حيث أشارت qEx_{eg} إلى كميَّة العِنَب المُصدّرة من مِصر، وأشارت T_{eg} إلى الزمن، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي. وكانت طبيعة هذه العلاقة موضحةً كما في الشكل البياني (88).



الشكل (88): انحدار كميَّة العِنَب الذي تُصدّره مِصر على الزمن للفترة 1998-2007.

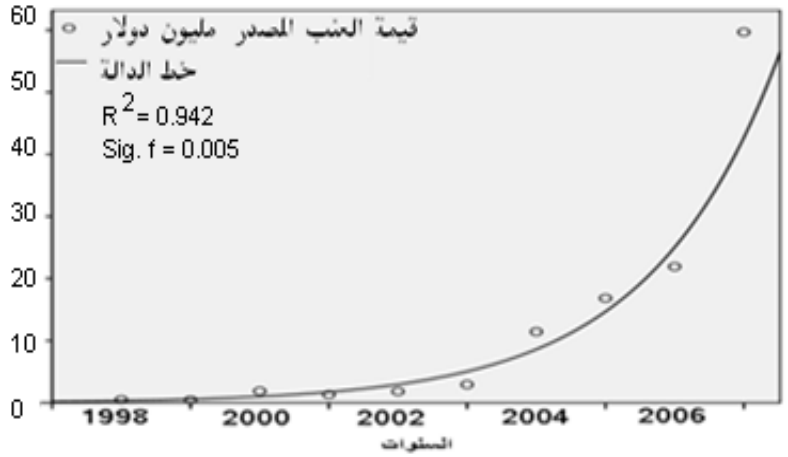
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ويتضح من الشكل السابق التزايد الكبير في كميَّات العِنَب المِصري المُصدّر خلال السنوات الأربع الأخيرة في السلسلة، وهذا يعني أنَّ سورية ظاهرياً أمام مُنافس قوي إن استمرت هذه القيم بالصعود، لكن بقية الدراسة ستكشف عن حقيقة مُختلفة.

أما قيمة العِنَب المُصدّر، فتبيّن أنَّها أخذت منحىً أكثر تزايداً، مُتأثرة بالزيادة السنوية في الكميَّات المُصدّرة، مترافقة بارتفاع الأسعار التي ينالها العِنَب المِصري عاماً بعد آخر. ووضح ذلك التابع المُركّب المُبيّن في العلاقة (55). حيث كان مُعامل تحديده معنوياً، وأشارت VEx_{eg} إلى قيمة العِنَب الذي صدّرته

مِصر، وأشارت T_{eg} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي. وعبر الشكل (89) عن طبيعة هذه العلاقة.

العلاقة (55): $VEx_{eg} = 205.083\ (T_{eg})^{1.706} + u$



الشكل (89): انحدار قيمة العِنَب الذي تصدّره مِصر على الزمن للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

وهذا يعني أنَّ قيمة العِنَب الذي صدّرته مِصر ارتفعت بمُعدَّل 120 ضِعفاً خلال فترة الدراسة، فقد كانت قيمته 507 آلاف دولار في بدايتها، ووصلت في نهايتها إلى 59688 ألف دولار، وتُفضي العلاقتان السابقتان إلى مجموعة من التساؤلات التي تستوجب البحث عن تفسيرٍ لها، وأهمها: كيف استطاعت مِصر تطوير سوقها بهذه الصورة؟. وهل اعتمدت على شُركاء تجاريين سابقين، أم اخترقت أسواقاً جديدة؟. ولماذا لم تستطع سورية مُجاراتها؟.

3) موسم إنتاج العِنَب المِصري وتصديره

تبدأ الصادرات المِصريَّة من العِنَب بدخول الأسواق العالميَّة اعتباراً من الشهر الخامس، وتتدرج كميَّاتها في الزيادة خلال الشهرين السادس والسابع، وبنهاية الشهر السابع تكون مِصر قد صدّرت إلى الاتحاد الأوروبي 97% من إجمالي الكميَّة التي تُصدّرها إليه سنوياً الملحق (49)، أما آسيا فتكون مِصر قد صدّرت إليها 95% من إجمالي الكميَّة التي تُصدّرها إليها سنوياً، وفيما يخص منطقة الخليج العربي فتكون مِصر قد صدّرت إليها حتى نهاية الشهر السابع 85% من إجمالي الكميَّة التي تُصدّرها إليها سنوياً، وتنخفض هذه الكميَّات بشدَّة في الشهر الثامن (الشهر الذي تبدأ فيه الصادرات السورية من العِنَب بالظهور)، وفي الشهر التاسع فالصادرات المِصريَّة من العِنَب تكاد تكون غير موجودة كما في الجدول (22).

الجدول (22): الجدول الزّمني لدخول العِنَب المصري للأسواق العالميَّة. القيم محسوبة كنسبة مئوية لكل مجموعة على حدة.

الشهر / المِنطقة	أيار	حزيران	تموز	آب	أيلول
الاتحاد الأوروبي	4	83	10	3	
الخليج العربي	4	45	36	11	4
آسيا	4	79	12	4	1

مصدر البيانات: *(Diab et al, 2009)*

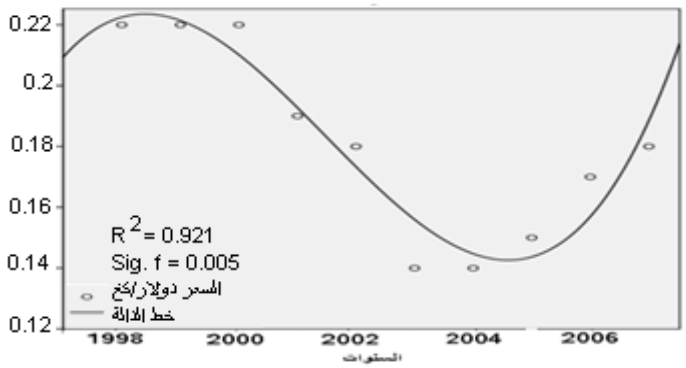
أي إنَّ موسم تسويق العِنَب المِصري يسبق موسم تسويق العِنَب السوري بوضوح؛ ولذلك فلا توجد مُنافسة بينهما في أي سوق يوجدان فيها، بل إنَّ كلاً منهما (سورية ومصر) يمكن أن تكون سوقاً لأعناب الثانية، نظراً إلى أنَّ مواسم الإنتاج فيهما متباينة.

4) أسعار مُنتِجي العِنَب في مِصر

كانت أسعار مُنتِجي العِنَب في مِصر مُنخفضة انخفاضاً ظاهراً، فقد بلغ متوسطها لفترة الدراسة 0.18 دولار/كغ، وبانحرافٍ معياري قدره 0.03، ولكنَّها كانت مُرتفعة، وثابتة للسنوات الثلاث الأولى من السلسلة، ثمَّ انخفضت بوضوح خلال السنوات الأربع التالية، وعاودت بعدها ارتفاعاً تدريجياً حتى نهاية السلسلة، ولكنَّها لم تصل إلى المُستويات التي كانت عليها في بداية فترة الدراسة. واستطاعت الدراسة من خلال تابعٍ صحيحٍ من الدرجة الثالثة رسم انحدار هذه الأسعار على الزمن، وعبّرت عنه العلاقة (56). وكانت طبيعة هذه العلاقة كما في الشكل (90).

العلاقة (56): $pP_{eg} = 0.001\ T_{eg}^{3} - 0.009\ T_{eg}^{2} + 0.022\ T_{eg} + 0.209 + u$

حيث أشارت pP_{eg} إلى سعر المُنتِج للعِنَب في مِصر مُقدَّراً بالدولار/كغ، وأشارت T_{eg} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.



الشكل (90): انحدار سعر المُنتِج للعِنَب في مِصر على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

وقد بيَّنت دراسة السوق الروسية المستوردة للعنب أنَّ أهمية مصر قد ازدادت في هذه السوق زيادة كبيرة في الآونة الأخيرة، إذ نمت هذه الأهمية بمعدل 58% بين عامي 2006 و2007. كما أن كمية الواردات الروسية من العنب المصري قد تضاعفت ثماني مرات بين عامي 2003 و2007 (USAID & PDBA,2008).

يكشف هذا العرض حاجة ماسة لدراسة مُستفيضة بشأن تجربة مِصر في تصدير عِنَب المائدة، للإفادة منها. إلى جانب دراسة مدى إمكانية التبادل التجاري للعِنَب مع مِصر، بحيث تستورد سورية العِنَب المِصري في أشهر حزيران وتموز إذ يكون العِنَب المِصري قد نضج، والعِنَب السوري لم يدخل السوق بعد. وتُصدّر سورية العِنَب إلى مِصر في أشهر آب وأيلول والنصف الأول من شهر تشرين الأول؛ حيث يكون موسم إنتاج العِنَب في مِصر قد انتهى.

3. حالة العِنَب اللبناني

كان لبنان أهم الدول المُستوردة للعنب السوري عام 1993؛ إذ استورد حينها 49.2% من الصادرات السورية من العنب، وأتت السعودية ثانيةً بحصة بلغت 22.9%، ومنذ عام 1994 احتلت

السعودية المرتبة الأولى على قائمة مستوردي العنب السوري، وتراجع دور لبنان حتى انعدم (المديرية العامة للجمارك، عدة إصدارات).

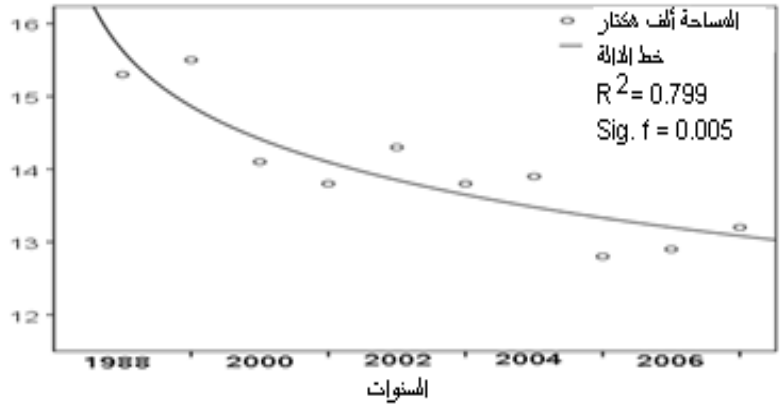
يمثّل لبنان أحد أعضاء المنظمة الدولية للكروم والخمور[1]، ومن نشاطات هذه المنظمة العمل على توحيد المواصفات والمقاييس، وتحسين شروط الإنتاج والتسويق، وأخذ مصالح المستهلكين في الحسبان. في حين أنَّ سورية ليست عضواً في هذا المنتدى الدولي.

1) إنتاج العِنَب في لبنان

تُعادل مساحة كروم لبنان نحو ربع مساحة الكروم في سورية، وقد أخذت هذه المساحات منحاً مُتناقصاً من عامٍ إلى آخر، خلال السلسلة الزمنية 1998-2007 الملحق (49)، فقد انخفضت من 15.3 ألف هكتار في بداية الفترة، إلى 13.2 ألف هكتار في نهايتها، وكان متوسطها لإجمالي الفترة 14 ألف هكتار، وبانحرافٍ معياريٍ قدره 0.9. وكانت علاقة تغيرها بالزمن معنوية، وكانت قيمة مُعامل تحديدها المُثلى هي القيمة المُرتبطة بتابع لوغاريتمي، وكان هذا الارتباط عكسيَّاً، ومُعادلة انحداره كما في العلاقة (57). والخط البياني لها كما في الشكل (91).

العلاقة (57): $A_{lb} = -15.63\ logT_{lb} + 1.106 + u$

حيث أشارت A_{lb} إلى مساحة كروم العِنَب في لبنان مُقدَّرة بآلاف الهكتارات، وأشارت T_{lb} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.



الشكل (91): انحدار مساحة كروم العِنَب في لبنان على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

لم تأخذ التغيّرات التي طرأت على كميَّات العِنَب المُنتَج في لبنان في الفترة 1998-2007 الملحق (49) منحىً ثابتاً على الإطلاق؛ وذلك عائدٌ إلى تقاربها الشديد، فقد كان مُعدَّل تغيّرها بحدود 300 طن/سنة فقط، إضافة إلى انخفاض قيمة الانحراف المعياري الذي بلغ 7.1، في حين كان مُتوسط هذه الكميَّات لفترة الدراسة 116.3 ألف طن، وبلغت الكميَّة المُنتَجة عام 2007 ما يُعادل 118.9 ألف طن. ومُؤدى هذا الاستطراد أنَّ مُعدَّل إنتاج العِنَب في لبنان شبه ثابت. ولا يُتوقع حدوث تغيّرات جوهرية في كميَّات العِنَب الذي ينتجه لبنان في السنوات القليلة القادمة.

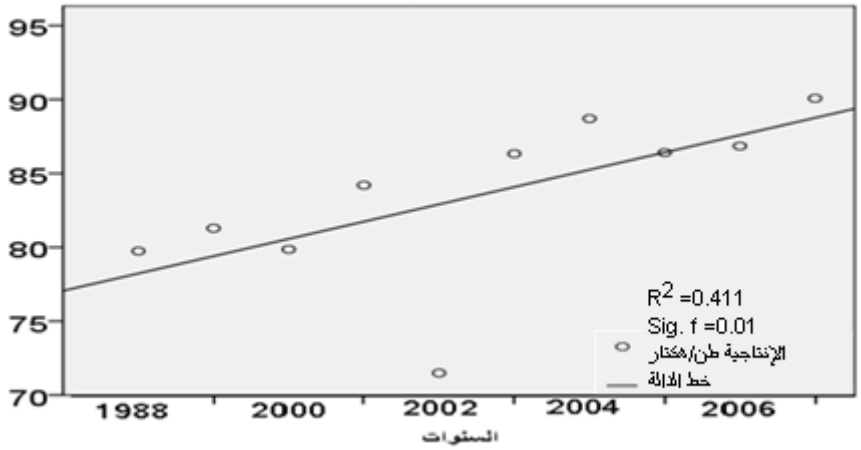
[1]- المنظمة الدولية للكروم والخمور International Organization of vine and wine تأسست في 3-4-2001 وموقعها الإلكتروني www.oiv.int، وانبثقت عن المكتب الدولي للكروم والخمور International vine and wine office الذي تأسس في 29-10-1924.

وقد كانت علاقة تغيُّر كميَّات الإنتاج السنوي من العِنَب بمرور الزمن ظاهرية؛ إذ كانت قيم مُعامل التحديد R^2 مُنخفضة جداً، وكانت المعنويّة المُرتبطة بـ F عالية.

بالرغم من الإنتاجيَّة المُنخفضة لعِنَب المائدة في لبنان، مقارنة بالمُتوسط العالمي لها، إلاّ أنَّها أبدت تزايداً خطياً، خلال الفترة 1998-2007 الملحق (50)، وشارفت على الوصول إلى المُتوسط العالمي في نهاية السلسلة. وكان مُعامل تحديدها معنوياً، وكانت دالتها كما في العلاقة (58).

حيث أشارت Pr_{lb} إلى إنتاجية كروم لبنان، وأشارت T_{lb} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي. أما الخط البياني فكان كما في الشكل (92).

العلاقة (58): $Pr_{lb} = 1.17\ T_{lb} + 77.059 + u$



الشكل (92): انحدار إنتاجية كروم العِنَب في لبنان على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

2) التجارة الخارجية للعِنَب في لبنان

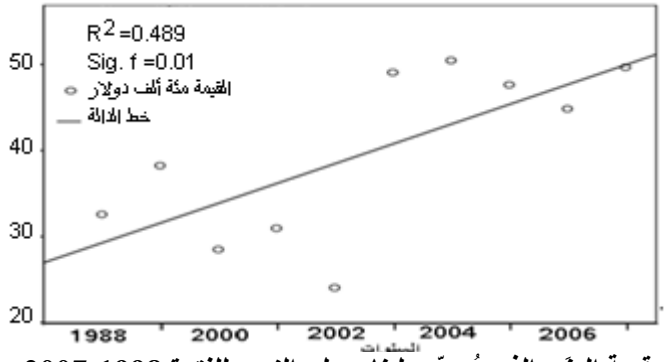
ستقتصر الدراسة هنا على جانب الصادرات، نظراً لأهميته الكبيرة، وبالنسبة لواردات لبنان من العِنَب، من حيث كميَّتها، وقيمتها، ومتوسط سعر وحدتها، لكل عامٍ من أعوام الدراسة. أجرى البحث لها دراسة وافية، وأخرجها من المتن لقلة أهميتها، تِبعاً لقلة الكميَّات التي يستوردها لبنان من العِنَب، إضافة إلى أنَّ هذه الكميَّات تدخل لبنان خارج موسم إنتاج العِنَب في سورية، فأهميتها معدومة من حيث المُنافسة للعِنَب السوري المُصدّر، فهي لا تشير إلى وجود سوق لبنانية يمكن أن تستورد العِنَب السوري.

يُشكّل عِنَب لبنان أكبر المُنافسين للعِنَب السوري في الأسواق العربية، إلا أنَّ ارتباط لبنان بأسواق غير عربية هو أكبر من ارتباط سورية. ولم تُبدِ كميَّات العِنَب التي يُصدّرها لبنان ارتباطاً بالزمن خلال فترة الدراسة؛ أي إنَّ التغيّرات في هذه الكميَّات كانت ظاهرية، وقد كان مُتوسط هذه الكميَّات لفترة الدراسة 1998–2007 بحدود 24578.1 طن، وكانت قيمتها في السنة الأخيرة من هذه الفترة 26189 طناً، وانحرافها المعياري 4854.6 للفترة كاملةً الملحق (50).

أما قيمة هذا العِنَب المُصدّر، فقد أبدت ارتباطاً بالزمن. وهذا يعني أنَّ الأسعار التي نالتها هذه الأعناب في الخارج كانت مُتغيّرةً بشكلٍ معنويٍ، وأخذ انحدارها على الزمن شكل التابع الخطي وكان مُعامل تحديده معنوياً، لكن البواقي كانت مرتفعة، لذلك لم يعدُّ البحث هذا التحليل مقياساً، ولكنَّه أورده للاستئناس. وعبَّرت العلاقة (59) عن الشكل الرياضي لهذه الدالة.

العلاقة (59): $VEx_{lb} = 229.721\ T_{lb} + 2696.533 + u$

حيث تُشير VEx_{lb} إلى قيمة العِنَب الذي يُصدّره لبنان، وتُشير T_{lb} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، كما تُشير u إلى عامل التشويش العشوائي. وعبّر الشكل (93) عن طبيعة هذه العلاقة. ويتَّضح منه أنَّ قيمة الصادرات أخذت بالتزايد اعتباراً من السنة السادسة، بعد أن كانت متقهقرة في سنيها الخمس الأولى.



الشكل (93): انحدار قيمة العِنَب الذي يُصدّره لبنان على الزمن للفترة 1998-2007.

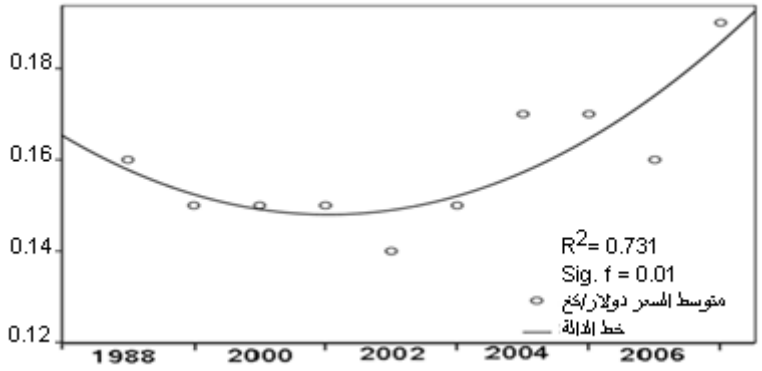
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ولمَّا كانت الكميَّات المُصدّرة لم تتغيّر بشكلٍ معنوي خلال هذه الفترة، فهذا يعني أنَّ المُكوّن الثاني للقيمة؛ وهو السعر قد ازداد ازدياداً كبيراً في هذه السنوات؛ لذلك كان لزاماً دراسة علاقة ارتباط مُتوسط سعر الكيلو غرام المُصدّر من العِنَب اللبناني بالزمن لفترة الدراسة، والذي ثبت وجود علاقة ارتباط قوية بينه وبين الزمن؛ إذ كان مُعامل التحديد معنوياً، ومثّل التابع الصحيح من الدرجة الثانية، المُبيّن في العلاقة (60) علاقة الانحدار المُعبّرة عن طبيعة علاقة الارتباط التي أوجدها البحث.

حيث أشارت PEx_{lb} إلى المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي يصدّره لبنان، وأشارت T_{lb} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي.

العلاقة (60): $PEx_{lb}=0.0001\ T_{lb}^2 - 0.009\ T_{lb}+0.165 + u$

وبيّن الشكل (94) طبيعة هذه العلاقة، راسماً انحدار المُتوسط السنوي لسعر وحدة العِنَب المُصدّر على الزمن. ويتضح منه أنَّ أسعار العِنَب أخذت منحىً تصاعدياً اعتباراً من الموسم السادس، بعد أن سارت باتجاه الأسفل في السنوات الخمس الأولى، وهذا يُفسّر التغيّر في قيمة العِنَب المُصدّر.



الشكل (94): انحدار المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي يُصدّره لبنان على الزمن للفترة 1998-2007.

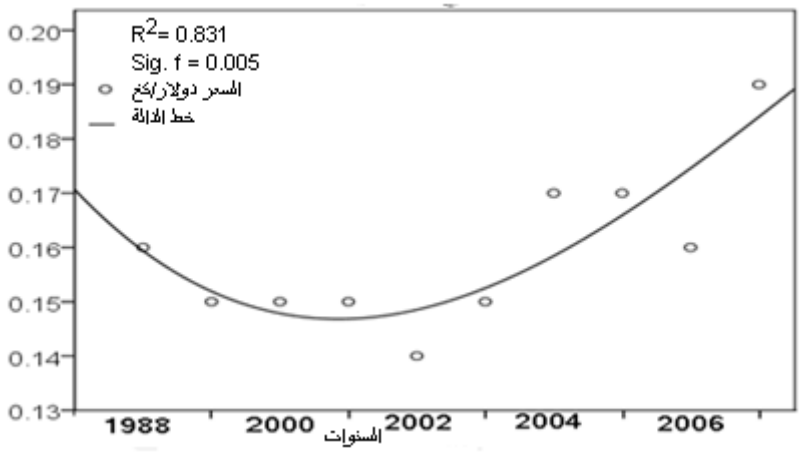
مصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

أما سعر المُنتِج فقد بدا مُنخفضاً عموماً، وإن أخذ منحىً تصاعدياً في السنوات الأخيرة. وكان مُرتبطاً بالزمن ارتباطاً قوياً، فقد مُعامل التحديد معنوياً، وكان التابع الصحيح من الدرجة الثالثة هو الشكل

الأمثل للتعبير عن انحدار المُتوسط السنوي لسعر المُنتِج على الزمن بالنسبة للعِنَب في لبنان. ومثّلت العلاقة (61) هذا التابع.

العلاقة (61): $pP_{lb} = 0.258\ T_{lb}^3 - 6.267\ T_{lb}^2 + 55.215\ T_{lb} + 192.696 + u$

حيث أشارت pP_{lb} إلى المُتوسط السنوي لأسعار المُنتِجين للعِنَب في لبنان، مُقدَّرة بالدولار/كغ، وأشارت T_{lb} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي. وعبّر الشكل (95) عن طبيعة انحدار المُتوسط السنوي لسعر المُنتِج على الزمن.



الشكل (95): انحدار سعر المُنتِج للعِنَب في لبنان على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

يبدو من استعراض إنتاج وتصدير العِنَب في لبنان تشابهه مع واقع العِنَب في سورية إلى حد بعيد. لكنَّ المُصدِّرين اللبنانيين أثبتوا أنهم أقدر على اختراق الأسواق الخارجية من إخوتهم السوريين، إذ استطاعوا التصدير إلى الاتحاد الأوروبي، أكثر مما استطاع المُصدّرون السوريون.

إضافة إلى أنَّ نسبة ما يُصدّره لبنان من العِنَب إلى إجمالي ما ينتجه منه، كانت أكثر ثباتاً من مثيلتها في سورية، إذ تراوحت هذه النسبة بين 3.69 - 5.96% من إنتاج لبنان من العِنَب، وكان متوسطها 4.88% للفترة 1998-2007، وبانحرافٍ معياري قدره 0.88، أما نسبتها لعام 2007 فقد كانت 4.54%، وهذا يعكس وجود استقرار في السوق الخارجيّة للعِنَب اللبناني، أكثر من السوق الخارجية للعِنَب السوري، وهذا من شأنه أن يُكوِّن ثقةً لدى المُنتِج بإمكانية تصدير العِنَب، على عكس الدول التي تتذبذب فيها كميَّة الصادرات من عامٍ إلى آخر.

ولتحديد قُدرة اللبنانيين على زيادة الكميَّات التي يُصدّرونها، استجابة لأي زيادة قد تحدث في كميَّة الإنتاج، دُرست علاقة تغيُّر الكميَّة التي ينتجها لبنان، بتغيّر الكميَّة التي يُصدّرها من العِنَب. وكانت العلاقة التي تربط بين المتغيّرين ظاهرية؛ ومن ثمَّ فإنَّ المُصدّرين اللبنانيين لم يستطيعوا امتصاص الزيادة في كميَّة المُنتَج؛ لتوجيهها إلى السوق الخارجيّة، بل استوعبتها السوق الداخلية. وهذا يعني أنَّ هناك بطئاً في استجابة السوق الخارجيّة لتغيّرات الإنتاج المحلّي، وهذه الصورة من المُعاناة موجودة أيضاً في سورية.

وهذا يعني ظاهرياً أنَّ سوق العِنَب الداخلية اللبنانية تتسع بسرعة أكبر من اتساع سوقه الخارجيّة، لكنَّ الواقع فما يخص المُنتَجات الزراعية، عندما يزداد الإنتاج من محصولٍ ما، ولا تكون هناك استجابة لتغيّر مماثل في الكميَّات المُصدّرة يعني هذا أن هناك عجزاً عن تصريف المُنتج.

وعلى العُموم فلدى لبنان برنامجٌ وطنيٌ لدعم الصادرات الزراعية، أطلقته المؤسسة العامَّة لتشجيع الاستثمار، وقد أدرك هذا البرنامج وجود خطرٍ يدهم لبنان في تصدير المُنتَجات الزراعية، حيث أشار إلى أنَّ صادرات لبنان من الخضار والفواكه تذهب إلى دول الخليج العربي بنسبة 71% حيث خطر التقلبات، ومحدودية المنافذ، والشُركاء، والمُنافسة القوية، وأن السوق الأوروبية ليست بأبعد من سوق الخليج العربي، وهي مستقرّة سياسياً، واقتصادياً، ومتطوُّرة تقنياً، لكنَّها تطلب بضائع عالية الجودة من حيث النوعية، والتوضيب، ووضع العلامات التجارية.

4. حالة سوق العِنَب القُبرصية

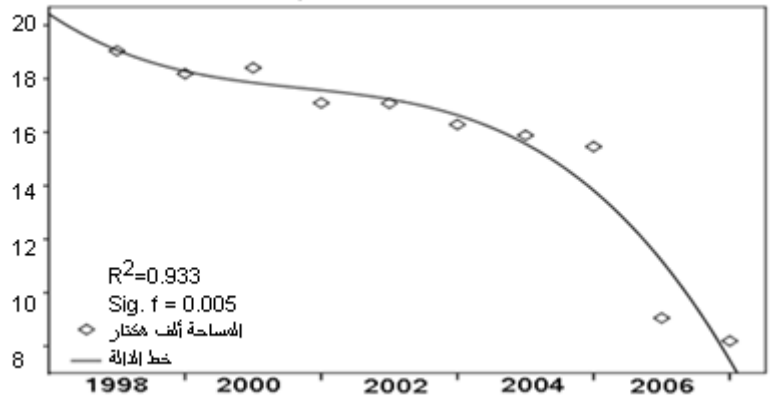
تشكّل قُبرص لسورية بوابة لأوروبا، فلا يفصل سورية عنها سوى عشرات الكيلو مترات، وهي تُعد من الدول المُنتِجة، والمُصدّرة للعِنَب. ولم تكن تستورد العِنَب قبل عام 2004، ثمَّ أصبحت دولة مُستوردة من عدة جهات منها لبنان، خلال السنوات الأخيرة؛ لذلك رأت الدراسة ضرورة إيلاء واقع إنتاج العِنَب، وتجارته الخارجيّة في قبرص شيئاً من الأهمية.

1) إنتاج العِنَب في قُبرص

أبدت المساحات المزروعة بالكروم تناقصاً حاداً خلال الفترة 1998-2007 الملحق (51)، فقد تراجعت بمُعدَّل يزيد على 50% من المساحة التي كانت عليها في بداية الفترة. وأمكن إثبات وجود علاقة ارتباط عكسي قوي بين تغيُّر المساحة المزروعة بالكروم والزمن، إذ كان مُعامل التحديد معنوياً، وعبّر عن علاقة الانحدار المُفسّرة لهذه العلاقة التابع الصحيح من الدرجة الثالثة، كما في العلاقة (62). ومثّل الشكل (96) الخط البياني لها.

العلاقة (62): $A_{cy} = -0.034\ T_{cy}^3 + 0.386\ T_{cy}^2 - 1.704\ T_{cy} + 20.424 + u$

حيث؛ A_{cy} مساحة كروم قُبرص مُقدَّرة، T_{cy} الزمن، وu عامل التشويش العشوائي.

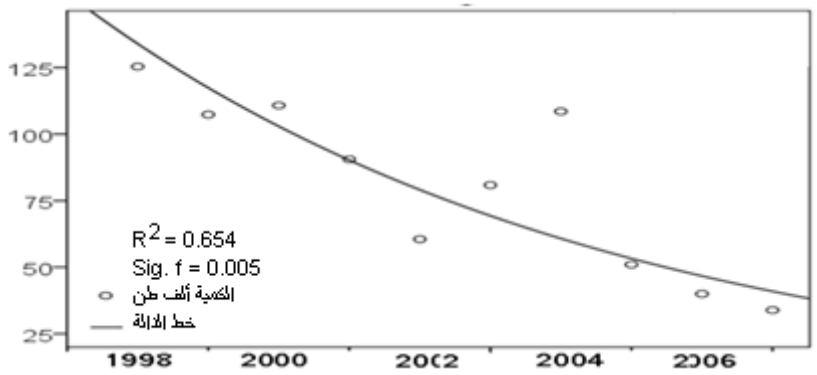


الشكل (96): انحدار مساحة كروم العِنَب في قُبرص على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

لقد تراجع إنتاج قُبرص من العِنَب سريعاً، استجابة للتناقص في المساحات المزروعة بالكروم، الذي أظهره الشكل (96)، لكنَّ هذا التناقص كان أقل شدة من تناقص المساحات المزروعة، وكان مُعامل تحديده معنوياً، وعبّر عن انحداره على الزمن التابع المُركّب كما في العلاقة (63).

العلاقة (63): $p_{cy}=152.784\ (T_{cy})^{0.877} + u$

حيث أشارت p_{cy} إلى كميَّة الإنتاج السنوي لقُبرص من العِنَب مُقدَّراً بآلاف الأطنان، وإلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات بـ T_{cy}، وإلى عامل التشويش العشوائي بـ u . وكانت قيمة أس التابع أقل من الواحد الصحيح، ما يعني أنَّ هذا الارتباط كان عكسياً؛ أي إنَّ تناقص الكميَّات كان يأخذ قيماً مُتباطئة كلما تقدمنا في السلسلة الزمنية، كما في الشكل (97).



الشكل (97): انحدار كميَّة إنتاج العِنَب في قُبرص على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ويظهر لدى دراسة العلاقتين (77) وَ (78)، والشكلين (96) وَ (97)، أنَّ تراجع كميَّة الإنتاج الذي كان معنوياً بالنسبة للزمن، كان مؤشراً مُستمراً، وليس نتيجة ظاهرة عرضية لسنة أو لعدة سنوات، لأنَّه كان عائداً إلى مؤشرٍ آخر، وهو تراجع المساحات المزروعة، وأيَّاً كانت الأسباب الكامنة وراء هذا التراجع في المساحات، فإنَّ النتيجة هي ما يُهم، وهي أنَّ قُدرة قُبرص على تصدير العِنَب تنخفض، وحاجتها للعِنَب تزداد عاماً بعد آخر.

لكن في الحالات التي تتناقص فيها المساحات المزروعة بمحصولٍ معين نتيجة تناقص الاهتمام به، لانخفاض جدواه، أو تغيُّر العوامل التي كانت تساعد على إنتاجه، كتوفُر مياه الري مثلاً؛ فإنَّ مُؤشِّر الإنتاجيَّة يُعدّ دليلاً على ذلك؛ حيث تنخفض الإنتاجيَّة مُترافقةً مع انخفاض المساحات المزروعة، لكن في هذه الحالة، فإنَّ الإنتاجيَّة لم تتغيّر؛ أي إنَّ العوامل التي حَدَت بمزارعي الكروم للخروج من هذه الزراعة، هي عوامل خارجية، قد تتعلق بالتحوّل نحو زراعات أكثر جدوى.

وأيَّاً كانت هذه العوامل، ينبغي النظر إليها على أنَّها تزيد من احتياج قُبرص إلى استيراد العِنَب بمرور الزمن، وهذا يبرر أهمية التعويل عليها كسوق مُستقبلية للعِنَب السوري، كون سورية هي الأقرب إلى أسواقها.

2) التجارة الخارجية للعِنَب في قُبرص

بدأت قُبرص استيراد العِنَب عام 2004، إذ استوردت 109 أطنان منه، ووصلت هذه الكميَّة إلى 858 طن في العام التالي؛ أي ثمانية أضعاف ما كانت عليه عام 2004، واستمرت بالارتفاع، حتى وصلت إلى 1363 طناً عام 2007، وهذا يُشير صراحةً إلى وجود تزايد كبير جداً في الكميَّات التي تستوردها قُبرص من العِنَب، على الرغم من أنَّ هذه الكميَّات لا تزال محدودة. ويلفت الانتباه هنا أنَّ سعر العِنَب الذي استوردته قُبرص كان مُرتفعاً جداً، مقارنة بالأسعار التي استوردت فيها الدول المدروسة العِنَب، إذ كان مُتوسطه 2.1 دولار/كغ لفترة الدراسة، وبلغ عام 2007 ما قيمته 2.42 دولار/كغ الملحق (52).

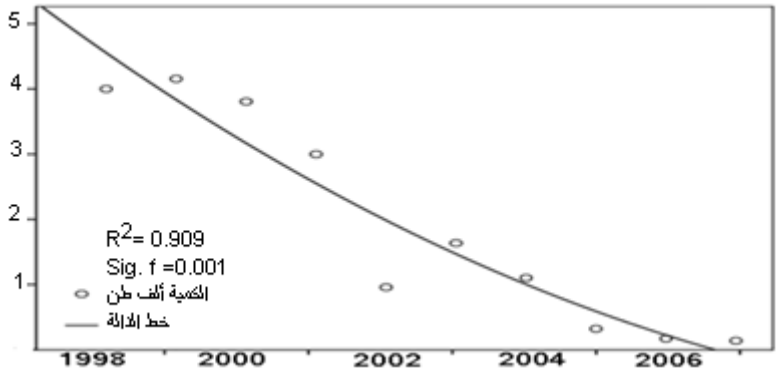
تراجعت صادرات قُبرص خلال فترة الدراسة تراجعاً كبيراً جداً، من 4001 طن عام 1998، إلى 138 طن عام 2007، ويبدو من تحليل مصفوفة شُركاءها التجاريين المُستوردين للعِنَب لعام 2005 الملحق (53)، أنَّهم جميعاً يقعون في أوروبا، وتأتي على رأسهم السويد التي استوردت 45% من العِنَب القُبرصي المُصدّر، وفي المرتبة الثانية ألمانيا مُستوردةً 15% منها، وتلتها بريطانيا والنمسا بنسب 10%، و5% على التوالي. ومنه فلِقُبرص خمسة شُركاء تجاريين تزيد أهميَّة كل منهم على 5%؛ فلا حاجة للبحث عن أسواق جديدة في حال كان هناك شُركاء تجاريون قادرون على شراء الأعناب المعروضة للتصدير.

وبيّنت مصفوفة الشُركاء التجاريين المُصدّرين للعِنَب إلى قُبرص الملحق (54)، أنَّ قُبرص استوردت العِنَب من سبع دول، منها أربع دول أوروبية، لبَّت نحو 85% من حاجة السوق القُبرصية، أما تشيلي فكانت أهميتها بحدود 10%، في حين كانت أهميَّة لبنان، وفلسطين المحتلة مُجتمعتين 5% من بين مُصدّري العِنَب إلى قُبرص، وهذا يطرح تساؤلاً حول أسباب استطاعة اللبنانيين تصدير العِنَب إلى قُبرص في حين عجز السوريون عن ذلك، على الرغم من الأسعار المُرتفعة التي نالها العِنَب اللبناني في الأسواق القبرصية؟.

ومن خلال تحليل تغيُّر صادرات العِنَب القُبرصي عبر السلسلة الزّمنية 1998-2007، وُجدت علاقة ارتباط عكسي قوي للكميَّات السنوية لهذه الصادرات بالزمن، وكان الشكل الأمثل لتمثيل انحدارها على الزمن هو التابع الصحيح من الدرجة الثانية، كما في العلاقة (64)، إذ كان مُعامل تحديده معنوياً.

العلاقة (64): $qEx_{cy}=25.303\ T_{cy}^{2} - 794.09\ T_{cy}+5322.3 + u$

حيث أشارت qEx_{cy} إلى كميَّة العِنَب الذي تُصدّره قُبرص مُقدَّراً بالطن، وأشارت T_{cy} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي. كما صوّر الخط البياني (98) طبيعة هذه العلاقة، ويظهر من هذه العلاقة التراجع الكبير في كميَّات صادرات قُبرص من العِنَب؛ ما يعني أنَّ أهميَّة قُبرص -القريبة جغرافياً إلى سورية- كمُنافِسة في تصدير العِنَب تتراجع تراجعاً كبيراً، ووصلت هذه الأهميَّة إلى درجة ضعيفة جداً.



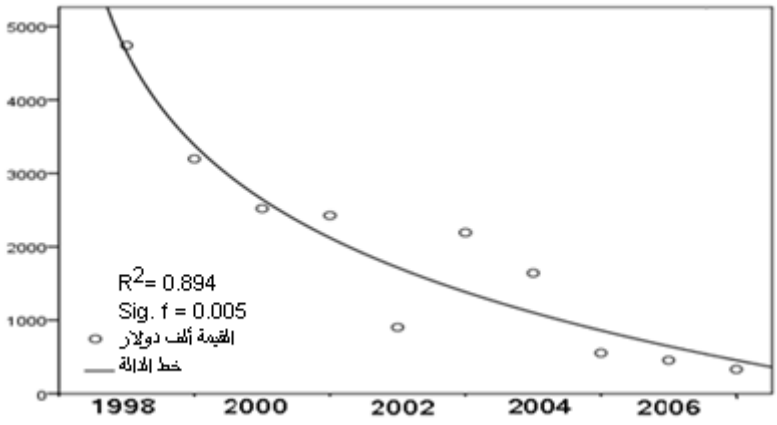
الشكل (98): انحدار كميَّة صادرات قُبرص من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2007.

المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

إنَّ ارتفاع أسعار الأعناب القبرصية المُصدَّرة جعلت انخفاض قيمة صادرات قُبرص من العِنَب أقلَّ حدةً من إنخفاض كميَّاتها، التي بيّنها الشكل (98)، وكانت العلاقة المُعبّرة عن انحدار هذه القيمة على الزمن كما في العلاقة (65)، إذ كان مُعامل تحديدها معنوياً. وأشارت VEx_{cy} إلى قيمة العِنَب الذي تُصدّره

قُبرص مُقدَّرة بآلاف الدولارات، وأشارت T_{cy} إلى الزمن مُقدَّراً بالسنوات، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي. وكان خط الدالة كما في الشكل (99).

العلاقة (65): $VEx_{cy} = -1820.564\ logT_{cy} + 4646.155$



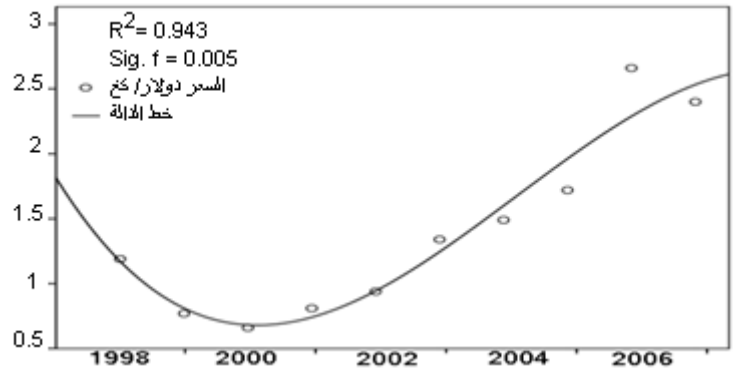
الشكل (99): انحدار قيمة صادرات قُبرص من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

ويمكن القول هنا بأنَّ انخفاض قيمة الصادرات انخفاضاً أقل من انخفاض كميَّاتها، يشير إلى أنَّ الأسعار أخذت منحىً تصاعدياً خلال هذه الفترة، حتى استطاعت أن تمتص نقص الكميَّات المُصدّرة، لكن ارتفاع الأسعار هذا كان أقل من أن يمنع انخفاض القيمة نهائياً، وإن عدّلها نوعاً ما. ويشرح ذلك كون انحدار منحني الدالة في الشكل (99) كان أقل من انخفاض منحني الدالة في الشكل (98).

وكانت علاقة ارتباط السعر - المُبينة في الفقرة السابقة - بالزمن معنوية وقوية، ومُعامل تحديدها معنوياً، وكان التابع الصحيح من الدرجة الثالثة هو الأمثل للتعبير عن انحدار هذا السعر على الزمن، كما في العلاقة (66).

حيث أشارت PEx_{cy} إلى المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي تُصدّره قُبرص، وأشارت T_{cy} إلى الزمن، وأشارت u إلى عامل التشويش العشوائي. وكان خط الدالة كما في الشكل (100).

العلاقة (66): $PEx_{cy} = -0.008\ T_{cy}^3 + 0.162\ T_{cy}^2 - 0.794\ T_{cy} + 1.813 + u$



الشكل (100): انحدار المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي تُصدّره قُبرص على الزمن للفترة 1998-2007.
المصدر: تحليل بيانات FAOSTAT

إنَّ تراجع مساحات كروم عنب قبرص يبدو مؤشراً إيجابياً بنظر الراغبين بالتصدير إليها، وتزداد أهميته إذا عُلم أنَّ هناك اهتماماً مُتزايداً فيها بالتوجُّه نحو زراعة كروم النبيذ، على حساب مساحات كروم المائدة (Γεωργιoy, 2005).

كما أنَّ هناك توجهاً في قبرص لزيادة مساحات الكروم المعتمدة على المكافحة المتكاملة، بهدف إنتاج غذاء سليم، وذي محتوىً منخفضٍ من الملوثات (المنظمة الدولية للعوامل البيولوجية والمتكاملة، 1999)، وبطريقة غير مُباشرة فهذا يعني أنَّ هناك ريبة في قبرص من استهلاك المنتجات النباتية التي لا يتم مراعاة هذه العوامل عند إنتاجها، كما هو حال العنب السوري، ومن ثمَّ فإذا كانت سورية ترغب في ولوج هذه السوق بقوة فعليها التوجه نحو استخدام أنظمة المُكافحة المتكاملة في كروم عنب المائدة.

رابعاً- مُعوِّقات تصدير عِنَب المائدة السوري.

1. المُعوِّقات التي تعترض المُصدّرين عند شرائهم للعِنَب

لا يمكن النظر إلى العِنَب الذي يشتريه المُصدّرون - أياً كان مَصدَره - على أنَّه جاهزٌ للتصدير دائماً، فهو يحتاج إلى عمليات تسويقية مُتعددة، ليُصبح مُؤهلاً للتصدير، ويقع إجراء هذه العمليات على عاتق المُصدّر، وتبدو هذه العمليات أمراً مألوفاً - في كثير من الأحوال - لدى المُصدّرين، إلاّ أنَّ بعضها قد يغدو عقبةً في وجه المُصدّرين أحياناً، تحد من رغبتهم في تصدير العِنَب، أو تزيد إلى درجة كبيرة من تكاليف العمليات التسويقية.

لقد ارتفعت أهميَّة المُعوِّقات التي تعترض المُصدّرين عند شرائهم للعِنَب من 67.5% في كل من عامي 2006 و2007، إلى 80% عام 2008، وهذا يعني أنَّ المُصدِّر أصبح أكثر إدراكاً لمُتطلبات السوق الخارجية من العِنَب، وبات يرى مُشكلة عدم مُطابقة المُنتَج السوري من العِنَب للمواصفات والمقاييس العالميَّة أكثر وضوحاً.

على الرغم من تعدد النقاط التي يمكن النظر إليها على أنَّها عقبات تواجه المُصدِّرين عند شرائهم للعِنَب المُراد تصديره، إلاّ أنِّ هناك مجموعة من العوامل التي أرَّقت المُصدِّرين، وهذه العوامل هي:

1) الحاجة إلى إعادة التعبئة

إنَّ تعبئة العِنَب وتغليفه من أهم المُشكلات التي تعترض العِنَب في أسواق التصدير، وتحدُّ من السعر الذي يحظى به العِنَب، إضافةً إلى أنَّ التعبئة الجيدة تقلل من الخسائر أثناء النقل، وتزيد من عمر الرف.

ويُشير (Crisosto *el al*, 1994) إلى أنَّ توضيب العنب في كاليفورنيا يتم في الحقل مُباشرة، وأنَّه في حال التعبئة بالصناديق الكبيرة كما هو معمولٌ به في تشيلي، وجنوب أفريقيا، فإنَّ العناقيد تفقد كثيراً من بريقها.

ويلاحظ أنَّ ظاهرة انفراط الحبات تحدث عادة بسبب التداول العنيف عند القطاف، واستمراره خلال كل فترات التداول اللاحقة، ويمكن تقليل حدوث انفراط الحبات عن طريق التحكم في عمق طبقات التعبئة (ارتفاع العبوة)، وكثافة التعبئة، (الفراغ المُتاح بين العناقيد)، وذلك عن طريق تغليف العناقيد في أكياس، مع تداولها برفق، والمحافظة على درجة الحرارة، ونسبة الرطوبة الموصى بهما في التداول.

وقد أظهرت الدراسة أنَّ الحاجة لإعادة التعبئة كانت من بين العقبات التي واجهت المُصدّرين عند شرائهم للعِنَب، وتزايدت أهميَّة هذه المشكلة عبر سنوات الدراسة، فقد عانى منها 65% من المُصدّرين

عام 2006، وارتفعت هذه النسبة إلى 79% عام 2007، ثمَّ إلى 90% عام 2008، وبدل أن يتم تذليل هذه العقبة فإنَّ من تواجههم من المُصدّرين يزدادون عاماً بعد آخر.

ومن ثمَّ فهذه مُشكلة تستوجب المُعالجة، ومن البديهي هنا النظر إلى المُزارعين عبر توجيه الإرشاد إليهم، لتوعيتهم بأهميَّة تعبئة العِنَب بعُبواتٍ تصديرية في الحقل مُباشرة، وخبرتهم المُنخفضة بالتوضيب يمكن بناؤها، لكنَّ ثقة المُصدِّر بقدرة المُزارع على القيام بالعمليات التسويقية مُنخفضة جداً؛ إذ بيّنت الدراسة أنَّ 20% من المُصدّرين فقط يثقون بقدرة المزارعين على القيام بهذه العمليات، كما أنَّ ثقة المُزارع بالمُصدّر مُنخفضة أيضاً.

ويفضّل المُزارع التعامل مع وُسطاء سوق الجُملة على التعامل مع المُصدِّرين مُباشرة، وتستدعي معالجة مُشكلة إعادة التعبئة رفع مُعدَّل هذه الثقة بالاتجاهين، وحتى يكون ذلك، لا غنى عن توثيق الصلة بين مُصدِّري الخضار والفواكه عبر جمعيتهم المعروفة (سابيا)، ومزارعي الكرمة عبر اتحاد الفلاحين وجمعياته، لإيصال مطالب المُصدِّرين بشأن الأشكال المرغوب فيها لتعبئة العِنَب في عُبواتٍ تصديرية في الحقل مُباشرةً، وهذا النوع من اللقاءات من شأنه رفع مستوى الثقة المتبادلة بين الطرفين، ليُصبح بالإمكان في النهاية إناطة مهمة القيام بتعبئة العِنَب في عُبواته التصديرية إلى المُنتِج، ولكن هذا الأمل يبدو بعيد المنال لأنَّ اتحاد الفلاحين وجمعياته غير متخصصين بحسب المحاصيل، ولكن بحسب المناطق، وهذا يُعيق عملية التواصل مع مزارعي الكرمة، لذا تقترح الدراسة تأسيس جمعية تخصصية لمُنتِجي عِنَب المائدة، ومخاطبة المُنتِجين من خلالها. وإن عملية تقريب وجهات النظر بين المُصدِّرين والمُنتِجين قد تُحدث أثراً إيجابياً آخر وأكثر أهميَّة، وهو كسر بعض الحلقات التسويقية وتجاوزها.

لكنَّ الحل السريع يبدو ظاهرياً بالتعويل على الضامنين، والوسطاء الآخرين، لإجراء عملية إعادة التعبئة، حيث يثق 43% من المُصدّرين بالعمليات التسويقية التي يجريها هؤلاء، لكنَّ هذا الأمر ليس علاجياً، فالأوْلى تقليل عدد الوسطاء قبل الوصول إلى المُصدِّر. وإناطة هذه المهمة بالوُسطاء من شأنها أن تزيد المسالك التسويقية وتُعقّدها. وعلى هذا فالعلاج لن يكون إلاّ بتدعيم قُدرة المُنتِج على التوضيب، وتعبئة العِنَب بعُبواتٍ يرضاها المُصدِّر؛ ومن ثمَّ تزداد ثقة المُصدّر بالمُنتِج، وهذا قد يكون سبيلاً غير مُباشر لنشر الزراعة التعاقدية، وزيادة أهميتها إلى جانب تقوية مسلك الشراء المُباشر من المُنتِج.

2) رفض قسم من العِنَب

بيّنت الدراسة عدم وجود ارتباط بين إعادة التعبئة كمشكلة قائمة بحد ذاتها، ورفض قسم من المحصول كمشكلةٍ أخرى؛ بمعنى أنَّ كثيراً من الحُمولات تكون أعنابها جيدة كاملةً، وإنَّ تردِّي النوعية عائدٌ لإعادة التعبئة، وليس سابقاً لها، وبيّنت الدراسة أنَّ أهميَّة هذه المشكلة آخذة بالانخفاض بمُعدَّل 5% سنوياً، ويُفيد هنا الإرشاد التسويقي في تسريع هذا المُعدّل عبر توعية المُنتِجين بأهميَّة مراعاة أن تكون الأعناب في الصندوق الواحد على مستوى متقارب من الجودة.

ولا تقف المُشكلة عند حد رفض المُصدِّر قسماً من العِنَب، لكنَّ عودة هذا القسم إلى سوق الجُملة ليُباع من جديد، يُحدث التفافاً في المسار التسويقي، ويُفرز تكاليف تسويقية إضافية، حيث ستتم إعادتها من مَشغل المُصدّر إلى سوق الجُملة، وسيترتب على بيعها الثاني عمولة جديدة للوسيط، كما أنَّها ستُباع بأسعارٍ بخسة، وقد يُشكّل الهامش التسويقي جُلّ سعرها الجديد إن لم يتجاوزه.

وهنا فإنَّ ممارسة نوع من الرقابة على الأعناب الداخلة إلى سوق الجُملة بالتدريج، وعدّ وضع أعناب رديئة في قعر الصندوق مُخالفةً يُحاسب عليها القانون؛ كونها طريقة غش، وقد يُنظر إلى هذا الإجراء على أنَّه تضييق على المُنتِجين؛ لكنَّه في واقع الأمر يعمل - على المدى البعيد - على رفع مستوى أسعار الجُملة، في حين أنَّه يؤثر تأثيراً محدوداً جداً في أسعار التجزئة، كما تبرز حاجة ماسة لقيام كل من الجمعيات التعاونية الفلاحيّة، وغُرف الزراعة بدورٍ محوريٍ في جعل المُنتِجين يعتمدون عملياتٍ تسويقية تختلف عن تلك التي عهدوها.

3) الآثار اللونية وحروق الثمار

تترك أشعة الشمس في أيام الصيف الحارة آثاراً لونية على حبات العِنَب، وكلما كانت درجة الحرارة أعلى تطوُّرت هذه الآثار حتى تُصبح حروقاً على بشرة الثمار، أو قد تتطوَّر لتصبح عميقةً فيها، وتُساعد قلة كثافة المجموع الخُضري على إحداث هذا الأثر، وليست حرارة الجو سبباً وحيداً في ذلك؛ بل قد تُحدِث بعض المُبيدات الكيميائية آثاراً مشابهة، عندما تُستخدم في جوٍ جافٍ أو حار، أو عندما تُستخدم بتراكيز عالية. وأيَّاً كانت أسبابها فقد أُشير إليها في المواصفات والمقاييس العالميَّة على أنَّها عيوب تعتري الثمار، وتتسبب في تراجع درجته بحسب التصنيف من ممتاز إلى درجة أولى، ومن درجة أولى إلى درجة ثانية، بحسب نسبة الحبات المُتأثرة بها، وما إذا كانت الآثار سطحية، أم غائرة في بشرة الحبة، علماً بأنَّ هذه المُواصفات عدَّت اللون الأشهب الذي تُحدثه أشعة الشمس على حبات عناقيد العِنَب الأبيض ليس عيباً فيها. وعلى العُموم يمكن الحدُّ من هذه الظواهر عن طريق الإدارة الجيدة لعمليات خف الأوراق، والاستخدام الصحيح للمُبيدات الزراعية.

وقد شكّلت هذه النقطة مُشكلةً بنظر 35 – 40% من المُصدّرين خلال سنوات الدراسة، لكنَّ تغيُّر هذه النسبة لم يأخذ اتجاهاً زمنياً مُحدداً؛ أي إنَّ أهميتها بقيت شبه ثابتة، ولم يتم تخطّيها إلى الآن.

4) الأثر المتبقي للمُبيدات والمُخصبات الزراعية

شكّلت هذه النقطة هاجساً لعددٍ كبيرٍ من المُصدِّرين، فقد اشتكى منها 85% منهم، وعدّوها سبباً رئيساً وراء رفض بعض شِحنات العِنَب المُصدَّرة إلى الخارج، وهذه نقطةٌ هامة ويجب أخذها بالحسبان؛ كون أغلب الدول المُستوردة تشترط مستوياتٍ مُحددة كحدود عليا من آثار الكيماويات في المُنتَجات قُبيل دخولها إلى أسواقها، إضافةً إلى اشتراطها الخُلوَّ التام من آثار بعض الكيماويات الأخرى، وغالباً لا تتهاون في تطبيق هذه المعايير، فيلزم توعية المُنتِج إلى ماهية هذه المعايير، وكيفية تحقيقها، وسُبل ترشيد استخدام الكيماويات، سواء أكانت أسمدة أم مُبيدات.

5) الأثر المتبقي للحشرات والأمراض

ينظر الكثيرون في العالم اليوم إلى أنَّ آثار الحشرات والأمراض على الثمار هي أقلُ شأناً أو ضرراً بكثير من آثار الكيماويات، خُصوصاً وأن العالم بات ينزع اليوم باتجاه الزراعة العضوية، إلاّ أن المواصفات والمقاييس العالميَّة للعِنَب تشترط خلوّه من أي آثار للحشرات أو للأمراض، ولا يمكن تصوُّر مزرعة عِنَب خالية من الأمراض والحشرات؛ لذلك يقع على عاتق المُنتِج عند قطاف محصوله أو قبل القطاف القيام بعملية إزالة الحبات التالفة، أو تلك التي تظهر عليها آثار الإصابات الحشرية والفطرية.

وقد عانى من هذه المشكلة 80% من المُصدّرين في بداية فترة الدراسة، وانخفضت هذه النسبة إلى 55% منهم في نهايتها، وهذا مؤشرٌ إيجابي، ويدل على أن المُزارعين سرعان ما يعتمدون أيَّة عملية جديدة يمكن أن تُحسِّن من جودة ثمارهم، وعلى العُموم وكما بيّنت الدراسة الميدانية لمزارع الكروم فاعتماد المُنتِجين لهذه العمليات يزداد كلما ارتفعت مُعدَّلات أسعار العِنَب، ويقلّ كلما انخفضت.

6) آثار الملونات

تتعدد ألوان العناقيد، لكن لون الصنف الواحد يبقى سمة مميزة له، وينبغي مراعاة مستوى تلون الثمار قبل القطاف، وتشترط المواصفات والمقاييس تلوناً شبه كاملٍ للثمار، إلا أنَّ هذه المواصفات لا تَعدُّ اللون الأشهب الناجم عن تعرُّض العناقيد لأشعة الشمس مُخالفاً للمواصفات اللونية للصنف، كما أنَّ زيادة نسبة الحبات غير المتلونة بشكلٍ كامل في العناقيد تجعل الأعناب تخفق في اختبار اللون وتتجه باتجاه الدرجة الثانية فما دون، علماً بأنَّ كثير من البلدان ترفض دخول أعناب دون الدرجة الثانية إلى أراضيها.

وهذه المشكلة تخصّ الأعناب الملونة وخاصة العنب الحلواني؛ كون تلوّن ثماره غالباً ما يتأخر، خصوصاً في حال كان الصيف بارداً، أو كانت الإنتاجيَّة مُرتفعة؛ أي غزارة العناقيد على الشجرة، وعندها يلجأ بعض المُنتِجين إلى مُعاملة العناقيد بمواد كيميائية تُسرِّيع تلوّن الثمار، قبل وصولها إلى النضج الحقيقي، بحيث تصبح جاهزة للقطاف في وقت أبكر، لكن قلَّما تنطلي آثارها اللونية على بعض المُنتِجين، والتُجار، والمُصدِّرين؛ إذ يستطيع هؤلاء تمييز الأعناب المُعاملة بالمُلونات، كما أنَّ التحاليل المُختبرية تُبيل دخول الأسواق المُستوردة تستطيع أيضاً الكشف عنها، ولا تتوانى الدول المُستوردة حينها في رفض هذه الشّحنات، وقد تطلب تعاون الدولة المُصدِّرة لمنع تصدير هذه الأعناب، هذا إن لم توجه تنبيهاً إلى الدول المُصدِّرة. إضافة إلى أنَّ المواد المُستخدمة لهذا الغرض غالباً هي مواد محظورة.

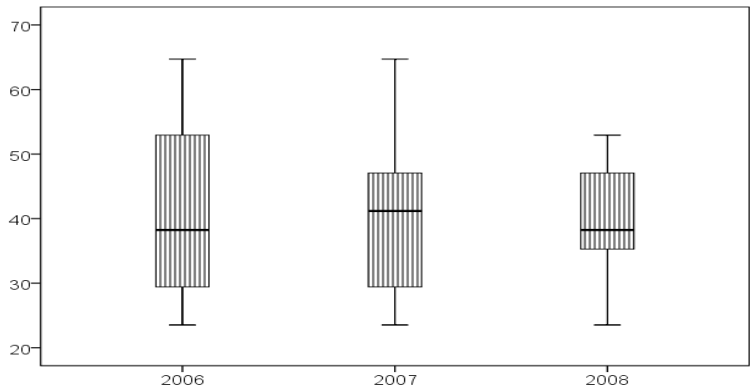
ولا ينكر البحث استخدام بعض المُنتِجين لهذه العمليات في سورية، وإن أنكر جميع أفراد عيّنة المُنتِجين ذلك؛ كونها ظهرت كمُشكلة بنظر 50% من المُصدِّرين في بداية فترة الدراسة، وارتفعت نسبتهم بشكلٍ محدودٍ في نهايتها؛ فوصلت إلى 55% منهم. ويمكن القول هنا بأهمية ممارسة رقابة صارمة في وجه هذه العملية.

إنَّ أنظمة التسويق الزراعي في الدول العربية تُعدُّ مسؤولة عن ضيق طاقاتها التصديرية، وعجز مُنتجاتها الزراعية عن المنافسة في الأسواق العالمية، فضلاً عن عجزها عن فتح أسواق جديدة؛ وقد يعزى ذلك لبداءة العمليات، والخدمات التسويقية؛ من حيث مدى ملاءمتها للمواصفات العالمية، ودرجات الجودة، وطرائق الحفظ، والتبريد المطلوبة، وغيرها (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 1999). وإنَّ اختلاف المواصفات والمقاييس بين الدول العربية، وعدم وضوحها - في كثير من الأحيان - يُعدُّ أحد أهم القيود التي تواجه التجارة البينية العربية ... وإنَّ المنطقة مدعوَّة إلى تفعيل آليات التنسيق، والمعايرة، والتوصيف (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 2006).

2. المُعوِّقات التي تعترض المُصدّرين عند تصديرهم للعِنَب

هناك مُبيدات يمكن أن تقلل من أخطار الإصابات المرضية في المخازن، وحتى يتم دفع المنتج إلى استخدامها، ينبغي التوجه نحو الزراعة التعاقدية بحيث يقوم المنتج بإجراء المُعاملة بها لمصلحة المُصدِّر وعلى نفقته. وبيَّن (Smilanick, 2008) أنَّ بعض المُبيدات الفطرية التي يمكن المُعاملة بها قبل القطاف، تحمي الأعناب من الفطريات في المخازن حتى 90 يوماً، ودون أن يكون لها أثر متبقٍ ضار.

كشفت الدراسة عدداً كبيراً من المُعوِّقات التي اعترضت المُصدّرين عند شرائهم للعِنَب، جاء البحث على دراستها في فقرة سابقة، إلاّ أن تلك المُعوِّقات لم تكن أكبر أهميَّة من هذه المُعوِّقات التي اعترضتهم عند تصديرهم للعِنَب، ولدى تحليل الصندوق الخماسي للبيانات بشأن هذه المُعوِّقات، وبالنظر إليها جملة واحدة، وإلى أهميتها على أساس نسبة مئوية لها مُجتمعةً في نظر كل مُصدّر على حدة، ولكل سنة من السنوات الثلاث، كانت النتائج كما في الشكل (101).



الشكل (101): المُعوِّقات التي واجهت المُصدّرين عند تصدير العِنَب للفترة 2006-2008.
مصدر البيانات: عينة الدراسة.

ويتبيّن من الشكل (101) أن هناك أهميَّة كبيرة للمُعوِّقات التسويقية في نظر المُصدِّرين، وإن انخفضت هذه الأهميَّة انخفاضاً لافتاً في موسم 2008، عمّا كانت عليه في سابقيه. وعلى العُموم، فقد تراوحت أهميَّة المُعوِّقات التسويقية مُجتمعةً، في نظر المُصدّرين عام 2006 ما بين 65% لدى المُصدّرين الأكثر تشاؤماً، إلى 25% لدى المُصدّرين الأكثر تفاؤلاً، وإن كانت هذه النِسب بقيت ثابتة لعام 2007 ، إلا أن ارتفاع صندوقها البياني قد انخفض (المسافة بين الرُبيع الأول والثالث)، وهذا يعني أنَّ أهميَّة هذه المُعوِّقات قد انخفضت لدى بعض المُصدّرين، وإن بقيت لدى بعضهم الآخر ثابتة، وبذلك بقيت نهايتها الحدية العظمى كما كانت في الصندوق الخماسي لعام 2006. أما في عام 2008 فقد تراوحت أهميَّة المُعوِّقات التسويقية مُجتمعةً، في نظر المُصدِّرين ما بين 55% لدى المُصدِّرين الأكثر تشاؤماً، إلى 25% لدى المُصدِّرين الأكثر تفاؤلاً؛ أي إنَّ النهاية الحدية العظمى لها انخفضت بمُعدَّل 10%، في حين بقيت نهايتها الحدية الدنيا محافظة على موقعها.

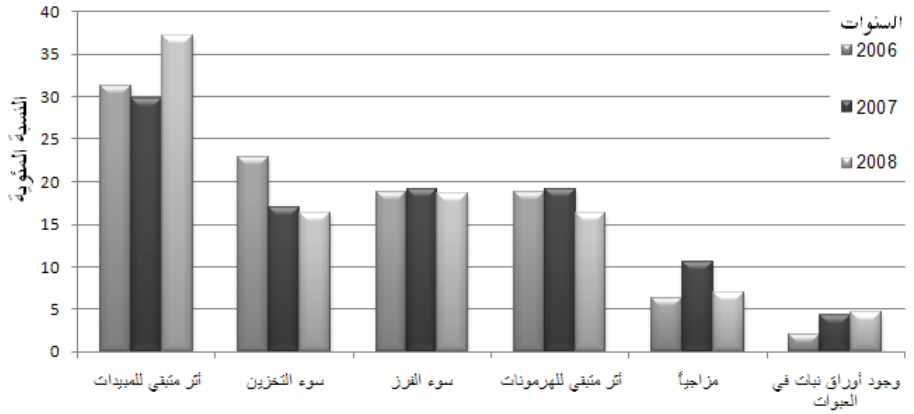
ويكشف هذا أنَّ المُعوِّقات التي تعترض مُصدِّري عِنَب المائدة لا تزال كثيرة، إلى جانب أنَّ قدرة المُصدِّرين على تخطّيها لم تكن واحدة، وهذا يبين أن إمكانية تخطّي هذه المُعوِّقات قائمة، ويفرز ضرورة الاستفادة من تجارب المُصدّرين؛ الذين استطاعوا أن يخفضوا من أهميَّة هذه المُعوِّقات.

وأيَّاً كانت المُعوِّقات التي تعترض المُصدِّرين لدى تصديرهم للعِنَب، فإنَّ آثارها تتمثل في إحدى الصور التالية أو أكثر:

- انخفاض سعر العِنَب السوري في السوق الخارجية، مقارنة بأعناب الدول المُنافسة.
- تراجع ثقة المُستهلك في الدول المُستوردة بالعِنَب السوري.
- رفض بعض الشّحنات المُصدّرة.

وكخلاصة للنقاط السابقة، فإنَّ عدم القدرة على تخطّي المُعوِّقات التسويقية لعِنَب المائدة السوري من شأنه إضعاف الكفاءة التصديرية له.

وقد أشار المُصدِّرون إلى أنَّ رفض بعض الشّحنات المُصدَّرة -عند دخول الدول المُستوردة- يعود إلى مجموعة من العوامل، بعضها واجهت هؤلاء المُصدِّرين عند شرائهم للعِنَب المُراد تصديره، وتآزرت هنا مع عوامل أخرى، لتتسبب منفردة أو مُجتمعة، برفض بعض الشّحنات المُصدَّرة. واستمرار هذه العوامل إلى هذه المرحلة، يعني بأن المُصدِّر لم يستطع مواجهتها، قبل تصديره للعِنَب خارج البلاد، ويبين الشكل (102) الأهميَّة النسبية لكل من هذه المُعوِّقات، في كل سنة من سنوات الدراسة.



الشكل (102): أسباب رفض بعض شِحنات العِنَب المُصدّر للفترة 2006-2008.

مصدر البيانات: عيّنة الدراسة.

ويكشف الشكل (102) أنَّ آثار المُبيدات كانت العامل الرئيسي، وراء رفض العِنَب السوري في الأسواق الخارجية، كما ازدادت أهميته نسبة إلى جُملة العوامل الأخرى، ولا تعني زيادة أهميَّة هذا المُعوِّق من عامٍ إلى آخر ازدياد استعمال المُبيدات الزراعية بنسبة مكافئة، ولا أنَّ المُعوِّقات الأخرى قد جرى تذليلها، ولكنَّ مردُّه إلى الاهتمام المُتزايد من الدول المُستوردة بضرورة أن تكون الواردات الغذائية إلى أسواقها مُطابقةً للمواصفات القياسية، التي يتم تشديدها باستمرار.

ويمكن إجراء تقسيم آخر لهذه المُعوِّقات، بحسب الجهة المُتسببة فيها، واختير هذا التقسيم لأنَّه يُحدد الجهة المُتسببة فيها؛ ومن ثمَّ يمكّن من إدارة هذه المُعوِّقات بفاعلية. وهذه المجموعات هي:

- مُعوِّقات عائدة إلى أخطاء الإنتاج: (الأثر المتبقي للمُبيدات، المُخصبات، والهرمونات).
- مُعوِّقات عائدة إلى ضعف كفاءة المُصدِّر في تنفيذ العمليات التسويقية: (سوء التخزين، سوء الفرز، وجود أوراق النبات في العُبوات).
- مُعوِّقات إدارية: (صعوبة استخراج الوثائق اللازمة، والعقبات عند منافذ الخروج).
- مُعوِّقات تتعلق بتيسير التجارة: (العقبات في دول المرور).
- مُعوِّقات خارجية غير مُبررة ووصفها المُصدِّرون بأنَّها مزاجية.

وكل فئة من الفئات السابقة تُحدد الجهة المسؤولة عن مجموعة المُعوِّقات المُرتبطة بها؛ والجهة التي يقع على عاتقها تلافيها، ومنه تصبح هذه المهمة موزّعة على عدة جهات كل بحسب اختصاصه، ويلزم تآزر هذه الجهات (المُنتِج، المُصدّر، الإدارة) لكي يتم تذليل هذه العقبات.

وعلى أية حال فإنَّ صعوبة استخراج الوثائق اللازمة للتصدير، قد شكّلت مُعوّقاً من مُعوّقات التصدير في نظر 21.5% من المُصدِّرين عام 2006، في حين انخفضت أهميّتها، ولكن انخفاضاً طفيفاً في عامي 2007 و2008. إلاّ أنَّ العقبات التي تواجه المُصدِّرين تشكّل عاملاً أقل أهميَّة، إذ كانت مشكلة في نظر 13.5% من المُصدِّرين. وهذا يعني أنَّ إجراءات التصدير أصبحت أقل صعوبة.

أما العقبات التي اعترضت المُصدِّرين في دول المرور، فقد استمرّت شبه مُستقرة خلال فترة الدراسة، وقد وواجهت 51.5% من المُصدّرين.

3. مُعوِّقات ولوج الأسواق الأوروبية

إنَّ علاقة سورية بالاتحاد الأوروبي من خلال الاتفاقيات التجارية مع أعضائه والسعي وراء الشراكة معه ليست كافية لاختراق أسواقه الزراعية؛ بل يجب السعي وراء إرضاء أذواق الشركات الموزعة الكبيرة؛ فالأرقام تُشير إلى أنَّ 40% من مبيعات الغذاء في الاتحاد الأوروبي نُفِّذت عبر 10 شركات فقط عام 1999، (المركز الوطني للسياسات الزراعية، [c]2003)، في حين أنَّ هذه النسبة نُفِّذت عبر خمس شركات فقط عام 2005؛ مما يعني أنَّ أهمية هذه الشركات في تزايد.

وتضع الدول الأوروبية مجموعة كبيرة من الشروط على الأعناب المراد دخولها إلى دول الاتحاد الأوروبي؛ إذ يجب أن يكون العِنَب من الدرجة الممتازة *Extra* مُعبأً في عبوات من طبقة واحدة. كما يجب أن تكون المواد المُستخدمة في التعبئة نظيفة وذات جودة عالية؛ لتجنب التسبب بأي ضرر داخلي أو خارجي. ويُسمح باستخدام أوراق أو مُلصقات تحمل المواصفات التجارية، شريطة أن يكون الطلاء أو الحبر المستخدم من مواد غير سامة. كما يجب ألا تترك الملصقات التي يمكن أن توضع على بعض الحبات أي أثر عند إزالتها، كما يجب ألا تؤدي إلى تشوه بشرة الحبة. وأن تكون العبوات خالية من جميع المواد الغريبة، على الرغم من أنَّه يجوز إبقاء قطعة من الفرع الحامل للعنقود بطول لا يزيد عن 5 سم كشكل من أشكال العرض، كما أنَّ هناك مواصفات أخرى أقل تشدداً لأعناب الدرجة الأولى والثالثة في حين لا يسمح مطلقاً بدخول أعناب أقل جودة من أعناب الدرجة الثانية (UNECE,2007).

ويُعد تنظيم دخول الأسواق الأداة الرئيسية المُستخدمة لحماية قطاع الفواكه ويستخدم الاتحاد الأوروبي، واليابان، والولايات المُتَّحدة أدوات حماية مماثلة بدرجات مُتفاوتة. وكانت أحدى أبرز الإجراءات الإصلاحية لـ "تنظيم الأسواق العام الأوروبي" CMO[1] هو نظام الحد الأدنى لأسعار الدخول نظام "التعريف المُعقَّد" وتحت هذا النظام يقوم الاتحاد الأوروبي بحساب سعر الدخول لكل من السلع المشمولة بالبرنامج، وتُعتمد التعرفة المفروضة على كل سلعة بناءً على سعر استيرادها، مُقارناً بالسعر المحسوب؛ فالفواكه المُستوردة بأسعارٍ تُعادل سعر الدخول المُقرر أو تفوقه، يتم فرض مُكافئ سعري عليها فقط، أما السلع ذات القيمة الأقل من سعر الدخول، فيتم فرض تعرفة مُعيَّنة عليها، إضافة إلى المُكافئ السعري. وبحسب هذا النظام المذكور أعلاه فإنَّ التعرفات المُطبقة ترتبط عملّياً بالأسعار المُعلنة، وبالموسم، والمادة، وتكون أسعار الدخول في أعلى مستوياتها خلال فصل الإنتاج الأوروبي، وتكون أقل ما يمكن خلال الفصل غير الإنتاجي، وهذا النظام يحد من إمكانية زيادة المُصدِّرين لحصصهم في السوق الأوروبية بناءً على تقديمهم الأسعار الأقل، والكفاءة الإنتاجيَّة، ولاسيما خلال الفصل الإنتاجي الأوروبي (المركز الوطني للسياسات الزراعية،[a] 2006).

[1]- CMO: Common Market Organization.

4. التفاعل التجاري بين المُنتَجات المُراد تصديرها

إنَّ عملية تصدير عدة أصناف من الخضار والفواكه مُجتمعة في شاحنة واحدة من شأنها أن تُحدث نوعاً من التفاعل التُجاري بين هذه المُنتَجات المُصدَّرة، وقد يولّدُ هذا التفاعل تآزراً، أو تضاداً بين هذه السُلع، بحيث تؤثر كل واحدة منها في تصدير الأخريات سلباً، أو إيجاباً، بحسب توفرها، وأسعارها في الداخل، وبحسب أسعارها في الدولة المُستوردة، فعلى سبيل التوضيح: بفرض وجود مجموعة من المُنتَجات الخضرية والبستانية، ورُمز لها على التوالي *A, B, C, D, G*، حيث تُشير *G* إلى العِنَب، ورُمز لكميَّة كل منها في الكميَّات المُراد تصديرها من هذه المُنتَجات على التوالي *qa, qb, qc, qd, qg* على أنَّ *qg* ترمز إلى كميَّة العِنَب في الشاحنة المفترضة المُراد تصديرها، ما دامت حُمولة الشاحنة تكون تقريباً مُحددة مُسبقاً، ورُمز لها *Q* فتكون كميَّات هذه الحمولة كما في العلاقة (67).

العلاقة (67): $Q = \sum (qa + qb + qc + qd + qg)$

ويمكن القول هنا إن أي تغيُّر في أسعار المُنتَج *A* في السوق الهدف، سيجعل المُصدِّر يغيِّر من كميّته بالرغم من ثبات مجموع الكميَّات *Q*، وحتى تبقى المُعادلة مُحققةً سيكون المُصدِّر مُضطراً لتغيير كميَّات بقية المُنتَجات المُصدّرة، وعندها تصبح معادلتها كما في العلاقة (68).

العلاقة (68): $Q = \sum(qa+\Delta qa) + (qb+\Delta qb) + (qc+\Delta qc) + (qd+\Delta qd) + (qg+\Delta qg)$

فيكون تغيُّر كميَّات المُنتَجات تبعاً لتغيّر المُنتَج *A* كما في العلاقة (69).

العلاقة (69): $\Delta qa = -(\Delta qb + \Delta qc + \Delta qd + \Delta qg)$

يقابل أي تغيُّر في كميَّة المُنتَج *A* تغيُّر في كميَّات بقية المُنتَجات *B, C, D, G,* ويكون هذا التغيّر مساوياً في القيمة ومعاكساً في الجهة، لتغيّر كميَّة المُنتَج *A*. لكن قد يكون لدى المُصدِّر كميَّات مُخزَّنة من محصولٍ آخر لم تتغيّر أسعاره في السوق المُستهدفة، وهو المُنتَج *B* مثلاً أو أن يكون المُصدِّر قد تعاقد مُسبقاً مع مُنتِجين على أن يوردوا له كميَّات مُحددةً منه بغرض تصديرها، فعندها لن يخفّض كميّته في الشّحنة المُصدّرة إذا ما ارتفعت كميَّة المحصول *A*؛ ومن ثمَّ ستأخذ المُعادلة صورةً أخرى كما في العلاقة (70).

العلاقة (70): $Q = \sum(qa + qa) + \underline{qb} + (qc+\Delta qc) + (qd + \Delta dc) + (qg+\Delta qg)$

وهذا يُفرز مجموعة من النتائج التي ينبغي على راسمي السياسات التسويقية أخذها بعين الاعتبار، لتلافي الأثر السلبي الذي قد يُحدثه محصول في محصول آخر، وبيّنت الملاحظة العلمية أنَّ الانخفاض الشديد في أسعار الخضار، وخاصة البندورة، والخيار، والباذنجان، في السوق المحلّية من شأنه أن يزيد كميَّات صادراتها إلى الحد الذي يُقلل من اهتمام المُصدِّرين بتصدير العِنَب. إضافة إلى أنَّ أي قرار يتم اتخاذه بوقف تصدير أي محصول أو منعه، سيؤثر في تصدير بقية المحاصيل، فإذا كانت مكانة هذا المحصول في السوق الخارجية ثانوية ستزداد الحُصص المُصدَّرة من بقية المحاصيل، أما إذا كانت مكانته أساسية في السوق المُستوردة -كالبندورة مثلاً- عندها سيحدّ قرار وقف تصديره من تصدير كل الخضار والفواكه، لأنَّ التُجار يرغبون بشراء جُملة من الخضار والفواكه على أن يُشكّل ذلك المحصول الرئيسي نسبة جيدة منها، إضافة إلى أنَّ عدداً كبيراً من المُشترين في السوق الخارجية سيتوجهون نحو التُجار الذين يوجد لديهم ذلك المحصول الرئيسي، وفي الحالتين سينخفض الطلب على جُملة المُنتَجات الزراعية

السورية المُصدّرة، وفي ذلك مثالان الأول، وقف تصدير البطاطا لفترة مُحددة من عام 2008، والثاني وقف تصدير البندورة لفترة مُحددة من العام نفسه.

خامساً- أثر المواصفات والمقاييس في التجارة الخارجية للعِنَب السوري.

من المهم التحقق من نسب السكر في حبات العناقيد قبل القطاف، ويجري رفض الأعناب المُصدَّرة المُخالفة لمُعدَّلات السكريات المنصوص عليها في المواصفات والمقاييس المفروضة بحسب الأصناف، لكنَّ هذه العملية غائبة في منطقة الدراسة ويعتمد المزارعون في تحديد الوقت المثالي للقطاف على الخبرة الشخصية، أو على التلون في الأصناف الحمراء والسوداء. وينظر غير المختصين إلى هذه العملية على أنَّها خاصة بأعناب التصنيع، لكنَّها تُعدُّ من المواصفات المطلوب تحقيقها في الأسواق العالمية. ويمكن استخدام جهاز Refractometer[1] والرجوع إلى البيانات المُحددة لسكريات كل صنف لتحديد هذا المُعدَّل، ويُفضل أن ينطلق اعتماد هذه العملية من الجهاز الإرشادي، وتعريف المنتجين باستخدام هذا الجهاز، وأهمية هذه العملية للأعناب المُراد تصديرها.

وقد حددت المواصفة القياسية لعنب المائدة المعتمدة من الاتحاد الأوروبي (CODEX STAN 255-2007) المُبينة في اللائحة 2007/1580[2]، المُعدَّلة باللائحة رقم 2008/1221، أنَّ مُعامل الانكسار يجب أن يكون: 12º بركس للصنف الفونس لافاليه، و13º للصنف كاردينال فيكتوريا، و14º لكل الأصناف عديمة البذور.

أما المواصفة القياسية السورية م.ق.س 2009/54 فقد اشترطت أن يكون دليل مقياس الانكسار 16º بركس كحد أدنى، على أن تُقبل الأعناب التي يكون مُعامل انكسارها مُنخفضاً، إذا كانت نسبة السكريات إلى الحمض متفقة مع القيم التالية:

20/1 إذا كان مُعادل بركس أكبر أو مُساوياً 12.5º وأقل من 14º بركس.

18/1 إذا كان مُعامل بركس أكبر أو مُساوياً 14º وأقل من 16º بركس.

وقد حدد الاتحاد الأوروبي المواصفات والمقاييس التي يجب توافرها في عنب المائدة في اللائحة 2007/1580[3]، المُعدَّلة باللائحة 2008/1221. وأهم ما جاء فيها: إنَّ الأعناب المورَّدة للمُستهلكين في الاتحاد الأوروبي يجب أن تكون سليمة خالية من أيِّ آثار للمُبيدات، أو غيرها، وخالية من الآفات، ومن الأضرار التي تسببها الآفات، ومن الرطوبة الخارجية غير الطبيعية، ومن أيِّ رائحة، أو طعم غريبين. وصنَّف الأعناب إلى ثلاث درجات، هي: فاخرة، درجة أولى، درجة ثانية. كما تضمَّنت اللائحة أحكاماً حول طرائق التعبئة، والتغليف، والعرض، والتداول، إضافةً إلى العلامات الخمس الواجب وجودها وهي:

الهوية؛ وتتضمَّن الاسم، والعنوان أو الرمز الذي يشير إلى الشاحن المعروف، ويُعدُّ اسم وعنوان المُرسَل إليه غير ضروري.

نوع المنتج؛ ويجب كتابته في حال كانت المحتويات غير مرئية من الخارج.

---

[1]- **Refractometer**: هو جهاز لقياس نسبة السكر المذاب في الماء، ويستخدم لقياس حلاوة الثمار، استناداً إلى معامل انكسار السوائل أو الغازات وبعض الجوامد. ومعامل الانكسار هو عدد ما بين 1.3000 و 1.7000 لمعظم المركبات.

[2]- منشورة في الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي www.eur-lex.europa.eu

[3]- منشورة في الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي www.eur-lex.europa.eu

منشأ المُنتَج؛ أي بلد المنشأ وفي حالات خاصة الولاية أو المقاطعة وهذه تكون ضرورية عندما يكون هناك حظرٌ على مُنتَجات ولاية مُحددة أو أكثر من البلد؛ أي حتى يكون معروفاً أنَّ المُنتَج ليس من الولاية المحظور إنتاجها، واختيارياً المحافظة والمدينة ...

المواصفات التجارية؛ وتتضمن الفئة أو الدرجة.

العلامات التجارية؛ وهي علامة اختيارية.

أما لجنة الاقتصاد الأوروبي في الأمم المتحدة (UNECE[1], 2007) فقد حددت شروطاً لتعبئة العِنَب الذي يراد له دخول الأسواق الأوروبية ومنها: إنَّ عنب الدرجة الفاخرة يفترض أن يكون معبأً في عبواتٍ من طبقة واحدة، وأن تكون المواد الأولية للعبوات نظيفة، وذات جودة؛ بحيث لا تتسبب في أي ضرر داخلي أو خارجي للعنب، وأن تستخدم أوراق، أو ملصقات (مسموحٌ بها) تحمل المواصفات التجارية؛ شريطة أن يكون الطلاء أو الحبر المُستخدم من مواد غير سامة.

وإنَّ عدم وجود التأهيل الكافي للمُنتجات الزراعية، وخاصة في غياب نظام للمعلومات التسويقية، وانعدام الرقابة على الصادرات، إضافة إلى المُعوِّقات التي تعترض الإنتاج في مرحلة ما بعد الجني، وتتعلق بالمُعاملات من مرحلة بيع المنتج في المزرعة، وحتى وجهته النهائية (فرز - توضيب - تدريج - تخزين - تبريد - نقل - ... إلخ) كل ذلك يؤدي إلى محدودية دخول المنتجات الزراعية السورية سواء أكانت خاماً أم مُصنَّعة إلى الأسواق الخارجية (هيئة تخطيط الدولة، 2006).

وضعت هيئة المواصفات والمقاييس العربية السورية مواصفة قياسية لعنب المائدة تحت التصنيف الدولي 67،080،10، واسم هذه المواصفة هو: (عنب المائدة - المراجعة الأولى)، وكانت هذه المواصفة وطنية-معتمدة-إلزامية. اعتُمدت في 2009/10/8، ودخلت حيز التطبيق في 2010/4/8، على أن تطبَّق هذه المواصفة على الأصناف التجارية لعنب المائدة الطازج (*vitis vinifera L*) من الفصيلة الكرمية (*vitaceae*)، الذي يُقدّم طازجاً إلى المستهلك، بعد عمليات التحضير والتعبئة. ويستثنى من هذه المواصفة العنب المُخصص للعمليات التصنيعية.

كما وضعت مواصفة قياسية أخرى لعنب المائدة تحت التصنيف الدولي 67.080.01، واسم هذه المواصفة هو: (العنب ـ دليل التخزين بالتبريد)، لكنَّ حالة هذه المواصفة كانت وطنية-معتمدة-غير إلزامية (اختيارية). وجرى اعتماد هذه المواصفة في 2004/08/1. تحدد هذه المواصفة الشروط الواجب تحقيقها عند التخزين المبرد للعنب، وذلك لمُدد مُختلفة.

وجاء في مواصفات الدستور الغذائي الذي حددته اللجنة الوطنية للدستور الغذائي في سورية أنَّ هذا الدستور يتناول خصائص المنتجات، ويجوز أن يتناول جميع الخصائص المنظمة رسمياً، والملائمة للسلعة الأساسية المعينة، أو خاصية واحدة فقط. وتُعدُّ الحدود القصوى لمستوى بقايا المُبيدات أو الأدوية البيطرية في الأغذية هي أمثلة على المواصفات التي تتعلق بخاصية واحدة فقط. وهناك مواصفات عامة للدستور الغذائي تختص بالمُضافات الغذائية، والملوثات، والسموم في الأغذية، وتتضمن أحكاماً عامة وأخرى خاصة بالسلعة الأساسية المعينة، وتشمل مواصفات الدستور الغذائي لبطاقة بيان الأغذية المُعبَّأة جميع الأغذية المُصنفة في هذه الفئة. وبما أنَّ المواصفات تتعلق بخصائص المُنتجات، فمن الممكن تطبيقها

1 -UNECE: United Nations Economic Commission For Europe.

حيثما جرى تداول هذه المنتجات تجارياً. وتُعدُّ كذلك طرائق التحليل، وأخذ العينات من مواصفات الدستور الغذائي، وبما في ذلك تلك الخاصة بالملوثات، وبقايا المُبيدات، والأدوية البيطرية في الأغذية.

وقد أوصت اللجنة الاستشارية العليا للتقييس[1] في المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، باعتماد المواصفة القياسية ISO 2168/1974 مواصفةً عربيةً موحدة، وبلغتها الأصلية، وبالفعل كانت المواصفة التي اعتمدتها سورية باسم المواصفة القياسية السورية م.ق.س 54 (عنب المائدة – المرجعة الأولى)، مؤشَّرة بمرجع للمواصفة المذكورة.

وهذا يعني أنَّ هناك توجهاً عربياً لتوحيد المواصفات والمقاييس العربية، للمنتجات العربية والمنتجات التي ترغب في دخول الأسواق العربية، لكنَّ اعتماد المواصفة، وعدَّها إلزامية، هما شرطان لازمان وغير كافيين لتعميم المعرفة بهذه المواصفات على المنتجين، وهنا يقع على عاتق الجهاز الإرشادي نقل هذه المواصفات إلى المنتجين والمتعاملين بهذه المنتجات في الأسواق، كما ينبغي تحقيق مُطابقة هذه المواصفة بقوة القانون ما دامت اعتمدت مواصفةً إلزامية.

والمواصفات والمقاييس التي تعتمدها البلدان تحمل صفة العمومية، وتحتاج إلى دراسات أو تقارير، حتى يتم توضيحها. فهي تشترط أن يكون المنتج آمناً من آثار المُبيدات. لكن ما هو مقدار هذا الأمن ودرجته ومعايير قياسه؟. هذه نقاط يترك إلى الدراسات والتقارير تحديد مستوياتها. وتختلف الدول هنا اختلافاً كبيراً في هذه المعطيات، فالدول التي تشترك في المواصفة نفسها قد تختلف في تفسيرها.

إضافة إلى أن الدول تُجري أبحاثاً في تحليل مخاطر استيراد المنتجات من بلدان أخرى، على أساس احتواء بعض هذه المنتجات على مُمْرضات أو حشرات تقع تحت الحجر الصحي الزراعي. أو انتشار هذه المسببات المرضية في تلك البلدان، ومن ثمَّ قد تمنع، أو تحد، أو تقنن استيراد هذا المنتج أو ذاك. وهذا من شأنه أن يُشكِّل حاجزاً آخر غير المواصفات والمقاييس المعهودة في وجه حركة المنتجات. فعلى سبيل المثال أجرت نيوزيلندا (Verhagen *et al*, 2009) دراسة مُوسعَّة في مخاطر استيراد عنب المائدة من الصين، حددت من خلالها المواصفات التي تشترطها في العنب الصيني قبل دخول أراضيها. أما الصين فقد وضعت شروطاً قاسية على أعناب الولايات المتحدة من خلال اتفاقية ثنائية خاصة باستيراد الصين للعنب من الولايات المتحدة، وحددت مناطق إنتاجية في الولايات المتحدة ترفض الصين استيراد العنب منها، كما اشترطت أن تمارس نوعاً من الرقابة على العنب الأمريكي أثناء عمليات إنتاجه من خلال زيارة خبراء صينيين لمزارع عنب المائدة في كاليفورنيا، وتحديد المناطق الموبوءة.

وكلما كانت الدول أكثر تشدداً في تطبيق المواصفات والمقاييس على منتجاتها وفي أسواقها لاقت منتجاتها قبولاً أكبر في الأسواق الخارجية، فينظر الغرب إلى البلدان النامية على أنها لا تعبأ كثيراً بمعايير الجودة، والسلامة العامة، وأمن الغذاء، يجعل سلع البلدان النامية في أسواق البلدان المتقدمة أقل جاذبية.

ويمكن معرفة أثر المواصفات والمقاييس، سواء المفروضة في سورية، أو في البلدان التي تُشكل أسواقاً للعنب السوري، أو التي يؤمل أن تشكِّل مُستقبلاً أسواقاً لهذا المنتج، أو تلك التي تنافس العنب السوري في الأسواق الخارجية. وبإسقاط هذه المُؤشرات على الواقع السوري، تتضح جلياً بعض العوامل التي تحد من حركة العنب السوري في الأسواق الخارجية.

[1] - المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، الاجتماع 29 اللجنة الاستشارية العليا للتقييس، الرباط – المملكة المغربية 22-2007/5/23.

وتختلف المنتجات الزراعية عن المنتجات الصناعية دوماً، بأنَّها لا تحمل مواصفاتٍ دقيقة متشابهة، فأحجام الثمار قد تختلف، وكذا طعومها، وألوانها، ووجود الإصابات من عدمها، وغيرها. لذلك فالمواصفات القياسية للمنتجات الزراعية تضع حيزاً من المخالفة المسموح بها، ويختلف هذا الحيز بحسب الدرجة التي يُصنَّف العنب على أساسها. ففي حال الصنف الممتاز، فإنَّ المواصفات المطلوبة تكون شديدة، إلى جانب أنَّ درجة السماح بالمخالفة تكون منخفضة، وكلما انخفضت الدرجة التي يتم تصنيف العنب على أساسها، انخفضت شدة المواصفات المطلوبة، وزادت درجة المخالفة المسموح بها. ففي المواصفة القياسية لعنب المائدة للاتحاد الأوروبي (CODEX STAN 255-2007) المبينة في اللائحة 2007/1580[1]، والمُعدَّلة باللائحة رقم 2008/1221. حُددت نسبة المخالفة المسموح بها في مؤشر الجودة بـ : 5% للدرجة الممتازة، و10% للدرجة الأولى، و10% للدرجة الثانية، كنسب وزنية للمخالفة. أما في نسب المخالفة المسموح بها لمؤشر الحجم فقد كانت: 10% لكل من الدرجة الممتازة والدرجة الأولى والثانية، على ألا تزيد المُخالفة على 75 غرام في العبوة الواحدة.

ويؤخذ على المواصفة القياسية السورية م.ق.س أنَّها مُوجَّهة إلى أعناب المائدة في مرحلة التبادل التجاري (الاستيراد والتصدير)، في حين أنَّ السوق المحلية ليست بأقل حاجة من التجارة الخارجية لمواصفة قياسية إلزامية شبيهة بهذه المواصفة، إن لم يتم تشميلها بهذه المواصفة.

[1]- منشورة في الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي www.eur-lex.europa.eu

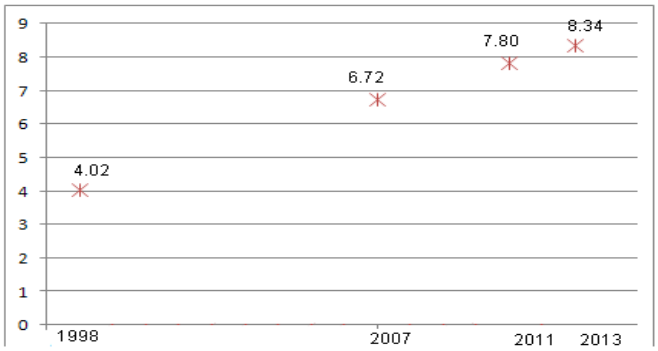
الفصل السابع
مستقبل إنتاج العِنَب في سورية وتسويقه

أولاً- مستقبل إنتاج العِنَب في سورية.

يُشكّل التنبؤ بالمستقبل المرتكز الرئيسي لعملية التخطيط، وحتى يكون هذا التنبؤ مقبولاً، يجب أن يقوم على أساس دراسات وأبحاث علمية، لا على تكهناتٍ واجتهادات شخصية عفوية. ولا يمكن التسليم بأنَّ التنبؤ يقود إلى نتائج مُؤكدة، لكنَّه - في أحسن الأحوال - يعطي نتائج وأجوبة قريبة إلى الصحة.

لا بُدَّ من العلم قبل النظر إلى مُستقبل زراعة الكروم، وإنتاج العنب في سورية، وتسويقه محلياً وخارجياً، إلى أنَّ التوسُّع بهذه الزراعة هو أمر محكومٌ بمدى وفرة الموارد الطبيعية والزراعية الرئيسية، وملاءمة العوامل البيئية والمناخية، التي تُشكّل المعيار الرئيسي في التوسع الأفقي في المساحات المزروعة.

كشفت دراسة مقارنة تطور مساحات وإنتاج كروم العنب على المستوى العالمي لمدة عشر سنوات عن أن أهمية الكروم عالمياً تتراجع نسبة إلى أهمية إجمالي الفواكه من حيث المساحة الشكل (1) ويتبين من التنبؤ الرياضي لهذا المعدل أن معدل التراجع يبلغ 0.15% سنوياً بإفتراض استمرار بقية المؤثرات عند النسب نفسها من التأثير؛ أي أن نسبة مساحات الكروم عالمياً إلى إجمالي مساحات الفواكه ستكون 13.05% في عام 2011 و 12.75% في عام 2013، وهذا من شأنه أن يرفع معدل أسعار عنب المائدة نسبة إلى معدل أسعار بقية الفواكه، ويزيد قوة هذه الاحتمالية أن نسبة إنتاج العنب إلى إجمالي إنتاج الفواكه تتراجع بمعدل أكبر من تراجع نسب المساحات الشكل (2). أما بيانات مساحات الكروم عالمياً كما في الشكل (3) فقد كشفت عن تزايد مساحات الكروم العالمية ولكن بنسب منخفضة، إذ كان المعدل السنوي لتزايد مساحات الكروم عالمياً 17 ألف هكتار سنوياً وبانحراف معياري يعادل 1.12 من الرقم القياسي لها، وبالتالي فستكون المساحة المزروعة بالكروم في عام 2011 عالمياً 7920 ألف هكتار، وفي عام 2013 ستكون 7954 ألف هكتار. مما يعني أن الاتجاه العام لهذه المؤشرات سيستمر بنفس الوتيرة مع تفاوت نسبي من منطقة إلى أخرى. أما التجارة الخارجية للعنب على المستوى العالمي والتي كانت تتزايد أهميتها من عام إلى آخر فستعمل على رفع الأسعار كونها ستقلل من المعروض في الأسواق المحلية للدول المنتجة، وبالتالي لن يخلق تزايد الإنتاج في السنوات القليلة القادمة إختناقاً في أسواقها الداخلية. وبما أن الإنتاج العالمي من العنب سيتطور بمعدل 0.24% فقط فإن التجارة الخارجية له ستتطور بمعدل أكبر بكثير من تطور الإنتاج، وهذا يخلق أملاً في تزايد أهمية التجارة الخارجية لعنب المائدةن كما أن الاتفاقيات الدولية تسعى دوماً إلى زيادة حصة التجارة الخارجية، وهذا يزيد من نسبة الأعناب التي ستدخل التجارة الخارجية نسبة إلى إجمالي الإنتاج العالمي منه، وهذا يقود إلى التأكيد على أن أسعار العنب المُصدَّر سترتفع عاماً بعد آخر زيادة عن الارتفاع الذي يُفسره عامل التضخم.



الشكل (103): التنبؤ الرياضي لمستقبل حصة التجارة الخارجية من إجمالي إنتاج العنب عالمياً للسنوات 2011 و 2013. نسبة مئوية.

مصدر البيانات: تحليل بيانات FAOSTAT

تبيَّن سابقاً في الشكل (14) أنَّ مساحات كروم سورية أخذت وتيرة شبه مُستقرة اعتباراً من عام 2002 وحتى عام 2008، وهذا الاستقرار يوحي بأنَّ العوامل الخارجية المُؤثرة بهذه الزراعة مُنخفضة التغيُّر؛ ومنه فالسنوات القليلة القادمة ستشهد استقراراً مُماثلاً ما لم تتغير المُعطيات التي أدت إلى حالة الاستقرار هذه. وأهم المُعطيات التي يمكن أن تؤثِّر في هذه المساحات هو عامل وفرة مياه الري خصوصاً في ظل استمرار ظروف الجفاف التي تشهدها المنطقة. واستمرار حالة الجفاف هذه تهدد جميع الزراعات المروية في سورية، ولا يقتصر تهديدها لمحصول بعينه، أي إنَّ التغيُّر في مساحات الكروم المروية سيكون مُترافقاً مع تغيُّرٍ مُماثل من حيث النسبة في مساحات بقية المحاصيل المروية؛ وبمعنى آخر لن يعني ذلك تغير أهمية الكروم المروية من بين المحاصيل المروية في سورية.

أبدت كميات العنب التي أنتجتها سورية تناقصاً في السنوات الأولى من فترة الدراسة في حين أنها تذبذبت بين عامٍ وآخر في بقية السنوات؛ وهذا مردُّه إلى أنَّ كمية العنب التي تنتجها سورية تتأثر بعاملين أساسيين، هما: المساحة المزروعة، والإنتاجية. ففي السنوات الأولى من السلسلة كانت المساحة المزروعة تتناقص، والإنتاجية تتباين بحسب الظروف الجوية، وهذا ما جعل الإنتاج يأخذ منحىً مُتناقصاً، أما الفترة الثانية من السلسلة فقد شهدت ثباتاً نسبياً للمساحة في حين استمرت الإنتاجية مُتذبذبة، وإن تزايدت تزايداً طفيفاً جداً؛ وهذا ما جعل الإنتاج يأخذ مسار تغيُّر الإنتاجية نفسه. لكن الإنتاجية ليست عاملاً مُستقلاً فهي تتأثر بشدة بالظروف الجوية، وإن كان تأثرها بالظروف الجوية في حالة الزراعات البعلية أشد منه في حالة الزراعات المروية، ومن ثمَّ فستبقى كميات الإنتاج من العنب عرضة للتغير بتغير الظروف الجوية السائدة في سورية.

أما إنتاجية كروم العنب في سورية - والتي ظهر سابقاً أنَّها أقل من المستويات العالمية لها - فإن كانت مؤشراً سلبياً حالياً، إلا أنها تكشف عن فرصة مُستقبلية مُتاحة، وهي أن إمكانية تطوير هذه الإنتاجية للوصول إلى المستويات العالمية وتجاوزها ليس بالأمر الصعب، ولكن هذا يتطلب اعتماد عمليات إنتاجية

جديدة، وإدخال أصناف هجينة، ومُحسنة مُرتفعة الإنتاجية. إلا أن الإنتاجية ليست معياراً مُستقلاً فجودة الثمار أهم من كمية الإنتاج، فكثيراً ما يلجأ المُنتجون إلى خف العناقيد بهدف الحصول على عناقيد عالية النوعية، وهذا يعني أن الفرصة قائمة لتطوير إنتاج العنب في السنوات القادمة كماً وكيفاً.

ومن كل ذلك يرى البحث أن إزدياد إنتاج العنب السوري عاماً بعد آخر ليس عاملاً كبير الأهمية، مقارنة مع رفع جودة المنتج، إذ أن الكميات الحالية من الإنتاج لو لاقت عناية صحيحة أثناء الإنتاج بما يكفل الجودة العالية لها، والعمليات التسويقية الصحيحة لكانت قادرة على المنافسة في الأسواق العالمية بما يعادل 5.5 ضعف أسعاره الحالية.

أما مُعدَّل استهلاك العِنَب في سورية، فقد بدا أعلى بكثير من المُعدَّل العالمي له كما في الشكل (16). إلا أنه كان يسير مُتناقصاً بمرور السنوات، لكن بمُعدلات مُتناقصة. فإذا جرى احتساب تناقص حصة الفرد السنوية من العنب في سورية وقورنت بالتزايد الكبير في عدد السكان؛ فإن مُعدَّل استهلاك سورية من العنب لن يتغير كثيراً في السنوات القادمة؛ ومنه فعلى مُتخذي القرار في السياسات الزراعية اتخاذ القرارات، والاجراءات، والتدابير التي تساعد علي توجيه فائض الإنتاج باتجاه الأسواق الخارجية.

ثانياً- مستقبل إنتاج العِنَب في جنوب سورية.

إن محافظات المنطقة الجنوبية لها خصوصيتها في إنتاج العنب، وهذا أعطى تصوراً مستقبلياً مختلفاً لكل منها عن الأخريات.

1. مستقبل زراعة كروم عنب المائدة وإنتاج العنب في محافظة ريف دمشق

كانت هناك أعداد كبيرة لمزارع العنب المروي في هذه المحافظة، ولكن الحيازات كانت منخفضة. وفي كثير من الحالات كانت هذه المزارع قريبة جداً من المناطق السكنية والمخططات التنظيمية للمدن والقرى، كما أن بعضها كان داخل هذه المخططات التنظيمية؛ وهذا يعني أنَّ هناك احتمالاً كبيراً لتقلص هذه المساحات في السنوات القادمة تحت زحف العمران. كما أنَّ هذه المحافظة تعاني ومنذ عدة سنوات شُحَّ مياه الري بشكلٍ غير مسبوق، وتوقف جريان نهريها (الأعوج وبردى) توقفاً شبه كلي، وهذا عامل آخر من شأنه أن يقلص مساحات الكروم.

إلا أن المزارع غالباً ما يبقى متعلقاً بأمل تحسن الظروف المناخية، ووفرة الأمطار، وعودة المياه الجوفية والأنهار إلى سابق عهدها، لذلك فهو يبقي على كرمه قائماً وينتظر. لكنَّ عودة مياه الري إلى سابق عهدها تتطلب سنوات متتالية ذات معدلات مطرية عالية، وهو يبدو احتمالاً ضئيلاً نظرياً. لذلك فيقوم على عاتق متخذي القرار في السياسات الزراعية دفع مزارعي الكروم المروية إلى التحول عن هذه الزراعة في المناطق التي أصبحت تعاني الجفاف. وهذا الدفع يكون إما بتعويض المتولّين عن هذه

الزراعة مالياً، أو عن طريق دعم زراعات بديلة شريطة أن تكون هذه الزراعات ذات احتياج مائي قليل وقادرة على تحمل فترات الجفاف أكثر من أشجار الكرمة كالزيتون واللوز وغيرها.

2. مستقبل زراعة كروم عنب المائدة وإنتاج العنب في محافظة درعا

بالرغم من أن زراعة الكروم في درعا أحدث منها في ريف دمشق إلا أن تطور المساحات سار حتى عام 2000 بوتيرة سريعة نتيجة زيادة المساحات المروية بفعل وتيرة حفر الآبار التي كانت سريعة خلال السنوات التي سبقت عام 2000 وبعد هذه الفترة انحسرت زيادة المساحة المروية وانحسرت معها زيادة مساحات الكروم؛ نتيجة منع حفر الأبار والتشديد في قمع مخالفاتها، وخلال السنوات القليلة الماضية باتت بعض مناطق زراعة الكروم في هذه المحافظة تعاني انخفاض منسوب الماء الأرضي ومن جفاف بعض آبارها، فأخذت مساحات الكروم بالانحسار.

وهنا لا جدوى من دعم التوجه إلى زراعة الكروم، بسبب غياب العوامل التي كانت تحث على زراعتها، أي إنَّ دعم التوسع الأفقي لهذه الزراعة من خلال منح قروض متوسطة وطويلة الأجل لا يعد أمراً ذا جدوى، وهذه القروض ستتجه قسراً إلى مجالات أخرى مما يفرغ هذا الدعم من مضمونه. ومنه فالدعم لهذه الزراعة في هذه المحافظة يمكن أن يقوم على أساس منح قروض قصيرة الأجل (قروض موسمية) للحفاظ على الكروم القائمة وتمكين مزارعيها من البقاء في دائرة الإنتاج.

3. مستقبل زراعة كروم عنب المائدة وإنتاج العنب في محافظة القنيطرة

تعد زراعة الكروم المروية في هذه المحافظة زراعةً واعدة، على الرغم من أن مساحاتها لا تزال محدودة جداً؛ وذلك بسبب وفرة مياه الري في بعض مناطقها، إلى جانب عمليات استصلاح الأراضي المحجرة التي تسير بوتيرة عالية فيها. وهنا يمكن القول بأنَّ منح القروض المتوسطة وطويلة الأجل للراغبين بزراعة الكروم المروية هي عملية يمكن أن تسهم بالتوسع الأفقي بهذه الزراعة، إضافة إلى توفير الغراس المقاومة لحشرة الفللوكسيرا.

4. مستقبل زراعة كروم عنب المائدة وإنتاج العنب في محافظة السويداء

تعد المساحات المروية في محافظة السويداء محدودة جداً، وهذا يحول دون تطور مساحات الكروم المروية، إضافة إلى أنَّ بيئة هذه المحافظة ملائمة لزراعة الكروم البعلية وهذه في غالبها عصيرية تصنيعية، إلا أن هناك أصنافاً بعلية ثنائية الغرض تغطي سوق الاستهلاك الطازج في هذه المحافظة وغيرها، وهذا من شأنه أن يقلل الرغبة في زراعة الكروم المروية.

أما عن دعم التوسع بزراعة الكروم المروية في هذه المحافظة فهو لن يكون عملاً رشيداً في ظل عدم وفرة مياه الري سوى في قرى قليلة في جنوب المحافظة. ومن ثمَّ فالدعم يمكن أن يكون دعماً لما هو قائم من كروم عن طريق منح قروض قصيرة وتوعية إرشادية وغيرها.

ثالثاً- مستقبل تسويق عِنَب المائدة السوري.

إن كانت هناك أربع دول تستورد 2788.2 ألف طن من العِنَب؛ أي ما يُعادل 47% من الصادرات العالميَّة منه (FAOSTAT)، فهذا يعني أن السوق العالميَّة غير مُشبعة من مادة العِنَب؛ وأنَّ إمكانية تطوير التجارة الخارجية العالميَّة منه قائمة باحتمال كبير، وهذا يعني أيضاً أنَّ الدول المُصدِّرة له قادرة على زيادة صادراتها إذا أحسنت إرضاء أذواق المستهلكين في الأسواق الخارجية.

كما كشفت الدراسة الميدانية أنَّ نصف مُصدّري العِنَب السوريين كانوا مُتفائلين لمُستقبل تصدير العِنَب السوري في موسم 2006، وارتفعت نسبتهم إلى 55% في موسم 2007، ثمَّ ارتفعت بمُعدَّل أعلى فوصلت إلى 70% منهم في موسم 2008، وهذا يُدلّل على أنَّ اتساع معرفة المُصدّرين بواقع الأسواق الخارجية كشف لهم عن أنَّ هناك مستقبلاً واعداً ينتظر تصدير العِنَب السوري.

لا بُدَّ من عمل دؤوب من الجهات المعنية بترويج الصادرات وتنميتها، رسميةً كانت أم غير رسمية، للتعريف بالشروط واجبة التحقيق لولوج منتجاتها إلى الأسواق الخارجية. فالمجلس الأعلى لتنمية الصادرات اليمنية[1]، عرض على موقعه الرسمي صفحة خاصة بالمواصفات والمقاييس الأوروبية لمحصول العنب. ومثل هذه الخطوة لو اتبعت في سورية وليس فقط للمواصفات والمقاييس المطلوبة في السوق الأوروبية؛ بل في أغلب المجموعات الدولية؛ فإنها ستفتح أمام الراغبين بالتصدير أفقاً تصديرياً جديداً.

[1] - المجلس الأعلى لتنمية الصادرات اليمنية. www.yesc.gov.ye

الاستنتاجات.

1. تتناقص أهمية زراعة الكروم عالمياً نسبة إلى أهمية إجمالي الفواكه، ويزداد الطلب العالمي على استهلاك العنب، وتتراجع مساحات الكروم في سورية، في حين تزداد نسبة التجارة الخارجية لعنب المائدة على المستوى العالمي إلى إجمالي تجارته خلال السنوات الأخيرة ازدياداً كبيراً، كما تتباين أسعار عنب المائدة من دولة إلى أخرى.

2. هناك ضعف في الرقابة على أسواق الجملة، وعدم تقيد بالمواصفات والمقاييس السورية لعنب المائدة، وغياب للرقابة على أمان الغذاء. كما يغيب نظام المعلومات التسويقية، إضافة إلى أن المعلومات التسويقية المتوفرة هي معلومات تقليدية، وغير موثوقة في كثير من الحالات وهناك نقص بالمعلومات التسويقية عن الأسواق الخارجية، وضعف في مصادر الحصول عليها. إلى جانب كون العمليات التسويقية تقليدية ولا تتواكب مع التطور العالمي في العمليات التسويقية، ولا تأتلف هذه العمليات مع العمليات التي تشترطها المواصفات والمقاييس الأوروبية.

3. أسعار العنب السوري المُصدَّر أخفض بكثير من متوسطات الأسعار العالمية، كما ترتفع قيمة الهامش التسويقي للعنب في سورية نسبةً إلى إجمالي السعر، دون تقديم خدمات تسويقية تبرر هذا الفرق؛ بسبب تعدد الحلقات التسويقية، وتشعب المسالك التسويقية، والالتفاف في المسار التسويقي.

4. تتفاوت نسبة ما تصدره سورية من العنب إلى إجمالي إنتاجها منه من عامٍ إلى آخر تفاوتاً كبيراً، مما يفسر عجز المُصدِّرين عن استيعاب الزيادة في الإنتاج، وتعاني محدودية عدد الشركاء التجاريين مستوردي العنب، إلى جانب كون هؤلاء الشركاء من بين الدول العربية.

5. يجري تصدير المُنتَجات الخضرية والبستانية بصورة جماعية بحيث تحتوي الشِّحنة المُصدَّرة على عدة أنواع منها، وتختلف نسبها بحسب فروق أسعارها بين السوق الداخلية والخارجية، ومدى توافرها في السوق الداخلية، ومستوى الطلب عليها في السوق الخارجية. وهذا يجعل هذه المُنتَجات تتجه إلى الأسواق نفسها، ويجعل مسألة دخول أسواق جديدة يتطلب دخولها بمجموعة من المحاصيل وليس بمحصول واحد.

6. انخفضت أهمية سورية بوصفها مُصدِّرة لعِنَب المائدة عالمياً، ففي حين كانت تصدر 1.6% من الصادرات العالمية من العنب في بداية فترة الدراسة، فقد انخفضت هذه النسبة إلى ما دون 0.03% في بعض السنوات، وكانت في نهاية فترة الدراسة 0.6% من إجمالي الصادرات العالمية من العنب.

7. يُعدُّ 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.

8. شكّل نقص العمالة أحد أهم العوامل التي حالت دون نجاح هذه الزراعة، إلا أنَّ أهميتها اختلفت اختلافاً معنوياً بحسب أعمار المزارع، ومساحاتها، وساعد على نقص هذه العمالة موسمية العمل في كروم العنب، وانخفاض أجور العمل الزراعي مقارنة بالعمل في القطاعات الأخرى، وقسوة ظروف العمل الزراعي، إلى جانب كون كثير من الأعمال المطلوبة تحتاج إلى عمالة فنية ومدربة.

9. يشكّل كلٌ من لبنان وتركيا أهم المنافسين للعنب السوري في السوق السعودية، وتتقبل السوق السعودية ارتفاع أسعار العنب مقابل تحسن جودته زيادة عن السوق الإماراتية. وتتنافس سورية وتركيا على سوق العنب القطرية، لكنَّ مُعدَّل تركُّز هذه السوق أقل بكثير من مُعدَّل تركُّز السوق السعودية؛ وهذا يعني أنَّها أثبت من السوق السعودية، وأصعب اختراقاً من المُنافسين الجُدد. كما كانت السوق الأردنية للعنب سوقاً غير مشبعة وتستوعب زيادة الكميات المستوردة والمعدل السنوي لاستهلاك الفرد من العنب في الأردن أقل بكثير من نظيره لدول المنطقة. وتراجعت الكميات التي تستوردها الكويت من العنب بشدة، وبدت سوقها حساسة جداً لارتفاع الأسعار، ومن ثمَّ فتوسيع السوق الكويتية يجب أن يعتمد على عامل السعر أكثر من عامل الجودة.

10. لا يطابق المُنتَج السوري المواصفات والمقاييس المطلوبة في كثير من الأسواق. كما شكّل الأثر المتبقي للمبيدات، وسوء التخزين، وسوء الفرز، والأثر المتبقي للهرمونات، ووجود أوراق نبات في العبوات المعوِّقات التي اعترضت المُصدِّرين عند تصديرهم العنب. إضافة إلى أنَّ قبول دول الخليج العربي والأردن بمواصفات قياسية متدنية للعِنَب مقارنة بالمواصفات المطلوبة في الأسواق العالميَّة جعل المصدّر السوري والمنتج كذلك، لا يسعيان وراء تحسين مواصفات المُنتَجات الزراعية السورية ومقاييسها، مما شكّل حاجزاً في وجه اختراقها لأسواق جديدة. وشكّلت الحاجة لإعادة التعبئة، ورفضُ قسم من العنب، والآثار اللونية وحروق الثمار، والأثر المتبقي للمبيدات والمخصبات الزراعية، إلى جانب الأثر المتبقي للحشرات والأمراض وآثار الملونات أهم المعوِّقات التي اعترضت المُصدِّرين عند شراء العنب المراد تصديره.

11. استطاعت مصر توسيع سوقها الخارجية، خلال فترة محدودة، كما استطاعت إختراق أسواق الاتحاد الأوروبي، في حين لا يُشكّل العنب المصري منافساً للعنب السوري في الأسواق الخارجية، وأثبت المُصدِّرون اللبنانيون قدرتهم على اختراق الأسواق الأوروبية أكثر من المُصدِّرين السوريين، على الرغم من تشابه بيانات الإنتاج والأسعار في كلا البلدين.

12. شكّلت المواصفات والمقاييس إلى جانب المُكافئ السعري أهم معوقات ولوج العنب السوري إلى الأسواق الأوروبية. كما أنَّ اتفاقية الشراكة السورية الأوروبية في حال توقيعها ستكون محدودة الأثر في زيادة حصة الصادرات السورية من العنب إلى دول الاتحاد، بسبب وجود اتفاقات تسهيل تجارة بين سورية وأغلب بلدان الاتحاد منذ عشرات السنين.

التوصيات.

1. توعية المزارعين عبر وسائل الإرشاد الزراعي إلى أهمية زراعة المحاصيل التكثيفية داخل مزارع العِنَب خصوصاً في سنوات ما قبل الإثمار، إذ تحقق دخلاً جانبياً من المزرعة ولا تخفض إنتاجيتها، إلى جانب التوعية بأهمية استخدام الأسمدة الخضراء والعضوية، وتدريب أصحاب المزارع على تنفيذ الأعمال الفنية.
2. ضرورة زيادة حصة القروض طويلة الأجل من إجمالي قيمة إقراض المصرف الزراعي التعاوني، وتخصيص كروم العنب بنسبة من إجمالي القروض وتحديد هذه النسبة بحسب إسهام الكروم في قيمة الناتج الزراعي. ومنح قروض قصيرة الأجل (موسمية) لمزارعي الكروم بحيث يتم منح هذه القروض للمزارعين في بداية الموسم حيث الحاجة للإنفاق الكبير على المزرعة، على أن يتم استردادها بعد موسم القطاف، وتوجيه المصارف الخاصة لتخصيص برنامج إقراض لمزارعي الكروم.
3. تنظيم عملية التسويق الزراعي، والرقابة على سوق الجملة، وضبط جودة المنتج عند دخول الأسواق المحلية.
4. ضرورة ضبط جودة المنتج خلال عملية الإنتاج عبر توعية المنتجين لمفهوم الأثر المتبقي للمبيدات وتنظيم عملية المعاملة بالمبيدات، والتأكيد على قطاف العناقيد ضمن فترة الأمان من آثار المبيدات، وتفعيل الرقابة على المُبيدات الزراعية، والأسمدة الكيميائية، ومعدلات استخدامها.
5. إنشاء جمعية تخصصية لمزارعي الكروم سواء أكانت على مستوى سورية أم جمعياتٍ على مستوى كل محافظة بعينها.

المراجع. REFERENCES

1- المراجع العربية:

أ- الكتب والأبحاث:

1. إبراهيم، عاطف محمد. (1998): أشجار الفاكهة أساسيات زراعتها، رعايتها وإنتاجها، كلية الزراعة – جامعة الإسكندرية. الطبعة الأولى. منشأة المعارف بالإسكندرية.
2. إسماعيل، صبحي محمد. (2001): تشابك أنظمة تسويق المُنتَجات الزراعية وأهميَّة التنسيق التسويقي في المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الزراعية، كلية العلوم الزراعية، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية مج 33، عدد3.
3. إسماعيل، صبحي محمد. محمد الحمد القنيبط. (1995): التسويق الزراعي، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض المملكة العربية السعودية.
4. الإشبيلي، أبو الخير. عمدة الطيب في معرفة النبات، القرن السادس عشر– الثاني عشر الميلادي. القسم الثاني. مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية- سلسلة التراث.
5. البرنامج الإرشادي للكرمة على مستوى محافظة درعا. الجمهورية العربية السورية. وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي. مديرية الزراعة والإصلاح الزراعي – درعا. 1992 و1999-2000 و 2001-2002.
6. الجبالي، عبد الفتاح. (1998): أثر دورة أورجواي على الاقتصادات العربية، المُنظَّمة العربية للتربية والثقافة والعلوم معهد البحوث والدراسات العربية. الاقتصاد العربي في مواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين. جمهورية مصر العربية.
7. الداهري، عبد الوهاب مطر. (1969): التحليل الاقتصادي لعمليات الإنتاج الزراعي. جامعة بغداد – مطبعة العاني.
8. الدجوي، علي. (1997): موسوعة زراعة وإنتاج نباتات الفاكهة- الفاكهة متساقطة الأوراق، الكتاب الثاني، مكتبة مدبولي، القاهرة، مصر.
9. الدروبي، رانية. (2000): المسألة الزراعية في سورية ين عامي 1970-1995 واقعها وتطورها. مجلة جامعة دمشق، المجلد 16، العدد (1)، سورية.
10. الذنيبات، ماجدة. محمد الكساسبة. حكمت الطراونة. أمجد الرواشدة. شريف الرواشدة. (2007): دليل إنتاج محصول العِنَب، مشروع الصادرات البستانية، المركز الوطني للبحوث الزراعية ونقل التكنولوجيا، وزارة الزراعة، الأردن.
11. الرفاعي، عبد الهادي. محمد عكروس. هناء يحيى سيد أحمد. (2005): دراسة الآثار الاقتصادية المتبادلة بين قطاع التجارة الخارجية وقطاعات الاقتصاد الأخرى، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (27)، العدد (2).
12. السيد حسين، حسين. وجيه الشيخ. (2008-2009): تاريخ الحضارة العام، منشورات جامعة دمشق – التعليم المفتوح، قسم الدراسات الدولية والدبلوماسية، دمشق- سورية.
13. الشيخ حسن، طه. (1997): موسوعة كرمة العِنَب: فوائدها – زراعتها – خدمتها – أصنافها – آفاتها – تصنيع مُنتَجاتها. دار علاء الدين، الطبعة الأولى، دمشق.
14. الصباغ، عبد العزيز. (1988-1989): التصنيف النباتي، منشورات كلية الزراعة، جامعة دمشق، سورية.

15. العبّادي، عبد الناصر نزال. (2000): أثر تطبيق اتفاقية القطاع الزراعي في جولة أورجواي على الاقتصادات العربية. مجلة بحوث اقتصادية عربية السنة التاسعة- العدد التاسع عشر ربيع .

16. القطب، محمد عدنان. هشام قطنا. (1987-1988): الفاكهة متساقطة الأوراق – الجزء النظري، منشورات كلية الزراعة - جامعة دمشق.

17. القطب، محمد عدنان، فيصل حامد، متيادي بوراس، عماد العيسى. (1987-1988): أساسيات إنتاج الفاكهة والخضار – الجزء النظري، منشورات كلية الزراعة - جامعة دمشق.

18. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا. (1999): السياسات التصديرية والتسويقية لمجموعة مختارة من المنتجات الزراعية في ضوء التطوُّرات الوطنية والإقليمية والعالمية، نيويورك، الأمم المتحدة.

19. المركز الوطني للسياسات الزراعية. (2001): التقرير النهائي حول القروض الزراعية، باراساراتي، برنامج التعاون بين الفاو والحكومة الإيطالية، مشروع المساعدة في التعزيز المؤسسي والسياسات الزراعية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي ومنظمة الأغذية الزراعة للأمم المتحدة، دمشق، سورية.

20. المركز الوطني للسياسات الزراعية. (2002): البدائل الاستراتيجية للسياسات الزراعية في سورية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، الوقائع رقم 2.

21. المركز الوطني للسياسات الزراعية. ([a]2003): منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى وأثرها على الاقتصاديات العربية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، الوقائع رقم 10.

22. المركز الوطني للسياسات الزراعية. ([b]2003): تغيُّرات السياسات الزراعية في الاتحاد الأوروبي، الوقائع رقم7، منتدى السياسات الزراعية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، الوقائع رقم 10.

23. المركز الوطني للسياسات الزراعية. ([c]2003): فرص الفواكه والخضار السورية لدخول الأسواق الأوروبية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.

24. المركز الوطني للسياسات الزراعية. ([d]2003): السياسات الزراعية في الدول النامية، كالو كافيرو، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.

25. المركز الوطني للسياسات الزراعية. ([a]2004): التجارة الزراعية السورية 2004، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.

26. المركز الوطني للسياسات الزراعية. ([b]2004): متابعة تطبيق اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، دراسة موقف الجمهورية العربية السورية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، ورقة عمل رقم (8).

27. المركز الوطني للسياسات الزراعية. ([c]2004): بدائل تعديل أدوات سياسات الدعم الزراعي في سورية في إطار منظمة التجارة العالمية، بروس هوف، برنامج التعاون بين الفاو والحكومة الإيطالية، دمشق، سورية.

28. المركز الوطني للسياسات الزراعية. ([a]2005): إصلاح السياسات التجارية في سورية ما هي التطورات، عصام إسماعيل، وزارة الزراعة والاصلاح الزراعي

29. المركز الوطني للسياسات الزراعية. ([b]2005): الزراعة في اتفاقية الشراكة الأوروبية السورية، نوال نعمة، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، منتدى السياسات الزراعية، الوقائع رقم 17.

30. المركز الوطني للسياسات الزراعية. (2006[a]): نظرة على مجموعة فواكه في سورية (التفاح – المشمش – الكرز – الإجاص – الدراق – الخوخ)، إعداد محمود ببيلي، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، منتدى السياسات الزراعية، ملخص سلعي رقم (6).

31. المركز الوطني للسياسات الزراعية. (2006[b]): تنويع الصادرات الزراعية السورية، بشير الحموي، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، مذكرة السياسات رقم (21).

32. المركز الوطني للسياسات الزراعية. (2006[c]): سياسات الدعم الزراعي في الاتحاد الأوروبي، سلع مُختارة، ياسر العيسى، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي مذكرة سياسات رقم (15).

33. المركز الوطني للسياسات الزراعية. (2006[d]): تجارة العنب في سورية، هاجر بغاصة، ملخص سلعي رقم (5)، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، سورية.

34. المركز الوطني للسياسات الزراعية. (2007[a]): القدرة التنافسية للصادرات الزراعية، نوال نعمة، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، منتدى السياسات الزراعية، الوقائع رقم 25.

35. المركز الوطني للسياسات الزراعية. (2007[b]): واقع الغذاء والزراعة في سورية 2007، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، منتدى السياسات الزراعية.

36. المركز الوطني للسياسات الزراعية. (2008): التعريف بالنظام الأوروبي فما يتعلق بالممارسات الزراعية الجديدة (اليورب كاب)، هاجر بغاصة، موجز سياسات رقم 26، قسم السياسات التجارية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.

37. الناصير، أحمد. (2006): سياسات إنتاج وتسويق عنب المائدة في سورية، مثال محافظة درعا، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة دمشق.

38. الناصير، أحمد. (2010): إدارة التوازن الاقتصادي العربي في مواجهة الكيان الصهيوني، المؤتمر السادس للباحثين الشباب، كلية العلوم السياسية، جامعة دمشق.

39. برنامج وسطي تكاليف إنتاج الهكتار الواحد من العِنَب /البعل/ في حمص. الجمهورية العربية السورية. وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي. 2002 – 2003.

40. برنامج وسطي تكاليف إنتاج الهكتار الواحد من العِنَب العصيري /البعل/ في السويداء. الجمهورية العربية السورية. وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي. 2002 – 2003.

41. بشارة، فهمي. (1988): الإطار الاقتصادي لبرنامج التصحيحات الزراعية – خيارات معالجة العجز والاختلالات، ندوة أساليب تصحيح السياسات الزراعية في الوطن العربي، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.

42. بيرو فيرتياس. (2006): تصدير المُنتَجات الزراعية إلى أوروبا، بيروت، لبنان.

43. جزان، يوسف محمد. (2009): المدخل إلى علم الاقتصاد، منشورات جامعة دمشق، كلية العلوم السياسية.

44. جمعة، حسن فهمي. (1988): الحاجة إلى السياسات التصحيحية في الزراعة العربية، ندوة أساليب تصحيح السياسات الزراعية في الوطن العربي، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.

45. جودة، عاطف عبد العظيم. صلاح محمود سعيد مقلد. (1998): دراسة اقتصادية لبعض مُحددات الصادرات المِصريَّة من العِنَب المِصري. المجلة المِصريَّة للاقتصاد الزراعي. المجلد (8). العدد (2).

46. حامد، فيصل. (1985-1986): الفاكهة، منشورات كلية الزراعة - جامعة دمشق.

47. خدام، منذر. غسان يعقوب. عوض منسي الحمايدة. (2007): دراسة مُقارنة للإمكانات الزراعية المتاحة بين الأردن وسورية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم البيولوجية، المجلد (29)، العدد (1).

48. سالفاتور، دومنيك. (1982): نظريات ومسائل في الإحصاء والاقتصاد القياسي (ملخصات شوم)، جامعة فورد هام، لندن بريطانيا. ترجمة د. سعدية حافظ منتصر، مراجعة د. عبد العظيم أنيس، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 285 صفحة.

49. سليمان، خليل سليمان. (2004): دراسة تسويقية بشأن سوق الحاصلات الزراعية في المملكة العربية السعودية وموقف الصادرات المِصريَّة فيها، القنصلية العامَّة لجمهورية مصر العربية، مكتب التمثيل التجاري، جدة، السعودية.

50. سوريال، جميل فهيم. (1985): كروم العِنَب وطرق إنتاجها. الدار العربية للنشر والتوزيع، سلسله العلم والممارسة في زراعة وإنتاج الفاكهة، الطبعة الأولى (البلد).

51. عبد العزيز، علي. (1993-1994): اقتصاديات الإنتاج النباتي. منشورات جامعة دمشق – كلية الزراعة.

52. فراج، عز الدين. (1988): مزارع العِنَب. مكتبة النهضة المصرية. القاهرة. مصر.

53. كوكران، ويليام. (1995): تقنية المعاينة الإحصائية، ترجمة أنيس كنجو، جامعة الملك سعود.

54. محفوظ، محمد. (1981-1982): التفاحيات والكرمة، منشورات كلية الزراعة - جامعة تشرين، اللاذقية. سورية.

55. محمود. يوسف عبد العزيز. (2005). الفعالية الاقتصادية لتحسين جودة شحن وتصدير المُنتَجات الزراعية العربية (تجربة سورية ومصر). مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (27) العدد (3). 37- 56. (39).

56. مراد، عبد الفتاح. (بلا تاريخ): أصول البحث العلمي وكتابة الأبحاث والرسائل والمؤلفات. المستشار الدكتور عبد الفتاح مراد. الإسكندرية. مصر.

57. مستشارو السلامة الغذائية للشرق الأوسط وشمال أفريقيا (ميفوسا). (2006): الاعتبارات البيئية المؤثرة بالتجارة الزراعية والزراعية الصناعية داخل المِنطقة العربية، تقرير مقدم إلى اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي آسيا.

58. مُنظَّمة الأغذية والزراعة للأمم المُتَّحدة FAO. (2003): الزراعة السورية على مفترق طرق، سلسلة الفاو للسياسات الزراعية والتنمية الاقتصادية، قسم مساعدة السياسات وقسم تحليل الزراعة والتنمية الاقتصادية، روما، إيطاليا.

59. مُنظَّمة الأغذية والزراعة للأمم المُتَّحدة. (2003): الدليل الإرشادي لإجراءات الصحة والصحة النباتية في الوطن العربي، روما، إيطاليا.

60. مُنظَّمة الأغذية والزراعة للأمم المُتَّحدة. (2009): حالة أسواق السلع الزراعية في 2009 ارتفاع أسعار الأغذية والأزمة الغذائية - التجارب والدروس المستفادة، روما، إيطاليا.

61. ميده، إبراهيم. (1996-1997): محاسبة التكاليف، منشورات كلية الاقتصاد – جامعة دمشق، مطبعة ابن حيان، عدد الصفحات 519 صفحة.

62. هيئة تخطيط الدولة. (2005): تحليل الاقتصاد الكلي السوري، مُسودَّة للمُناقشة 2005، سورية.

63. هيئة تخطيط الدولة: الخطة الخمسية العاشرة 2006-2010. سورية.

64. هيكل. عبد العزيز فهمي. (بلا تاريخ). طرق التحليل الإحصائي. دار النهضة العربية. بيروت. لبنان.

65. وزارة التخطيط والتعاون الدولي. (2006): الترتيبات الجديدة لتجارة المُنتَجات الزراعية والزراعية المُصنَّعة، اتفاقية الشراكة الأردنية – الأوروبية، الأردن.

66. ياسين، محمود محمد. دريد هاشم عوض. (1997-1998): الرياضيات الاقتصادية. منشورات كلية الزراعة- جامعة دمشق.

67. ياسين، محمود محمد. علي محمود عبد العزيز. (1998-1999): تسويق المُنتَجات الزراعية. منشورات كلية الزراعة - جامعة دمشق.

ب- الدوريات والمجلات

65. إحصائيات غير منشورة لمديرية الزراعة بالسويداء حول مساحة وإنتاج وإجمالي عدد أشجار العِنَب وعدد المثمر منها، وتوزعها بحسب مناطق الاستقرار والمناطق الإدارية للكروم المرويَّة، وقوائم حائزي كروم العِنَب المروي لعام 2007.

66. إحصائيات غير منشورة لمديرية الزراعة بالقنيطرة حول مساحة وإنتاج وإجمالي عدد أشجار العِنَب وعدد المثمر منها، وتوزعها بحسب مناطق الاستقرار والمناطق الإدارية للكروم المرويَّة، وقوائم حائزي كروم العِنَب المروي لعام 2007.

67. إحصائيات غير منشورة لمديرية الزراعة بدرعا حول مساحة وإنتاج وإجمالي عدد أشجار العِنَب وعدد المثمر منها، وتوزعها بحسب مناطق الاستقرار والمناطق الإدارية للكروم المرويَّة، وقوائم حائزي كروم العِنَب المروي لعام 2007.

68. إحصائيات غير منشورة لمديرية الزراعة بريف دمشق حول مساحة وإنتاج وإجمالي عدد أشجار العِنَب وعدد المثمر منها، وتوزعها بحسب مناطق الاستقرار والمناطق الإدارية للكروم المرويَّة، وقوائم حائزي كروم العِنَب المروي لعام 2007.

69. خلاصة التجارة الخارجية السورية، (2008): المكتب المركزي للإحصاء، رئاسة مجلس الوزراء، الجمهورية العربية السورية.

70. قاعدة بيانات المركز الوطني للسياسات الزراعية (2009): المركز الوطني للسياسات الزراعية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، سورية.

71. الكتاب الإحصائي السنوي لمنظمة الأغذية والزراعة، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAO، (2007-2008).

72. الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المُنظَّمة العربية للتنمية الزراعية. جامعة الدول العربية، المجلد رقم 20 ، الخرطوم ديسمبر 2000.

73. الكتاب السنوي للفاو حول الإنتاج سلسلة الدراسات الإحصائية، مُنظَّمة الأغذية والزراعة للأمم المُتَّحدة، مجلد رقم 53 عام 1999.

74. المجموعة الإحصائية الزراعية السنوية، عدة إصدارات، قسم الإحصاء، مديرية الاقتصاد الزراعي وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، سورية.

75. المجموعة الإحصائية، عدة إصدارات، المكتب المركزي للإحصاء، رئاسة مجلس الوزراء، الجمهورية العربية السورية.

76. الهيئة العربية السورية للمواصفات والمقاييس. (2004): المواصفة القياسية السورية م.ق.س 2959. العنب-دليل التخزين بالتبريد.

77. الهيئة العربية السورية للمواصفات والمقاييس. (2009): المواصفة القياسية السورية م.ق.س 2009/54. عنب المائدة-المراجعة الأولى.

78. هيئة المواصفات والمقاييس المصرية. (2007): المواصفة القياسية المِصريَّة للعِنَب، ثمار العِنَب الطازجة 2007/1689، القاهرة، مصر.

2- المراجع الإنكليزية:

79. Agricultural Marketing Development Project; (1991): Jordanian Table Grape in European Markets market, Jordan Agricultural Marketing Organization, A Market Intelligence Profile. Jordan.

80. Alston; J. M. James A. Chalfant. Jason E. Christian. Erika Meng. and Nicholas Piggott. (1997): The California Table Grape Commission's Promotion Program: An Evaluation, Giannini Foundation of Agricultural Economics, Monograph Series, University of California, Office of the President, Paper 43, California, U.S.A.

81. Ames; G. (1999): Organic Grape Production, Horticulture Production Guide, Appropriate Technology Transfer for Rural Areas ATTRA.

82. ATGA, Australian Table Grape Association. (2002): Strategic Plan: The Australian Table Grape Industry Australia.

83. ATGA, Australian Table Grape Association; (2007-2008): Table Grape Annual Industry Report, Australia.

84. Baiano; A., Lamacchia C., Previtali M.A., Tufariello M., Arace E., La Notte E., (2006): Influence of post-harvest treatments on the quality of table grape from Apulia (Italy), Dipartimento di Scienze degli Alimenti, Facoltà di Agraria, Università degli Studi di FoggiaVia Napoli, 25 – 71100 Foggia – Italy.

85. Bayramoglu; Z. and E. Gundogmus, (2008): Cost efficiency on organic farming: a comparison between organic and conventional raisin-producing households in Turkey, Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA), Spanish Journal of Agricultural Research 2008 6(1), 3-11, ISSN: 1695-971-X.

86. 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.

87. Bordelon; B. (2001): Business Planning and Economics of Midwestern Grape Production . Purdue University, France.

88. Bory; G. (1993): On Viticulture and Vintners: The Future of vine growing and Wine Making in Malta. Options Méditerranéennes, Sér. B / №7, 1993 - Malta: Food, Agriculture, Fisheries and the Environment.

89. CAMIB; (2007): The German Market for Fresh Grapes, Target Market Confirmation Study, United State Agency International Development and Agribusiness Development Project Made in Moldova "Proiectul de Dezvltare a Businessului Agricol Fabricatîn Moldova, Chisinau, Republica" Moldova.

90. Common Marketing Standard for Table Grapes Commission Regulation (EC) № 2789/1999 as Amended by Regulation (EC) № 716/2001.

91. Conradie; B., G Cookson., C Thirtle., (2006): Efficiency and Farm Size in Western Cape Grape Production: Pooling Small Datasets. University of Connecticut, Department of Economics, England.

92. Cook; R. (2001): Emerging Trade Practices and Trends in Fruit and Vegetable Markets, Department of Agricultural and Resource Economics, UC, Davis, Perishables Handling Quarterly Issue №. 105. U.S.A.

93. Correia; T., (1999): Vineyard Economics - Vineyards as Investments, the Vineyard Economics Seminar, July, 1998, Napa, Canada.

94. Crisosto; C. H., J. L. Smilanick, N. K. Dokoozlian, N. A. Luvisi, (1994): Maintaining Table Grape Post-Harvest Quality for Long Distant Markets, International Symposium on Table Grape Production.

95. Crisosto; C. H., Mitcham E. J., and Kader A. A., (1999): Recommendations for Maintaining Postharvest Quality of Grapes, Postharvest Technology Research & Information Center, Department of Pomology, University of California, Davis. U. S. A.

96. Crisosto; C.H., and Smilanick; J.L., (2000). Table Grape Postharvest Quality Maintenance Guidelines. University of California. U.S.A.

97. Crisosto; H. C. Corzo, P. Palou, L. Mitchell, F. G. (2001) : Table Grape Packaging Influences ` Flame Seedless ` and ` Redglobe` Storage Quality. Cooperative Extension .University of California Vol. 10 № 3.USA.

98. Daines; S. Hurlston, E Thorpe, M. (1991): Jordanian Table Grape in European markets. Agricultural Marketing Organization. Amman. Jordan.

99. Daml; I. Bordelon, B. Brown, M. (2005): Midwester Grape Production Gaide. Ohio State University, U.S.A.

100. Davis Fresh Technologies; (2005): Moldovan Grapes on the Russian Market, Abridged Version of Market Study Report, Prepared by Davis

Fresh Technologies for CNFA's, Agribusiness Development Project, Moldova.

101. De Moura; R. L. D. G. Katayama., (2004): Sample Costs to Establish and Produce Table Grapes "Redglobe", University of California Cooperative Extension, San Joaquin Valley, the University of California and the United States Department of Agriculture, Risk Management Agency, Cooperating. U.S.A.

102. Diab; Y.A.A Mousa, M.A.A Warnock, D. F. and Hahn, D.E . (2009): Opportunities for Producing Table Grapes in Egypt for the Export Market: A Decision Case Study. International Food and Agribusiness Management Review Volume 12, Issue № 2.

103. Diao; X. Somwaru, A and Roe, t. (2001): A Global Analysis of Agricultral Trade Reform- WTO Members Countries Economic Development Center – Department of Economics Minneapolis – University of Minnesota, U.S.A.

104. Dill; S. (2006): Economics of Commercial Grape Production, University of Maryland, U.S.A.

105. Division of Food Safety and Inspection; (1960): New York State Standards for Grapes, NYS Department of Agriculture and Markets, NY 12235, Article 13-B of the Agriculture and Markets Laws With Rules and Regulations Revised.

106. 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 Centre, Dokki, Giza, Egypt. American-Eurasian J. Agric. & Environ. Sci., 3 (4).

107. Erb; W. Tisserat, N. Warmann, G. (1998): Commercial Grape Production in Kansas. Kansas State University Agricultural Experiment Station and Cooperative Extension Service.

108. Ernst; M. (2002): 2002 Grape Cost and Return Estimates, Department of Agricultural Economics, Cooperative Extension Service, University of Kentucky – College of Agriculture.

109. Folwell R. J. and Aegerter A. F. (1996): Concord Grape Establishment and Production Costs in Washington. Farm Business Management Report. Washington State University. U. S. A.

110. Folwell; R. J. (2002): Economic Outlook for Washington Grapes. Washington. U. S. A.

111. Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO, (2001): Grape Production in the Asia-Pacific Region, by Minas K. Papademetriou Frank J. Dent, Regional Office for Asia and the Pacific Bangkok, Thailand.

112. Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO; (2001[a]): Grape Production in India, by S. D. Shikhamany, Regional Office for Asia and the Pacific Bangkok, Thailand.

113. Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO; (2001[b]): Grape Production In China**,** by Li Shao-Hua, Regional Office for Asia and the Pacific Bangkok, Thailand.

114. Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO; (2001[c]): Grape Production In Japan, by Kunihisa Morinaga, Regional Office for Asia and the Pacific Bangkok, Thailand.

115. Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO; (2001[d]): Grape Production In Myanmar, by Hla San, Regional Office for Asia and the Pacific Bangkok, Thailand.

116. Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO; (2001[e]): Grape Production In Thailand, by Surasak Nilnond, Regional Office for Asia and the Pacific Bangkok, Thailand.

117. Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO; (2001[f]): Grape Production In Viet Nam, by Vu Xuan Long, Regional Office for Asia and the Pacific Bangkok, Thailand.

118. Foreign Agricultural Service; Horticultural & Tropical Products Division, United States Department of Agriculture, (2007): The U.S. and World Situation: Table Grapes.

119. GCC Standardization Organization (GSO); GSO5/ FDS 464/ 2008, Gulf technical committee for standards of food and agriculture products.

120. Goetz; L. and H, Grethe. (2008): How Effective is the EU Entry Price System for Fresh Fruits and Vegetables?, 12th Congress of the European Association of Agricultural Economists – EAAE.

121. Grape and Wine Research and Development Corporation (GWRCD); (2002): Benefit Cost Analysis Guidelines for Researchers, eSYS Development & BDA Group

122. Grier; K. Martin, L. and Morris K. (2000): Ontario Grape Production Economic Impact. George Morris Center.

123. Hatirli; S.A. B. Ozkan and C. Fert. (2004): Competitiveness of Turkish Fruits in the World Market, Department of Agricultural Economics, Turkey.

124. Himelrick; D. Ahrens, J. (1991): Grape production @ Post harvest. Agricultural Marketing Organization Project .

125. ICARDA, International Center for Agricultural Research in The Dry Land Areas, (2001): Grape in Syria. Conservation and Sustainable Use of Dry land Agro biodiversity, Aleppo, Syria.

126. Kadir; S. R. Bauernfeind, N. Tisserat., (2004): Commercial Grape Production in Kansas, Kansas State University Agricultural Experiment Station and Cooperative Extension Service. U.S.A.

127. Kalili; N. (2000): Grape Production in Namibia, the Namibian Economic Policy Research Unit (NEPRU). working paper № 76, Windhoek, Namibia.

128. Koçtürk; O.M., (2006): The Marketing of Table Grapes and Farmers Organization in Turkey (Alasehir Case Study). Asian Network for Scientific Information . Journal of Biological Sciences 6(5) ISSN 1727-3048, Turkey.

129. 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, Rune, India.

130. Krueger, A. K. Stone., (2001): Vineyard Establishment Costs under Price and Yield Uncertainty: An Application to Southern Indiana, World Food and Agribusiness Congress.

131. Livingston, L. K. Klonsky, (1998): sample costs to establish a vineyard and produce Table Grapes, UC Cooperative Extension. U.S.A.

132. McCraw, B. (2005): Vineyard Establishment and Management in Oklahoma, Oklahoma State University, U.S.A.

133. Ministry of Agriculture and food. (2003): Table Grape Grading and Packing Manual. Ontario – Canada.

134. MKF Research. (2005): The Economic Impact Of Wine, Grapes And Grape Juice Products In New York State, Empire State Development Corporation, U. S. A.

135. Morris; J.R., Price; C., (1991). Sales of Concord Grape as Table Grapes to Compliment Profits from a Traditional Processing Grape. University of Arkansas.

136. National Agricultural Policy Center (NAPC). (2003): Opportunities for Syrian Fruit and Vegetable Exports in The EU Markets. Jose Maria, Garcia Alvarez Coque, Waficca Hosni, Usaama Saadi. Assistance for Capacity Building Through Enhancing Operation of The National Agricultural Policy Center, FAO- Italian Government Cooperation Program.

137. National Agricultural Policy Center (NAPC). (2006): Syrian Agricultural Trade 2005. Ministry of Agriculture and Agrarian Reform.

138. National Research Centre for Grapes. (2006): Grape Profile, Indian Council of Agricultural Research, India.

139. New Grape Package Resistant to Shocks Designed for Door-to-Door Deliveries, (2009), Agriculture @ Fish Trade News, www.atnews.co.kr.

140. Ngo; H., (2002): Economic Evaluation of Table Grape Production in Central Australia. Technical Bulletin №300, Northern Territory Government, Department of Business, Industry & Resource Development, Australia.

141. Rae; A. N. (2004): International Trade in Fruits and Vegetables: Barriers to Trade, WTO Proposals for Reform and Modelling Alternative Outcomes, Centre for Applied Economics and Policy Studies, Massey University, Palmerston North, New Zealand.

142. Pirog, R. (2000): Grape Expectations : A Food System Perspective on Redeveloping the Iowa Grape Industry. Leopold Center for Sustainable Agriculture. Iowa State University, U.S.A.

143. Pool, R. (2002) : Grape Production in New York, Current Status and Recent Trends, College of Agriculture and Life Sciences, Cornell University, U.S.A.

144. Reynolds, S. (2009): Analyzing the South African table grape industry within a partial equilibrium framework, Presented at the 2009 Pre-Conference Workshop, August 16, 2009, Diet and Obesity: Role of Prices and Policies, Agrekon, Vol 48, № 2, South Africa, p.123-145.

145. Sammet L. L. and French B. C. (1995): Costs of Packing Fresh Grapes, study shows reductions in costs of marketing table grapes are possible by improving operating methods, University of California, Riverside. California Agriculture.

146. SATI, South African Table Grape Industry. (2009): Market Outlook, Trade Newsletter Issue 5: 26th. South Africa.

147. SATI, South African Table Grape Industry . (2009): Market Outlook, Trade Newsletter Issue 6:10th. South Africa.

148. Schmitz, T. G. and James Seale, Jr. (2002-2003): Import Demand for Disaggregate Fresh Fruits in Japan, Morrison School of Agribusiness and Resource Management Faculty Working Paper Series.

149. Seidler, E; (2001): Wholesale Market Development . 22th Congress of The World Union of Wholesale Markets. FAO's Experience. South Africa.

150. 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, Selected Paper prepared for presentation at the American Agricultural Economic Association, Annual Meeting, Denver, Colorado, August 1-4, 2004 Department of Agricultural Economics, Texas A&M University, College Station, U.S.A.

151. Shaffer, B . White, G. (2003) : Lake Erie Grape Farm Cost Survey 1996 – 2000. Department of Applied Economics and Management College Agriculture and Life Sciences. Cornell University, Ithaca, New York.

152. Shah, D. (2007): Assessing Economics of Grape Cultivation in India, Munich Personal RePEc Archive, Deemed University, Maharashtra, India.

153. Signes, A. J. F. Burló, F. Martĭnez-Sánchez, Ă A. Carbonell-Brrachina, (2007): Effects of Preharvest Bagging on Black Table Grape, Department of Agro-Food Technology, Univesidad Miguel Herná, Orihuela Alicante – Spain.

154. Smilanick, J. L., Hashim-Buckey, J., Mansour, M. F., Mlikota Gabler, F., Schrader, P., Pryor, M., and Margosan, D. A. (2008): Preharvest Fungicides to Control Postharvest Decay of Table Grapes in California's San Joaquin Valley, Annual National Viticulture Research Conference, University of California, Davis, U.S.A.

155. Sporleder, T. L. Martin, J. L., (1998): Economic Perspectives on competitveness under WTO, NAFTA, and FTAA.

156. Statistical Review, New Zeland, June, 2001.

157. Strage, J. Steve, I. Ernst, M. (2002): KY Grape Production Budgets Estimated Costs and Returns : Table Grape Varieties. New Crop Opportunities Center.

158. U.S. Small Business development center. (2000): Vineyard Business Plan. U. S. A.

159. United Nations Economic Commission For Europe (UNECE), (2007): UNECE STANDARD FFV-19, Concerning the Marketing and Commercial Quality Control of Table Grapes.

160. United States Agency International Development (USAID), and Proiectul de Dezvltare a Businessului Agricol Fabricatîn Moldova (PDBA), (2008): The Russian Market for Table Grapes, United State Agency International Development and Proiectul de Dezvltare a Businessului Agricol Fabricatîn Moldova, Chisinau, Republica Moldova.

161. United States Department of Agriculture Risk Management Agency, (2008): New York Table Grape, 2009 Commodity Insurance Fact Sheet.

162. Verhagen, B. D. Jones, S. Toy, (2009): Import Risk Analysis: Table grapes (Vitis vinifera) from China, Policy and Risk MAF Biosecurity New Zealand.

163. Weatherspoon, D. Davis, C. Olorunnipa, Z. (1999): Analysis of Import Demand for U.S. Fresh Grape: An Application of The Rotterdam Model. Department of Agricultural Economics. Michigan State University. U.S.A.

164. White G. B. (2005): Cost of Establishment and Production of Vinifera Grapes in the Finger Lakes Region of New York-2004, Department of Applied Economics and Management, College of Agriculture and Life Sciences, Cornell University, Ithaca, New York.

165. White, G. B. Barry E. Shaffer., (2003): Lake Erie Grape Farm Cost Survey 1996-2000, Department of Applied Economics and Management College of Agriculture and Life Sciences Cornell University, Ithaca, New York.

166. White, G. B. Peterson, D. and Martinson T. E. (1999): Cost of Establishment and Production of Vinifera Grapes in The Finger Lanks Region of New York -1997. Department of agricultural, resource, and managerial economics college of agriculture and life sciences. Cornell University, New York.

167. Wolf, M. M. (2002): An Analysis of the Impact of Price on Consumer Purchase Interest in Organic Grape and a Profile of Organic Purchasers. Cal Poly State University. American Agricultural Economics Association Annual Meeting Long Beach, California. U.S.A.

168. Woods, T. M. Ernst., (2005): 2005 Grape Cost and Return Estimates, Department of Agricultural Economics, Cooperative Extension Service, University of Kentucky – College of Agriculture.

169. Woods, T. M. Ernst., Wilson P., (2010): 2010 Grape Cost and Return Estimates, Summaries and Assumptions, Department of Agricultural Economics, Cooperative Extension Service, University of Kentucky – College of Agriculture.

170. World Bank Horticulture and Livestock Program (HLP): (2010): Afghan Grape Post-Harvest Handling Manual.

171. World Horticultural Trade @ U.S. Export Opportunities. (2003): World Trade Grape Situation and Outlook, .

مواقع إلكترونية استخدمت بالبحث:

الرقم	اسم الجهة	الموقع الإلكتروني
172	المركز الوطني للسياسات الزراعية	www.napcsyr.org
173	المكتب المركزي للإحصاء	www.cbssyr.org
174	وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي	www.syrian-agriculture.org
175	هيئة تخطيط الدولة	www.planning.gov.sy
176	جمعية المصدرين السوريين للمنتجات الزراعية (سابيا)	www.sapea.com
177	هيئة المواصفات والمقاييس العربية السورية	www.sasmo.net
178	مُنظَّمة التجارة العالميَّة	www.wtoarab.org
179	الهيئة العامة المصرية للمواصفات والجودة	www.eos.org.eg
180	الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة	www.saso.org.sa
181	مستشارو السلامة الغذائية للشرق الأوسط وشمال أفريقيا (ميفوسا)	www.mefosa.com
182	مقاييس HACCP	www.haccpalliance.org
183	مقاييس GLOBALGAP	www.globalgap.org
184	مقاييسEUREPGAP	www.eurepgap.org
185	American Journal of Enology and Viticulture	www.ajev.com
186	American Viticulture Enology Research Network	www.wineserver.ucdavis.edu
187	American Vineyard Foundation	www.avf.org
188	Australian Table Grape Association ATGA.	www.australiangrapes.com.au
189	Ontario Grape Growers	www.grapegrowersofontario.com
190	MN Cold Climate Vines	www.grapes.umn.edu
191	California Table Grape Commission	www.tablegrape.com
192	Food and Agriculture Organization.	www.fao.org
193	Grape and Wine Research and Development Corporation.	www.gwrdc.com.au.
194	International Organization of Vine and Wine.	www.oiv.int
195	Minnesota Grape Growers Association	www.mngrapes.com
196	South African Table Grape Industry (SATI)	www.satigi.co.za.

www.westerniowagrapegrowers.org	Western Iowa Grape Growers Association	197
www.iowawinegrowers.org	Iowa Grape Growers Association	198

الملاحق.

الملحق (1): استبانة مزارعي كروم العِنَب في جنوب سورية.

جامعة دمشق
كلية الهندسة الزراعية
قسم الاقتصاد الزراعي

استبيان مزارعي الكرمة
استمارة البحث للموسم الزراعي 2008

هذا الاستبيان لغرض البحث العلمي فقط، وأي إجابة تعتبر خاصة بهذا الاستبيان فقط.

ونرجو من السادة الذين يتم سؤالهم تحري الدقة بالإجابة قدر الإمكان.
في حالة الأسئلة التي تكون الإجابات عليها (نعم) نرجو أن يشار إليها بالعلامة ☑.
وفي حالة الأسئلة التي تكون الإجابات عليها (بلا) نرجو أن يشار إليها بالعلامة☒.

علماً بأنه يمكنك اختيار أكثر من إجابة، والإضافة إن وجدت ذلك ضرورياً.

نشكر كل من أسهم في توزيع وملئ هذه الاستمارة

رقم الاستمارة:
المحافظة:
الدائرة أو (المصلحة):
الوحدة الإرشادية:
القرية:

1. معلومات عامة عن المزارع:

- **ما هو مستـــواك التعليـــــمي ؟.**

❑ أمي. □ ملم بالقراءة والكتابة. □ ابتدائي. □ إعدادي. □ ثانوي. □ جامعي.

- **ما هو المصدر الأساسي لدخل الأسرة ؟.**

☐ من المزرعة.

☐ من المزرعة ومن خارج المزرعة.

☐ من خارج المزرعة بشكل أساسي.

2. معلومات عن إنشاء المزرعة:

في أي عام قمت بإنشاء المزرعة ؟. ..... وما هي مساحـــتها ؟. ..... دونم.

هل احتجت لاستصلاح الأرض قبل الإنشاء ؟. □

هل حصلت على ترخيص من الجهات المختصة بإنشاء المزرعة ؟. □

ماذا كنت تزرع الأرض التي أقمت عليها المزرعة ؟.

☐ محاصيل : قمح، شعير، حمص، وغيرها.

❑ خضار: بندورة، خيار، وغيرها.

❑ أشجار أخرى.

في أي عمر دخلت المزرعة في طور الإثمار (التبشير) ؟. .....

في أي عمر دخلت المزرعة في طور الإثمار الفعلي (الحمل النظامي) ؟. .....

- **ما هو شكل الملكية ؟.**

☐ أرض مملوكة

☐ مشاركة، ما هي نسب توزع المردود ؟. .....

- **هل قمت بزراعة محاصيل أخرى داخل كروم العنب قبل الإثمار ؟. □ في حالة الإجابة بنعم:**
  - ما هو المحصول ؟.....
  - في أي سنة من عمر المزرعة زرعت هذا المحصول ؟.....

3. مصادر التمويل: ما هو مصدر التمويل لتأسيس المزرعة ؟.

☐ تمويل شخصي

☐ قرض خاص ما هي قيمة القرض ؟. ..... فائدته.....%. وما هي مدة القرض ؟. .....

☐ قرض حكومي ما هي قيمة القرض ؟. ..... فائدته.....% وما هي مدة القرض ؟. .....

4. مصدر مياه الري: ما هو مصدر مياه الري ؟.

بئر □. شبكات ري حكومية □. مصادر أخرى □.

هل هناك نقص في كمية مياه الري ؟. □

5. **المكافحة: كيف تحدد الحاجة لإجراء المكافحة ؟.**

☐ الخبرة الشخصية. ☐ استعمال المصائد.

☐ الوحدة الإرشادية.

☐ مهندس يشرف على المزرعة. ☐ المحل الزراعي الذي تتعامل معه.

كم رشة تجري خلال الموسم ؟. .....

هل تتبع برنامج زمني ثابت للوقاية والمكافحة ؟. ☐ في حالة الإجابة بنعم ما المدة بين الرشات ؟. .....

ما هي نسبة الفقد في كمية الإنتاج نتيجة الإصابات الحشرية والفطرية نسبة إلى كمية الإنتاج الكلي ؟.

❑ أقل من 5% من كمية الإنتاج الكلي. ☐ 5%. ☐ 10%.

❑ 15%. ☐ 20%. ☐ أكثر من ذلك.

ما هي نسبة الفقد في جودة الإنتاج نتيجة الإصابات الحشرية والفطرية نسبة إلى قيمة الإنتاج الكلي ؟.

❑ أقل من 5% من كمية الإنتاج الكلي. ☐ 5%. ☐ 10%.

❑ 15%. ☐ 20%. ☐ أكثر من ذلك.

- هل تعتبر مكافحة الآفات أساسية ولا يمكن إنتاج العنب بدونها ؟. ☐
- هل تعتبر أن الأسمدة المعدنية ضرورية ولا يمكن إنتاج العنب بدونها ؟. ☐

6. العمالة:

ما هو عدد أفراد أسرتك ؟. ..... وما هو عدد أفراد الأسرة الذين يعملون بالمزرعة ؟. .....

هل تدير المزرعة بنفسك ؟. ☐

من يقوم بالعمل اليدوي بالمزرعة ؟.

أنت وعائلتك. ☐ عامل دائم أو عمال دائمون. ☐ عمال مؤقتون. ☐

هل تمتلك جرار لخدمة المزرعة ؟. ☐

7. عمليات الخدمة:

من يقوم بتقليم المزرعة ؟. مهندسون. ☐ عمال مختصون. ☐

كم مرة تقوم بحراثة المزرعة بالسنة ؟.....

هل تجري عملية عزيق للمزرعة ؟. ☐ كم مرة بالسنة ؟. .....

هل تستخدم مبيدات البذور ؟. ☐ كم مرة بالسنة ؟. .....

هل تستخدم مبيدات الأعشاب ؟. ☐ كم مرة بالسنة؟. .....

هل تلجأ إلى ترك الأغنام ترعى تحت الأشجار ؟. ☐ لماذا؟.....

8. التكـــــالـــــيف:

ضع الكلفة التقديرية مقابل كل بيان مقدرة بالليرات السورية لكل دونم وليس لكامل المزرعة.

كلفة استصلاح الأرض إذا استصلحتها قبل بناء المزرعة	_____ ل . س / دونم
كلفة الإنشاء	_____ ل . س / دونم
كلفة الغراس	_____ ل . س / دونم
أجرة الغرس	_____ ل . س / دونم
كلفة شبكة الري	_____ ل . س / دونم
قيمة مازوت للري في حالة الري من بئر	_____ ل . س / دونم
قيمة الأسمدة العضوية "المخلفات الحيوانية"	_____ ل . س / دونم
قيمة السماد المعدني "آزوتي ، بوتاسي ، فوسفوري"	_____ ل . س / دونم
قيمة الأسمدة الذوابة	_____ ل . س / دونم
قيمة المبيدات الحشرية والفطرية	_____ ل . س / دونم
قيمة مبيدات أعشاب ومبيدات بذور	_____ ل . س / دونم
أجرة عمال نثر الأسمدة العضوية والمعدنية الأساسية	_____ ل . س / دونم
كلفة إزالة بقايا التقليم	_____ ل . س / دونم
أجرة تربيط الأفرع بعد التقليم	_____ ل . س / دونم
أجرة عمال لرش المبيدات	_____ ل . س / دونم
أجرة المهندس المشرف	_____ ل . س / سنة
أجرة العامل الدائم أو الناطور في حالة وجوده	_____ ل . س / شهر
أجرة توريق وتنزيل قطوف	_____ ل . س / دونم
كلفة غراس للترميم بدل الغراس الميتة	_____ ل . س / دونم
أجور عمال القطف	_____ ل . س / طن

9. مشكلات الإنتاج: ما هي المشكلات التي تعترضك ؟.

- ☐ ارتفاع تكاليف الإنشاء مقارنة مع أي شجرة أخرى.
- ☐ الجفاف ونقص مياه الري.
- ☐ ارتفاع تكاليف الري.
- ☐ صعوبة مكافحة الآفات التي تصيب شجرة العنب.
- ☐ ارتفاع تكاليف الوقاية والمكافحة.
- ☐ ارتفاع تكاليف التسميد.
- ☐ ندرة العمال المختصين بأعمال العنب.
- ☐ كثرة عمليات الخدمة التي تحتاجها الكروم وبالتالي تحتاج إلى وقت كبير من المزارع على مدار العام.
- ☐ عدم وجود اهتمام كاف من وزارة الزراعة ويتمثل هذا التقصير في:
  - ☐ عدم وجود دورات تدريبية لمزارعي الكرمة.
  - ☐ عدم وجود أيام حقلية حول إنتاج العنب.
  - ☐ عدم وجود إرشادية من وزارة الزراعة حول زراعة وخدمة شجرة الكرمة.

نقاط أخرى ما هي ؟.

1. 2.

10. **الإرشاد الزراعي:** إلى من تلجأ عندما تواجهك مشكلة في المزرعة ؟.

❑ الوحدة الإرشادية.	□ الجمعية التعاونية.
❑ المهندس المشرف.	□ المحل الزراعي الذي تتعامل معه.
❑ مُزارع آخر أكثر خبرة.	
❑ مصادر أخرى ما هي: 1-	2-

11. **المنتجات الثانوية: ما هي المنتجات الأخرى لديك ؟.**

❑ أوراق غضة كم مرة تقوم بجمعها ؟. ..... أين تسوقها ؟. ..... ما هي أسعارها ؟. .....

❑ حصرم ما هي الكمية التي قطفتها منه ؟. ..... لماذا تقطفه ؟. .....

❑ تداريك ما هي كميتها ؟. ..... وما هي أسعارها ؟.....

12. **التسويق:** هل ضمّنت المزرعة ؟. □

في حالة الإجابة بنعم:

متى ضمنت المزرعة؟. ..... ما قيمة الضمان الكلية ؟. ..... ليرة سورية

هل حصلت على قيمة الضمان كاملة ؟. □ في حالة الإجابة بلا:

ما هو المبلغ الذي حصلت عليه ؟. .....ليرة سورية. لماذا ؟.....

ما هو أساس الضمان ؟.

□ مبلغ محدد للدونم أو المزرعة . □ سعر محدد للكيلو غرام من العنب.

وانتقل مباشرة إلى الفقرة 13

في حالة الإجابة بلا " أي في حالة عدم تضمين المزرعة":

ما هي العبوات التي استخدمتها في تعبئة العنب ؟.

□ صناديق كبيرة سعة 25 كغ. □ صناديق صغيرة سعة 1.2 كغ. □ صناديق صغيرة سعة 2 كغ.

□ صناديق سعة 5 كغ. □ صناديق سعة 8 كغ. □ صناديق سعة 10كغ.

□ صناديق متوسطة سعة 14 كغ. □غيرها ما هي:.....

كم كان إنتاج المزرعة من العنب ؟. ..... طن.

ما هي الجهة التي تسوق إنتاجك من خلالها ؟.

❑ سوق الهال	بنسبة .....%
❑ تجار الضمان	بنسبة .....%
❑ مشاغل التصدير مباشرة	بنسبة .....%
❑ التخزين على نفقة المنتج للبيع في أوقات لاحقة	بنسبة .....%
❑ منافذ أخرى ما هي: 1-	بنسبة .....%
2-	بنسبة .....%

في حالة التسويق من خلال سوق الهال

- ما هو متوسط سعر الكيلو المدفوع من قبل التجار ؟..... ليرة سورية.
- ما هي الكمية التي بعتها في سوق الهال ؟..... طـن.

ما هي المشكلات والصعوبات المرتبطة بالتسويق من خلال سوق الهال ؟.

- □ عدم ثبات الأسعار.
- □ يتحمل المنتج تكاليف الجني والتعبئة وثمن العبوات.
- □ يتحمل المنتج تكاليف الشحن إلى الأسواق.
- □ قد يتآمر تاجر سوق الهال مع المشتري على المنتج فيتم تسعير المنتج بأقل من قيمته.
- □ قد لا يتم بيع الشحنة بالمزاد العلني وبالتالي تضطر لتنزيل الشحنة أمام محل تاجر سوق الهال.

مشكلات غيرها مـــا هي ؟. 1. 2.

ما هي إيجابيات التسويق من خلال أسواق الجملة ؟.

- □ البيع يتم بطريقة المزاد العلني أي لا نتعرض للغبن من التاجر.
- □ الثمن مضمون عند تاجر سوق الهال.

إيجابيات غيرها مـــا هي ؟. 1. 2 .

في حالة التسويق من خلال الضمّان

- ما هو متوسط سعر الكيلو المدفوع من التاجر ؟..... ليرة سورية.
- ما هي الكمية التي بعتها لتجار الضمان ؟..... طـن.
- ما هي العبوات المستخدمة ؟.....
- ما هي العمليات التي تقوم بتنفيذها ؟.

□ قطف. □ فرز وتدريج. □ تعبئة. □ نقل. □ تحميل وتنزيل.
□ عمليات أخرى ما هي ؟. 1- 2-

ما هي المشكلات والصعوبات المرتبطة بالتسويق من خلال الضمّان ؟.

- □ في حالة ارتفاع الأسعار تعود الفائدة للضامن.
- □ في حالة انخفاض الأسعار يتهرب الضامن من الاتفاق.

مشكلات غيرها ما هي ؟. 1. 2.

ما هي إيجابيات التسويق من خلال تجار الضمان ؟.

- □ يتم استلام قسم من قيمة المحصول منذ بداية الموسم.
- □ لا يتحمل المنتج كلفة وعناء الشحن إلى الأسواق.

ايجابيات أخرى ما هي ؟. 1. 2.

في حالة التسويق لمشاغل التصدير مباشرة

- ما هو متوسط سعر الكيلو المدفوع من المشغل ؟..... ليرة سورية.
- ما هي الكمية التي بعتها للمشاغل مباشرة ؟..... طـن.
- ما هي العبوات المستخدمة ؟.....
- ما هي العمليات التي تقوم بتنفيذها:

□ قطف. □ فرز وتدريج. □ تعبئة. □ نقل. □ تحميل وتنزيل.
□ عمليات أخرى ما هي ؟. 1- 2-

ما هي المشكلات والصعوبات المرتبطة بالتسويق من خلال المشاغل مباشرة ؟.

□ يطلب المشغل العنب ذو الجودة العالية وبالتالي بقاء الكميات الرديئة لتباع في سوق الهال بأسعار منخفضة.

□ لا يدفع المشغل ثمن العنب مباشرة وبالتالي قد لا يتم تحصيل كامل المبلغ.

□ يشترط المشغل في أكثر الحالات التعبئة ضمن صناديق التصدير مباشرة وبالتالي زيادة الكلفة على المنتج.

□ في حالة رفض المشغل لإحدى الشحنات تباع للسوق بسعر زهيد خاصة إذا كانت معبأة في عبوات تصديرية.

□ لا يخضع البيع للمزاد العلني وبالتالي يفرض صاحب المشغل سعر العنب.

□ في حالة الاتفاق المسبق على سعر العنب وانخفاض الأسعار بعدها، غالباً ما يرفض المشغل الشُحنات.

مشكلات أخرى ما هي ؟. 1. 2.

ما هي إيجابيات التسويق من خلال المشاغل مباشرة ؟.

□ يوفر المنتج عمولة الوسطاء " الضامن - تاجر سوق الهال " .

□ يحصل المنتج على سعر أنسب من سعر السوق في حالة كان المنتج عالي الجودة.

ايجابيات أخرى ما هي ؟. 1. 2.

13. معوقات التسويق:

ماذا تقترح لحل المشكلات المتعلقة بالتسويق ؟.

1. 2.
3. 4.

14. **مستقبل زراعة كروم العنب:** هل أنت متفائل لمستقبل هذه الزراعة ؟. □

في حالة الإجابة بلا لماذا أنت متشائم ؟.

- ❑ خوفاً من تدني الأسعار في المستقبل.
- ❑ خوفاً من انتشار آفات يصعب مكافحتها والتعامل مها.
- ❑ خوفاً من عدم توفر مياه الري في المستقبل.

في حالة الإجابة بنعم لماذا أنت متفائل لمستقبل هذه الزراعة ؟.

- ❑ الأسعار لن تنخفض بشكل كبير في المستقبل.
- ❑ السوق الخارجية كبيرة وتستوعب زيادة الإنتاج.
- طرق وتقنيات الزراعة الحديثة وعمليات الخدمة التي:

تزيد من الإنتاج من الدونم الواحد □. تحسن النوعية □. تقلل التكاليف □.

ماذا تقترح لتطوير هذه الزراعة غير ما ورد في الاستمارة ؟

1. 2.
3. 4.

وشكراً

الملحق (2): عدد حائزي مزارع الكرمة المرويَّة في محافظات ريف دمشق، ودرعا، والسويداء، والقنيطرة لعام 2007، وإجمالي مساحة الكروم.

المِنطقة	ريف دمشق	درعا	القنيطرة	السويداء	المجموع
إجمالي المُجتمع	6716	1947	145	60	8868
% إلى المجتمع الكلي	75.7	22.0	1.6	0.7	100
إجمالي المساحة	29436.5	23023.5	1110.0	650.0	54220
%من المساحة الكلية	54.3	42.5	2.0	1.2	100
عدد مزارعي المُجتمع الهدف	1464	1854	120	45	3483
%إلى المُجتمع الهدف الكلي	42.0	53.2	3.4	1.3	100
مساحة المجتمع الهدف	18305.5	22703.0	1020.0	610.0	42639
%من مساحة الهدف الكلية	42.9	53.2	2.4	1.4	100

مصدر البيانات: بيانات غير منشورة لوزارة الزراعة، وحسابات تحديد حجم عينة الدراسة.

الملحق (3): قانون كريجيكي مورغان.

$$S = \frac{X^2 N P (1-P)}{d^2 (N-1) + X^2 P (1-P)}$$

حيث n: حجم عينة الدراسة.

N: حجم المُجتمع.

X^2: قيمة ثابت درجة الحرية عند المستوى المرغوب وعادل 3.841.

P: نسبة المُجتمع وهي نسبة ثابتة 0.5.

d: درجة الثقة وهي تختلف بحسب نوع البيانات وبحسب الهدف من التحليل ومؤشرات أخرى وبحسب رؤية الباحث بشكل أساسي، وهو غالباً 0.05 أو 0.1.

الملحق (4): استبانة مُصدِّري عنب المائدة في سورية للمواسم 2006 وَ2007 وَ2008.

جامعة دمشق

كلية الهندسة الزراعية

قسم الاقتصاد الزراعي

استبيان مصدري العنب في سوريا

استمارة البحث للموسم الزراعي

هذا الاستبيان لأغراض البحث العلمي فقط وأي إجابة تعتبر خاصة بهذا الاستبيان فقط.

ونرجو من السادة الذين يتم سؤالهم تحري الدقة بالإجابة قدر الإمكان.

في حالة الأسئلة التي تتضمن إجابات نعم

نرجو أن يشار إليها بهذه العلامة ☑

والتي تتضمن إجابات لا

نرجو أن يشار إليها بهذه العلامة☒

نشكر كل من ساهم في توزيع وملئ هذه الاستمارة

اسم الشركة أو المشغل:

اسم مدير أو صاحب الشركة أو المشغل :

عنوان الشركة أو المشغل:

رقم الهاتف:

ما هي الدول التي تصدرون العنب إليها:

❑ السعودية ❑ الكويت ❑ الإمارات ❑ البحرين ❑ قطر ❑ عُمان ❑ الأردن
❑ العراق ❑ غيرها ما هي:1- 2- 3- 4-

ما هي المصادر التي تشترون العنب منها:

❑ من أسواق الجملة "أسواق الهال" بنسبة .....%
❑ من الفلاح مباشرة بنسبة .....%
❑ تعاقد مع الفلاح بنسبة .....%
❑ شراء من الضامنين مباشرة بنسبة .....%
❑ تقومون بضمان مزارع أو يضمن ضامنون لحسابكم بنسبة .....%

ما هي العقبات التي تعترضكم عند شراء العنب:

❑ الحاجة إلى إعادة التعبئة.

❑ ينتج عن الفرز قسم كبير من العنب لا يصلح للتصدير.

عقبات غيرها ما هي:1- 2-

ما هي أحجام العبوات المستخدمة:

❑ صناديق صغيرة سعة 1.2 كغ بنسبة .....%

❑ صناديق سعة 2 كغ بنسبة .....%

❑ صناديق سعة 10كغ بنسبة .....%

❑صناديق متوسطة سعة 14 كغ بنسبة .....%

❑غيرها ما هي:.....

ما هي أنواع العبوات المستخدمة:

❑ خشبية بنسبة .....%

❑ بلاستيكية بنسبة .....%

❑ كرتونية بنسبة .....%

❑بوليسترين بنسبة.....%

ما هي العمليات التي تجرونها على العنب في المشغل:

❑ فرز ❑ تدريج ❑ إعادة تعبئة ❑ تغليف ❑ تبريد أولي ❑ تخزين

هل تقتنع بالعمليات التسويقية التي يجريها:

❑ المنتج ❑ الضامن ❑ وسطاء آخرون

ما هي وسائل الحصول على المعلومات التسويقية:

❑ الهاتف والفاكس ❑ التجار في الأسواق ❑الصحف ❑ الإنترنت ❑ وزارة الزراعة

❑ مصادر أخرى ما هي:

ما هو سبب رفض بعض الشحنات:

❑ سوء الفرز ❑ سوء التخزين ❑ الأثر المتبقي للمبيدات ❑ الأثر المتبقي للهرمونات

❑ أسباب أخرى ما هي: .....

ما هي المشكلات التي تواجهونها:

مشكلات خاصة بالعنب:

❑ آثار لونية وحروق على الثمار بسبب الاستخدام غير الصحيح للمبيدات.

❑ أثر متبقي للمبيدات الزراعية والهرمونات يظهر من خلال تحليل العينات.

❑ آثار إصابات مرضية وحشرية وحبات تالفة أو معطوبة.

❑ استخدام ملونات صناعية مما قد يؤدي لرفض الشحنة.

❑ قيام المنتج أو الضامن بوضع أعناب رديئة في قعر الصناديق.

مشكلات تتعلق بعقبات التصدير:

❑ صعوبة تجهيز الأوراق المطلوبة للتصدير.

❑ إجراءات صعبة عند الخروج من الحدود السورية.

❑ إجراءات صعبة عند دخول دول المرور.

❑ الحاجة إلى تغيير السيارة عند دخول الأراضي السعودية بالنسبة للمنتجات المصدرة إلى السعودية وليس في حالة المرور.

مشكلات تتعلق بالتسويق في الدول المستوردة:

❑عدم توافر أسواق قوية للتسويق من خلالها.

❑ يتم التسويق عبر السماسرة وبالتالي التعرض لاستغلالهم.

❑ في حالة البيع إلى تجار مباشرة من خلال اتفاق مسبق قد يتعرض المصدر لاستغلال التاجر.

هل أنت متفائل تجاه مستقبل تصدير العنب السوري

في حالة الإجابة بنعم: لماذا؟

- ❑ العنب السوري لن يتعرض لمنافسة فعلية في الخارج.
- ❑ أسعار العنب السوري الجيدة في الخارج ستستمر خلال الأعوام القادمة.
- ❑السوق الخارجية كبيرة وتستوعب زيادة الإنتاج من العنب السوري.
- ❑ توجد أسواق جديدة لم يخترقها العنب السوري وهناك أمل في أن يصلها.
- ❑ أسباب غيرها ما هي:

في حالة الإجابة بلا : لماذا أنت متشائم:

- ❑هناك منافسة حقيقية وكبيرة للعنب السوري في الخارج وهذه المنافسة تتطور لصالح الغير.
- ❑أسعار العنب السوري قد تتدهور في الأعوام القادمة.
- ❑السوق الخارجية محدودة والإنتاج من العنب السوري يغطيها تقريباً وزيادة الإنتاج ستنعكس سلباً على الأسعار.
- ❑ لا توجد أسواق قريبة غير دول الخليج العربي.
- ❑ أسباب غيرها ما هي:

ماذا تقترح لتطوير تسويق العنب السوري للخارج:

-1

-2

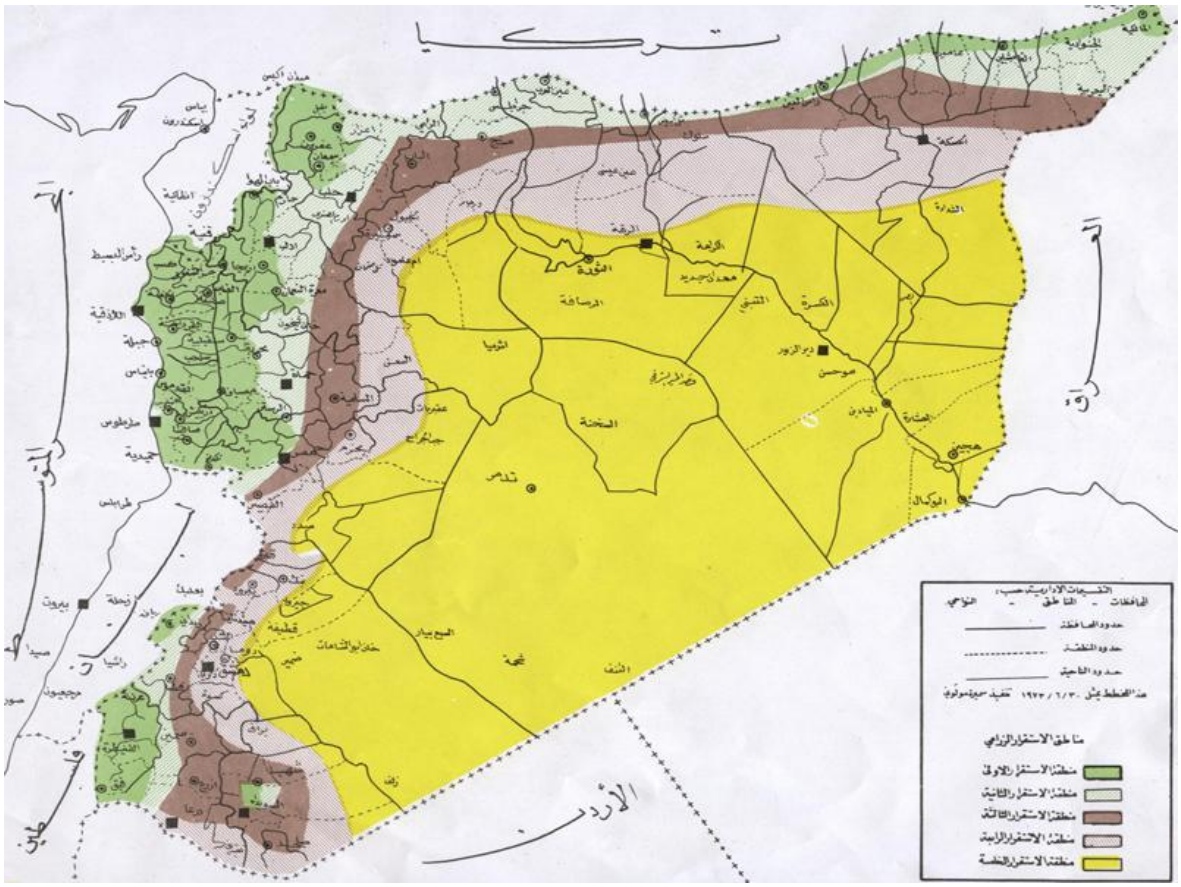
-3

الملحق (5): مقارنة نِسَب المساحة الإجمالية والمساحة القابلة للزراعة والمساحة المرويَّة لمناطق الدراسة، بإجماليها لسورية لعام 2007.

المنطقة	ريف دمشق	درعا	السويداء	القنيطرة	منطقة الدراسة	سورية
المساحة الإجمالية	1813.7	373.0	555.0	186.1	2927.8	18518.0
نسبة مساحة المحافظة إلى مساحة سورية	9.8	2.0	3.0	1.0	15.8	
الأراضي القابلة للزراعة	211.3	226.0	195.3	156.9	789.5	5949.6
نسبة مساحة الأراضي القابلة للزراعة في المحافظة إلى الأراضي القابلة للزراعة في سورية	3.6	3.8	3.3	2.6	13.3	
الأراضي المرويَّة	77.4	27.8	1.5	4.6	111.3	1402.2
نسبة مساحة الأراضي المرويَّة إلى الأراضي المرويَّة في سورية	5.5	2.0	0.1	0.3	7.9	

مصدر البيانات: المجموعة الإحصائية لوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.

الملحق (6): مصوَّر يبيِّن مناطق الاستقرار الزراعي المطرية في سورية.



مناطق الاستقرار الزراعي المطرية في جنوب سورية.



المصدر: المجموعة الإحصائية لوزارة الزراعة.

الملحق (7): مقارنة كميَّات الصادرات العالمية من العنب وقيمها والمُتوسط السنوي لأسعارها للفترة 1996-2007.

السنة	كميَّة الصادرات طن	قيمة الصادرات 1000 دولار	السعر ألف دولار/ الطن
1996	2107217	2069827	0.98
1997	2355717	2271336	0.96
1998	2294387	2194216	0.96
1999	2418290	2298375	0.95
2000	2812581	2502362	0.89
2001	2747444	2493128	0.91
2002	2713827	2693655	0.99
2003	3120864	3135462	1.00
2004	3064453	3292723	1.07
2005	3505634	4110769	1.17
2006	3432392	3975879	1.16
2007	4431336	5916077	1.34
المُتوسط	2917011.83	3079484.08	1.03
الانحراف المعياري	650643.94	1122255.25	0.13

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (8): مقارنة كميَّة وقيمة والمُتوسط السنوي لأسعار عنب المائدة المستورد لأهم الدول المستوردة لعام 2007.

الدولة	قيمة واردات مليون دولار	كميَّة الواردات ألف طن	سعر وحدة الواردات دولار/كغ
الولايات المتحدة	960.7	514	1.87
بريطانيا	612.4	253.2	2.42
ألمانيا	609.3	307.1	1.98
هولندا	605.9	329.4	1.84
روسيا	412.5	380.7	1.08
كندا	342.6	186	1.84
فرنسا	214.6	143.3	1.50
بلغاريا	166.8	81.6	2.04
بولندا	163.9	111	1.48
الصين	142.3	76.2	1.87

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (9): المساحة المزروعة بالأشجار المُثمرة في سورية للفترة 2004-2008.

الوحدة: ألف هكتار

اسم المحصول	2004	2005	2006	2007	2008
الزيتون	531.4	544.7	564.9	600.5	617.1
الكرمة	51.3	54.0	55.7	54.8	54.7
المشمش	13.1	13.3	13.9	13.7	13.6
الدراق	6.3	6.5	6.6	6.7	6.8
التفاح	45.1	45.2	46.5	46.5	47.4
الإجاص	4.1	4.0	4.1	4.1	4.1
الخوخ	2.7	3.0	3.1	3.3	3.5
الجانرك	1.5	1.5	1.6	1.7	1.7
اللوز	58.0	61.3	66.0	58.8	60.1
الجوز	3.4	3.3	3.3	3.2	3.2
السفرجل	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
التين	9.8	10.0	9.7	9.8	9.7
الرمان	4.4	4.3	4.3	4.3	4.4
الكرز	24.3	24.8	25.4	26.0	26.5
الفستق الحلبي	56.9	56.9	56.7	56.6	56.2
النخيل البلحي	0.4	0.3	0.4	0.4	0.3
البرتقال	17.8	18.4	19.8	21.3	22.4
الليمون	5.2	5.4	5.7	5.9	6.1
حمضيات أخرى	8.2	8.1	8.3	8.7	9.0
مشمش هندي	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
الكاكي (الخرما)	–	1.5	1.5	1.6	1.6
أشجار مُثمرة أخرى	2.1	1.2	0.9	0.9	0.4
المجموع	846.6	868.3	899.0	929.4	949.4
نسبة الكروم إلى المجموع	6.06	6.22	6.20	5.90	5.76

مصدر البيانات: المجموعة الإحصائية المكتب المركزي للإحصاء 2009.

الملحق (10): مُقارنة إنتاجية مزارع الكروم في سورية للفترة 1999-2008 بحسب بيانات الفاو وبيانات المكتب المركزي للإحصاء.

السنة	بيانات المكتب المركزي للإحصاء	بيانات الـFAO لسورية	بيانات الـ FAO للعالم	النسبة %
1999	5.5	5.5	8.4	65.5
2000	5.9	5.9	8.8	67.0
2001	5.7	5.7	8.3	68.7
2002	7	6.5	8.3	78.3
2003	7.2	7.1	8.5	83.5
2004	7	7.9	9.2	85.9
2005	7.2	5.7	9.1	62.6
2006	6	10.2	9.1	112.1
2007	5	8.2	9	91.1
2008	5.1	8.2	9.1	90.1

مصدر البيانات: المجموعة الإحصائية للمكتب المركزي للإحصاء وFAOSTAT.

الملحق (11):كمية وقيمة صادرات عنب المائدة لأهم الدول المصدرة والمتوسط السنوي لأسعار التصدير لعام 2007.

الدولة	قيمة الصادرات مليون دولار	كميَّة الصادرات ألف طن	الأسعار
تشيلي	1967	1553	1.27
إيطاليا	705	447	1.58
الولايات المتحدة	704	387	1.82
هولندا	466	194	2.40
جنوب أفريقيا	313	287	1.09
إسبانيا	199	106	1.88
البرازيل	170	170	1.00
المكسيك	154	177	0.87
اليونان	141	69	2.04
ألمانيا	101	39	2.60
تركيا	94	170	0.55
أوزبكستان	67	111	0.60
الهند	77	97	0.79
سورية	9.27	24.90	0.37

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (12): مُقارنة أسعار المستهلك للعِنَب بحسب المحافظات السورية كمُتوسط سنوي لعام 2008.

المحافظة	سعر العِنَب ل.س/كغ
دمشق	44
ريف دمشق	41
حلب	37
حمص	47
حماه	40
طرطوس	39
اللاذقية	43
إدلب	39
الرقة	37
دير الزور	45
الحسكة	34
السويداء	38
درعا	40
القنيطرة	39
المُتوسط	40.2

المصدر: المجموعة الإحصائية المكتب المركزي للإحصاء.

الملحق (13): مقارنة نسب المساحات والنسب العددية للمحاصيل السابقة لإنشاء مزارع العِنَب في جنوب سورية.

المحصول السابق	المساحة		العدد	
	هكتار	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
محاصيل حقلية	93.3	52.97	42	44.21
خضار	61.9	35.14	34	35.79
أشجار مثمرة	20.95	11.89	19	20.00
المجموع	176.15	100.00	95	100.00

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (14):مقارنة كروم العِنَب بحسب إجراء عملية الاستصلاح قبل الزراعة من عدمها بحسب المحافظات.

المحافظة	استصلاح قبل الزراعة		بدون استصلاح	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
درعا	32	66.7	38	84.4
ريف دمشق	16	33.3	7	15.6
الإجمالي بما فيه (السويداء والقنيطرة)	50	52.6	45	47.4

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (15): مقارنة مساحات وأعداد مزارع العِنَب في جنوب سورية بحسب الملكية.

	مساحة الكروم بحسب الملكية		عدد الكروم بحسب الملكية	
الملكية	المساحة هكتار	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
مشتركة	14.9	8.46	9	9.47
فردية	161.25	91.54	86	90.53
المجموع	176.15		95	

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (16): مقارنة متوسط عمر إثمار مزارع العِنَب بحسب تاريخ إنشائها.

فترة إنشاء المزرعة	دخول طور الإثمار		دخول طور الإثمار الفعلي	
	متوسط العمر	الانحراف المعياري	متوسط العمر	الانحراف المعياري
1970-1979	4.54	0.66	5.54	0.66
1980-1989	3.8	0.82	4.9	0.77
1990-2003	3.5	0.56	4.6	0.55
إجمالي عينة الدراسة	3.78	0.79	4.9	0.74

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (17): مقارنة كروم العِنَب على أساس الزراعات التكثيفية.

المحصول التكثيفي	مساحة المزارع			عدد المزارع		
	المساحة هكتار	النسبة المئوية من إجمالي التكثيفي	النسبة المئوية من إجمالي التكثيفي	العدد	النسبة المئوية من إجمالي التكثيفي	النسبة المئوية من إجمالي التكثيفي
بقول	62.1	54.74	35.25	30	51.72	31.58
خضار	42.55	37.51	24.16	23	39.66	24.21
محاصيل (متنوعة)	8.8	7.76	5.00	5	8.62	5.26
مجموع المزروع تكثيفياً	113.45		64.41	58		61.05
بدون زراعات تكثيفية	62.7		35.59	37		38.95
الإجمالي	176.15			95		

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (18): مقارنة إنتاجية المزارع التي زرعت بمحاصيل تكثيفية بالتي لم تزرع.

	إجمالي المزارع				المزارع التي لم تؤجر إلى ضامنين							
	المساحة		العدد		المساحة		العدد		الإنتاج		الإنتاجيَّة	
	هكتار	النسبة المئوية	عدد	النسبة المئوية	هكتار	النسبة المئوية	عدد	النسبة المئوية	طن	النسبة المئوية	طن/هكتار	النسبة المئوية
زراعة تكثيفية	113.45	64.4	58	61.1	74.35	67.7	45	63.4	2208	67.5	29.7	99.66
بدون زراعة تكثيفية	62.7	35.6	37	38.9	35.55	32.3	26	36.6	1062	32.5	29.9	100.34
الإجمالي	176.15	100	95	100	109.9	100	71	100	3270	100	29.8	100

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (19): مقارنة مزارع العِنَب المرويَّة في محافظات جنوب سورية بحسب مصادر الري ومدى وفرتها.

المنطقة	مصدر الري						وجود نقص في مياه الري					
	بئر		مشاريع ري		المجموع		بئر		مشاريع ري		المجموع	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
درعا	35	47	13	65	48	51	7	27	9	64	16	40
ريف دمشق	39	52	6	30	45	47	18	69	5	36	23	58
المجموع بما فيه القنيطرة والسويداء	75		20		95		26		14		40	

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (20): مقارنة أعداد ومساحات مزارع العِنَب المرويَّة في جنوب سورية بحسب مصادر الري ومدى وفرتها.

	المزارعين		المساحة			العوز المائي	
مصدر الري	عدد	النسبة المئوية	هكتار	نسبة مئوية	متوسط المساحة	عدد مزارعين	النسبة المئوية
آبار	75	78.9	142.5	80.9	1.9	26	34.7
مشاريع ري حكومية	20	21.1	33.65	19.1	1.68	14	70.0
المجموع	95	100	176.15	100	1.85	40	42.1

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (21): مقارنة أهمية مصادر الإرشاد الزراعي.

	الوحدة الإرشادية	الجمعية التعاونية	المهندس المشرف	المحل الزراعي	مزارع آخر	المجموع
عدد المزارعين	15	6	44	73	20	95
النسبة المئوية لاختيار مصدر الإرشاد	15.79	6.32	46.32	76.84	21.05	166.32
النسبة المئوية للمزارعين بحسب مصدر حصولهم على الإرشاد	9.49	3.80	27.85	46.20	12.66	100
النسبة المئوية للأهمية	8.16	2.72	25.18	50.61	13.33	100
النسبة المئوية للأهمية على أساس مساحة المزرعة	8.05	2	24.94	51.79	13.25	100

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (22): مساحات كروم ريف دمشق على مستوى الدوائر الإرشادية وعدد الحائزين في كل منها لعام 2007.

الدائرة	المساحة المرويَّة هكتار	عدد الحائزين	متوسط مساحة المزرعة هكتار	معدل الأهمية للمساحة	نسبة الحائزين
قطنا	449.13	606	0.741	21.02	11.73
الكسوة	235.45	278	0.847	11.02	5.381
الزبداني	296.35	663	0.447	13.87	12.83
القطيفة	224.9	271	0.83	10.53	5.246
النبك	346.06	1725	0.201	16.2	33.39
دوما	449	1201	0.374	21.01	23.25
داريا	135.75	422	0.322	6.353	8.169
الحرمون	-	-			
يبرود	-	-			
رنكوس	-	-			
دمشق	-	-			
حران العواميد	-	-			
المجموع	2136.64	5166	0.413	100	100

المصدر: بيانات غير منشورة لمديرية الزراعة والإصلاح الزراعي بريف دمشق.

الملحق (23): مقارنة أهمية كروم العِنَب بوصفها مصدراً للدخل في كل من درعا وريف دمشق.

المحافظة	المزرعة هي مصدر وحيد للدخل		المزرعة مصدر أساسي للدخل		مصدر الدخل الأساسي من خارج المزرعة	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
درعا	11.0	22.9	31.0	64.6	6.0	12.5
ريف دمشق	1.0	2.2	18.0	40.0	26.0	57.8

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (24): مقارنة مساحة الكروم المرويَّة والبعلية في القنيطرة بإجمالي المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة فيها. الوحدة هكتار.

	البعل	المروي	المجموع	نسبة المساحة المرويَّة إلى الإجمالية%
مساحة الكروم	9.644	112	756.9	14.80
مساحة الأشجار المثمرة	.5244	1077.2	6321.2	17.04
نسبة مساحة الكروم إلى مساحة الأشجار المثمرة%	1.23	1.04	1.197	
المجموع	5888.9	1189.2	7078.1	16.80

المصدر: بيانات غير منشورة لوزارة الزراعة.

الملحق (25): بنود تكاليف كروم العنب. الوحدة ل.س/هكتار

التكاليف الثابتة	الاستصلاح
	الإنشاء
	التسوير
	اهتلاك المحرك: يحسب على أساس عمر 8 سنوات والقيمة النهائية 20%
	الغراس: العمر الإنتاجي للغرسة 20 سنة
	أجرة الغرس: العمر الإنتاجي للغرسة 20 سنة
	غراس للترميم: العمر الإنتاجي للغرسة 20 سنة
	شبكة الري: تحسب على أساس عمر 8 سنوات والقيمة النهائية 20%
التكاليف المتغيرة	ما يخص هذه السنة من التكاليف المتغيرة لسنوات ما قبل الإثمار
	كلفة الترخيص
	المازوت أو الكهرباء
	ثمن الماء في حال كان مستأجراً
	إصلاح المحرك وصيانته
	الأسمدة العضوية تقسم بحسب المدة بين الإضافات
	السماد المعدني
	الأسمدة الذوابة
	المُبيدات الحشرية والفطرية
	مُبيدات أعشاب وبذور
	أجور عمال نثر أسمدة ورش مُبيدات
	أجور تقليم
	إزالة مخلفات تقليم
	تربيط الأفرع والقصبات
	توريق وتنزيل قطوف
	أجرة مهندس مشرف
	أجرة عمال دائمين
	أجور عمال قطف + فرز وتعبئة + تحميل
	قيمة عبوات
	النقل
	عمولة التاجر
	أجور تنزيل
	أجرة الأرض
	خدمة الدين
	فائدة رأس المال 6% لسنوات ما قبل الإثمار
	فائدة رأس المال 4.5% لسنوات الإثمار
	النفقات النثرية 5% من العمليات والمستلزمات

الملحق (26): متوسط التكاليف التفصيلية المتغيرة غير الإنتاجية لهكتار واحد من مزارع عينة الدراسة.

البيان	القيمة ل.س	النسبة المئوية
تكاليف الوقود	73126	31.00
قيمة أسمدة معدنية	30580	12.96
قيمة مُبيدات حشرية وفطرية	30000	12.72
عمال دائمين	13965	5.92
قيمة أسمدة مركزة	13960	5.92
حراثة	11440	4.85
القيمة الإيجارية للأرض	10000	4.24
أجور تقليم	9448	4.01
عمالة ميكانيكية لرش المُبيدات	6670	2.83
قيمة أسمدة عضوية	6191	2.62
خف أوراق وعناقيد	6183	2.62
مهندس مشرف	4224	1.79
ركش آلي أو عزيق	4000	1.70
جني أوراق غضة	2753	1.17
عمال رش مُبيدات	2512	1.07
تربيط	2160	0.92
إزالة مخلفات تقليم	2158	0.91
ترميم الغراس	1798	0.76
أجور عمال نثر أسمدة	1357	0.58
صيانة وإصلاح المحرك	1164	0.49
قيمة مُبيدات أعشاب وبذور	1147	0.49
زراعة ترقيدات	254	0.11
قطاف وتسويق حصرم	203.6	0.09
مجموع التكاليف المتغيرة غير الإنتاجية	235866.6	100.00

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (27): متوسط التكاليف التفصيلية لهكتار واحد من مزارع عينة الدراسة.

البيان	القيمة ل.س	النسبة المئوية
تكاليف الوقود	73126	15.96
نقل المنتج إلى السوق	37336.8	8.15
قيمة أسمدة معدنية	30580	6.67
قيمة مُبيدات حشرية وفطرية	30000	6.55
قيمة عبوات	29869.4	6.52
عمولة وسيط سوق الجملة	22053.4	4.81
تكاليف سنوات ما قبل الإثمار	19799.2	4.32
نفقات نثرية	17701	3.86
قطاف وتحميل	15477	3.38
عمال دائمين	13965	3.05
قيمة أسمدة مركزة	13960	3.05
اهتلاك التعريشة والسور	12089	2.64
حراثة	11440	2.50
القيمة الإيجارية للأرض	10000	2.18
أجور تقليم	9448	2.06
الفوائد السنوية لقيمة المستلزمات	8050.8	1.76
عمالة ميكانيكية لرش المُبيدات	6670	1.46
قيمة أسمدة عضوية	6191	1.35
خف أوراق وعناقيد	6183	1.35
مهندس مشرف	4224	0.92
ركش آلي أو عزيق	4000	0.87
اهتلاك شبكة الري	3995	0.87
التكاليف المرافقة لعملية البيع	3240	0.71
جني أوراق غضة	2753	0.60
عمال رش مُبيدات	2512	0.55
استصلاح أرض المزرعة	2193.3	0.48
تربيط	2160	0.47
إزالة مخلفات تقليم	2158	0.47
ترميم الغراس	1798	0.39
أجور عمال نثر أسمدة	1357	0.30
اهتلاك المحرك	1164	0.25
صيانة وإصلاح المحرك	1164	0.25
قيمة مُبيدات أعشاب وبذور	1147	0.25
تكلفة الغرس	846.7	0.18
قيمة الغراس	622	0.14
التكاليف المرافقة لعملية البيع للوسطاء	505	0.11
زراعة ترقيدات	254	0.06
قطاف وتسويق حصرم	203.6	0.04
مجموع التكاليف	458146	100.00

المصدر:عينة الدراسة.

الملحق (28): متوسط التكاليف التفصيلية المتغيرة لهكتار واحد من مزارع عينة الدراسة.

البيان	القيمة ل.س	النسبة المئوية
تكاليف الوقود	73126	19.16
نقل المنتج إلى السوق	37336.8	9.78
قيمة أسمدة معدنية	30580	8.01
قيمة مُبيدات حشرية وفطرية	30000	7.86
قيمة عبوات	29869.4	7.83
عمولة وسيط سوق الجملة	22053.4	5.78
قطاف وتحميل	15477	4.05
عمال دائمين	13965	3.66
قيمة أسمدة مركزة	13960	3.66
حراثة	11440	3.00
القيمة الإيجارية للأرض	10000	2.62
أجور تقليم	9448	2.48
عمالة ميكانيكية لرش المُبيدات	6670	1.75
قيمة أسمدة عضوية	6191	1.62
خف أوراق وعناقيد	6183	1.62
مهندس مشرف	4224	1.11
ركش آلي أو عزيق	4000	1.05
التكاليف المرافقة لعملية البيع	3240	0.85
جني أوراق غضة	2753	0.72
عمال رش مُبيدات	2512	0.66
تربيط	2160	0.57
إزالة مخلفات تقليم	2158	0.57
ترميم الغراس	1798	0.47
أجور عمال نثر أسمدة	1357	0.36
صيانة وإصلاح المحرك	1164	0.30
قيمة مُبيدات أعشاب وبذور	1147	0.30
التكاليف المرافقة لعملية البيع للوسطاء	505	0.13
زراعة ترقيدات	254	0.07
قطاف وتسويق حصرم	203.6	0.05
مجموع التكاليف المتغيرة	381685	100.00

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (29): مقارنة مدرج النفقات والإيرادات بالمتوسط لمزرعة العنب. الوحدة ل.س

	مجموع النفقات	مجموع الإيرادات	صافي الدخل
السنة الأولى	62079.91	67.3	-62012.61
السنة الثانية	67971.6	134.6	-67837
السنة الثالثة	73863.29	811.33	-73051.96
السنة الرابعة	79754.97	1488.06	-78266.91
السنة الخامسة	91538.35	34624.28	-56914.07
السنة السادسة	129706.8	100896.7	-28810.1
السنة السابعة	167875.3	167169.1	-706.2
السنة الثامنة	206043.8	233441.6	27397.8

المصدر: بيانات عينة الدراسة.

الملحق (30): تغير أهمية الشركاء التجاريين مستوردي العِنَب من سورية لفترة 1995-2008.

	-95	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
السعودية	42.8	43.1	43.9	36.2	27.8	33.3		31.3		
الإمارات	28.8	22.4	25.4	20.3	23.7	22.5		24.8		
الكويت	15.8	13	13.2	13	13.5	16.4		9.6		
البحرين	6.6	0	0	0	0	3.5		0		
الأردن	0	6.9	6.5	14.8	23.7	14.3		15.2		
قطر	2.7	0	0	0	4.8	4.2		4.5		
عمان	0	0	0	0	0	0		8.5		
روسيا	0	0	0	0	3.9	0		0		
الإجمالي	96.7	85.4	89	84.3	97.4	94.2		93.9		
حصة	94	85.4	89	84.3	88.7	86.5		80.9		
حصة	96.7				93.5	90.7		89.4		

مصدر البيانات: المديرية العامة للجمارك.

الملحق (31): بيانات إنتاج عِنَب المائدة في المملكة العربية السعودية للفترة 1998-2007.

السنة	المساحة المحصودة ألف هكتار	الإنتاج ألف طن	الإنتاجيَّة طن/هكتار
1998	112	141	12.6
1999	85	116	13.7
2000	83	117	14.2
2001	84	116	13.8
2002	84	117	13.9
2003	84	117	13.9
2004	85	101	12.2
2005	105	132	12.6
2006	113	136	12.1
2007	117	144	12.4
الانحراف المعياري	14.543	13.7441	0.825
المُتوسط	95.2	123.7	13.14

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (32): بيانات التجارة الخارجية لعِنَب المائدة في السعودية للفترة 1998-2007.

السنة	كميَّة الصادرات طن	قيمة الصادرات ألف دولار	سعر وحدة الصادرات دولار/كغ	كميَّة الواردات طن	قيمة الواردات ألف دولار	سعر وحدة الواردات دولار
1998	874	805	0.92	29323	18407	0.63
1999	310	510	1.65	28000	17000	0.61
2000	1258	929	0.74	24479	14612	0.6
2001	1588	1344	0.85	24821	14202	0.57
2002	2246	1806	0.8	35570	18319	0.52
2003	3044	2937	0.96	34879	13196	0.38
2004	2876	3138	1.09	31340	11738	0.37
2005	3485	5225	1.5	31044	17882	0.58
2006	2659	3551	1.34	31853	16776	0.53
2007	2798	3505	1.25	31136	18816	0.6
الانحراف المعياري	1049.28	1531.2	0.31	3705.8991	2479.74	0.09
المُتوسط	2113.8	2375	1.11	30244.5	16094.8	0.54

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (33): الشركاء التجاريون المصدرون للعِنَب إلى السعودية لعام 2005.

الدولة	الكميَّة طن	الأهميَّة النسبية %	القيمة الف دولار	سعر الكيلو دولار/كغ
لبنان	12006	0.39	1500	0.125
تركيا	5471	0.18	835	0.153
تشيلي	3910	0.13	5782	1.479
جنوب أفريقيا	2760	0.09	2506	0.908
سورية	2529	0.08	883	0.349
الهند	1923	0.06	1355	0.705
اليمن	886	0.03	3477	3.924
إيطاليا	481	0.02	755	1.570
مصر	386	0.01	196	0.508
الولايات المُتَّحدة	194	0.01	177	0.912
بقية بلدان العالم	498	0.02		
المجموع	31044	1.00		

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (34): بيانات استهلاك عِنَب المائدة في السعودية للفترة 1998-2007.

السنة	استهلاك عِنَب المائدة كغ/ فرد/ سنة	سعر التجزئة للعِنَب دولار/كغ
1998	24	1.11
1999	17	1.12
2000	19	1.23
2001	16	1.42
2002	17	1.52
2003	17	1.52
2004	17	1.66
2005	16	1.79
2006	16	1.91
2007	16	1.98
الانحراف المعياري	2.461	0.312346
المُتوسط	17.5	1.526

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (35): بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في الإمارات العربية المُتَّحدة للفترة 1998-2007.

السنوات	كميَّة الواردات(طن)	قيمة الواردات (ألف دولار)	سعر وحدة الواردات (دولار)	كميَّة الصادرات(طن)	قيمة الصادرات (ألف دولار)	سعر وحدة الصادرات(دولار)	النسبة الكميَّة للصادرات إلى الواردات
1998	17300	15000	0.87	3500	4000	1.14	0.20
1999	51543	33116	0.64	4000	4800	1.20	0.08
2000	55223	32250	0.58	2400	3000	1.25	0.04
2001	15500	12000	0.77	3600	4200	1.17	0.23
2002	23884	19503	0.82	3746	2843	0.76	0.16
2003	23494	20182	0.86	4106	2708	0.66	0.17
2004	18366	16095	0.88	3089	2332	0.75	0.17
2005	12382	12367	1.00	7134	4442	0.62	0.58
2006	28138	28214	1.00	2217	2287	1.03	0.08
2007	29564	30555	1.03	1574	2171	1.38	0.05
الانحراف المعياري	14683.44	8343.87	0.15	1513.45	985.26	0.27	0.15
المُتوسط	27539.40	21928.20	0.85	3536.60	3278.30	1.00	0.18

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (36): بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في الأردن للفترة 1998-2007.

السنة	كميَّة الواردات طن	قيمة الواردات ألف دولار	سعر وحدة الواردات	كميَّة الصادرات طن	قيمة الصادرات ألف دولار	سعر وحدة الصادرات	الميزان التجاري
1998	2666	2712	1.02	1963	1674	0.85	-1038
1999	4548	4737	1.04	1300	1104	0.85	-3633
2000	5667	5739	1.01	1473	1161	0.79	-4578
2001	4578	3557	0.78	1075	880	0.82	-2677
2002	3902	2903	0.74	886	579	0.65	-2324
2003	8194	4992	0.61	1470	766	0.52	-4226
2004	4687	2802	0.60	1605	1135	0.71	-1667
2005	7328	3617	0.49	2213	2521	1.14	-1096
2006	5516	3299	0.60	1944	2309	1.19	-990
2007	4941	3237	0.66	1616	1987	1.23	-1250
الانحراف المعياري	1600.64	1037.47	0.20	410.14	671.86	0.24	1376.67
المُتوسط	5202.70	3759.50	0.75	1554.50	1411.60	0.87	-2347.90

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (37): بيانات واردات الكويت من العِنَب للفترة 1998-2007.

السنة	كميَّة الواردات طن	الرقم القياسي لكميَّة الواردات	قيمة الواردات ألف دولار	الرقم القياسي لقيمة الواردات	سعر وحدة الواردات دولار	الرقم القياسي لسعر وحدة الواردات
1998	9207	100	6235	100	0.68	100
1999	12921	140	7816	125	0.60	89
2000	8710	95	5084	82	0.58	86
2001	10069	109	5559	89	0.55	81
2002	5569	60	3861	62	0.69	102
2003	4115	45	2059	33	0.50	74
2004	5707	62	3180	51	0.56	82
2005	4257	46	3900	63	0.92	135
2006	7782	85	3574	57	0.46	68
2007	5883	64	4955	79	0.84	124
الانحراف المعياري	2826.80	30.70	1661.75	26.65	0.15	21.52
المُتوسط	7422.00	80.61	4622.30	74.13	0.64	93.96

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (38): بيانات واردات قطر من العِنَب للفترة 1998-2007.

السنة	كميَّة الواردات طن	قيمة الواردات ألف دولار	سعر وحدة الواردات دولار/كغ
1998	2482	1326	0.53
1999	2482	1326	0.53
2000	2348	1378	0.59
2001	3239	1865	0.58
2002	2708	1390	0.51
2003	2538	1042	0.41
2004	2291	977	0.43
2005	2544	1009	0.40
2006	2817	1307	0.46
2007	2714	1380	0.51
الانحراف المعياري	273.09	257.51	0.07
المُتوسط	2616.30	1300.00	0.50

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (39): بيانات الشركاء التجاريين مصدري العِنَب إلى قطر لعام 2005.

الشريك التجاري	الكميَّة طن	نسبة الكميَّة %	القيمة ألف دولار	السعر دولار/كغ
تركيا	557	0.22	58	0.10
سورية	552	0.22	134	0.24
لبنان	323	0.13	81	0.25
الهند	282	0.11	170	0.60
جنوب أفريقيا	211	0.08	156	0.74
تشيلي	161	0.06	116	0.72
السعودية	139	0.05	123	0.88
أستراليا	91	0.04	43	0.47
الأردن	71	0.03	16	0.23
الولايات المُتَّحدة الأمريكية	57	0.02	41	0.72
بقية بلدان العالم	100	0.04	68	0.86
المجموع	2544	1.00	1006	0.40

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (40): بيانات واردات البحرين من العِنَب للفترة 1998-2007.

السنة	كميَّة الواردات طن	قيمة الواردات ألف دولار	سعر وحدة الواردات دولار/كغ
1998	1360	1030	0.76
1999	370	300	0.81
2000	6950	3192	0.46
2001	14308	7215	0.50
2002	16387	9276	0.57
2003	6351	4599	0.72
2004	2475	1723	0.70
2005	2266	1522	0.67
2006	2556	1378	0.54
2007	2481	1771	0.71
الانحراف المعياري	5575.31	2952.83	0.12
المُتوسط	5550.40	3200.60	0.64

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (41): الشركاء التجاريون المصدرون للعِنَب إلى البحرين لعام 2005.

الشريك التجاري	الكميَّة طن	نسبة الكميَّة %	القيمة ألف دولار	السعر دولار/كغ
جنوب أفريقيا	402	0.15	524	1.30
السعودية	384	0.15	195	0.51
الهند	371	0.14	249	0.67
لبنان	342	0.13	101	0.30
تركيا	211	0.08	31	0.15
تشيلي	147	0.06	109	0.74
الأردن	91	0.03	9	0.10
سورية	69	0.03	17	0.25
إيطاليا	54	0.02	46	0.85
الولايات المُتَّحدة	19	0.01	18	0.95
بقية البلدان	57	0.02	31	0.54
المجموع	2647	1.00	1330	0.50

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (42): بيانات واردات عُمان من العِنَب للفترة 1998-2007.

السنة	كميَّة الواردات طن	قيمة الواردات ألف دولار	سعر وحدة الواردات دولار/كغ
1998	5607	6930	1.24
1999	5795	7929	1.37
2000	4989	5822	1.17
2001	5572	6372	1.14
2002	4805	5918	1.23
2003	4206	3988	0.95
2004	4920	3935	0.80
2005	4121	3795	0.92
2006	3456	3834	1.11
2007	3775	4900	1.30
الانحراف المعياري	809.76	1472.45	0.18
المُتوسط	4724.6	5342.3	1.12

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (43): الشركاء التجاريون مصدرو العِنَب إلى سلطنة عُمان لعام 2005.

الشريك التجاري	الكميَّة طن	نسبة الكميَّة %	القيمة ألف دولار	السعر دولار/كغ
الإمارات العربية	2682	0.65	2544	0.95
الهند	323	0.08	225	0.70
لبنان	322	0.08	254	0.79
سورية	267	0.06	234	0.88
جنوب أفريقيا	140	0.03	240	1.71
تركيا	137	0.03	118	0.86
السعودية	130	0.03	122	0.94
إيران	84	0.02	17	0.20
الولايات المُتَّحدة	22	0.01	20	0.91
مصر	7	0.00	6	0.86
بقية البلدان	7	0.00	15	2.14
المجموع	4121	1.00	3795	0.92

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (44): بيانات إنتاج العِنَب في تركيا للفترة 1998-2007.

السنة	المساحة ألف هـ	الإنتاجيَّة طن/هـ	الإنتاج ألف طن
1998	541	6.65	3600
1999	535	6.36	3400
2000	535	6.73	3600
2001	525	6.19	3250
2002	530	6.60	3500
2003	530	6.79	3600
2004	520	6.73	3500
2005	516	7.46	3850
2006	514	7.78	4000
2007	485	7.46	3613
الانحراف المعياري	16.09	0.52	211.99
المُتوسط	523.04	6.88	3591.28

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (45): بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في تركيا للفترة 1998-2007.

السنة	كميَّة الواردات طن	قيمة الواردات ألف دولار	سعر وحدة الواردات دولار/كغ	كميَّة الصادرات ألف طن	قيمة الصادرات مليون دولار	سعر وحدة الصادرات دولار/كغ
1998	304	234	0.77	539	210	0.39
1999	233	192	0.82	479	253	0.53
2000	173	118	0.68	649	288	0.44
2001	120	95	0.79	793	328	0.41
2002	129	98	0.76	769	321	0.42
2003	42	33	0.79	987	510	0.52
2004	176	158	0.90	1593	817	0.51
2005	162	170	1.05	1556	914	0.59
2006	417	461	1.11	1511	659	0.44
2007	415	536	1.29	1703	937	0.55
الانحراف المعياري	125.37	163.31	0.19	481.4	285.6	0.07
المُتوسط	217.10	209.50	0.90	1058	523.7	0.48

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (46):الشُركاء التجاريون المُستوردون للعِنَب من تركيا لعام 2005 بحسب الكميَّات المُستوردة.

الشُركاء التجاريون لتركيا لعام 2005	الكميَّة طن	نسبة أهميَّة الشريك%
روسيا	72356	47.0
ألمانيا	23306	15.1
السعودية	10664	6.9
النمسا	10049	6.5
أوكرانيا	9019	5.9
رومانيا	8167	5.3
هولندا	7327	4.8
روسيا البيضاء	4258	2.8
بولندا	2959	1.9
لاتفيا	1707	1.1
الكويت	781	0.5
الدنمرك	564	0.4
كازاخستان	493	0.3
السويد	419	0.3
استونيا	289	0.2
مولدافيا	288	0.2
النرويج	277	0.2
صربيا والجبل الأسود	273	0.2
فرنسا	226	0.1
ليتوانيا	180	0.1
بلغاريا	134	0.1
بريطانيا	109	0.1
ألبانيا	97	0.1
قبرص	63	0.0
الإمارات العربية	63	0.0
المجموع	154068	

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (47): بيانات إنتاج العِنَب في مِصر للفترة 1998-2007.

السنة	المساحة ألف هـ	الإنتاجيَّة طن/هـ	الإنتاج ألف طن
1998	52.17	18.36	957.73
1999	59.34	17.01	1009.56
2000	59.77	17.99	1075.10
2001	62.36	17.30	1078.91
2002	56.26	19.09	1073.82
2003	57.21	20.92	1196.85
2004	58.19	21.91	1275.29
2005	60.74	22.91	1391.75
2006	61.85	23.15	1431.97
2007	62.73	23.67	1485.01
الانحراف المعيارى	3.25	2.57	188.14
المُتوسط	59.06	20.23	916.40

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (48): بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في مِصر للفترة 1998-2007.

السنة	كميَّة الواردات طن	قيمة الواردات ألف دولار	كميَّة الصادرات ألف طن	قيمة الصادرات مليون دولار	سعر وحدة الصادرات دولار/ كغ	النسبة كميَّة الواردات إلى الصادرات	نسبة قيمة الواردات إلى قيمة الصادرات
1998	97	78	0.78	0.51	0.65	0.12	0.15
1999	342	296	0.89	0.45	0.51	0.38	0.66
2000	856	544	4.59	1.88	0.41	0.19	0.29
2001	500	375	4.55	1.29	0.28	0.11	0.29
2002	408	235	5.99	1.82	0.30	0.07	0.13
2003	488	297	7.42	2.93	0.40	0.07	0.10
2004	464	256	15.35	11.44	0.75	0.03	0.02
2005	1701	1368	24.60	16.83	0.68	0.07	0.08
2006	999	913	27.81	21.92	0.79	0.04	0.04
2007	497	536	53.70	59.69	1.11	0.01	0.01
الانحراف المعياري	451.25	384.78	16.70	18.45	0.26	0.11	0.20
المُتوسط	635.20	489.80	14.57	11.88	0.59	0.11	0.18

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (49): بيانات إنتاج العِنَب في لبنان للفترة 1998-2007.

السنة	المساحة ألف هكتار	الإنتاجيَّة طن/هكتار	الإنتاج ألف طن
1998	15.3	7.97	122.00
1999	15.5	8.13	126.00
2000	14.1	7.99	112.60
2001	13.8	8.42	116.20
2002	14.3	7.15	102.02
2003	13.8	8.63	119.40
2004	13.9	8.87	123.30
2005	12.8	8.64	110.60
2006	12.9	8.69	112.30
2007	13.2	9.01	118.90
الانحراف المعياري	0.9	0.6	7.1
المُتوسط	14.0	8.3	116.3

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (50): بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في لبنان للفترة 1998-2007.

السنة	قيمة الواردات ألف دولار	سعر وحدة الواردات دولار/كغ	كميَّة الصادرات طن	قيمة الصادرات ألف دولار	سعر وحدة الصادرات دولار/كغ	نسبة الصادرات إلى الإنتاج %	سعر المنتج دولار/كغ
1998	34	0.24	20460	3258	0.16	5.96	262.51
1999	0	-	25731	3824	0.15	4.90	244.72
2000	61	0.95	19017	2850	0.15	5.92	301.82
2001	25	1.14	21050	3097	0.15	5.52	339.64
2002	44	0.64	17321	2406	0.14	5.89	380.76
2003	68	0.51	32387	4906	0.15	3.69	340.96
2004	49	0.53	28903	5046	0.17	4.27	353.80
2005	210	0.39	27329	4763	0.17	4.05	353.61
2006	140	0.39	27394	4484	0.16	4.10	375.08
2007	892	0.51	26189	4966	0.19	4.54	379.88
الانحراف المعياري	267.1	0.29	4854.6	994.9	0.02	0.88	48.2
المُتوسط	152.3	0.59	24578.1	3960.0	0.16	4.88	333.3

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (51): بيانات إنتاج العِنَب في قبرص للفترة 1998-2007.

السنة	المساحة ألف هـ	الإنتاجيَّة طن/ هـ	الإنتاج ألف طن
1998	19.05	65.83	125.37
1999	18.19	59.01	107.34
2000	18.41	60.17	110.77
2001	17.1	52.95	90.53
2002	17.08	35.43	60.52
2003	16.29	49.64	80.86
2004	15.89	68.31	108.52
2005	15.469	32.98	50.99
2006	9.059	44.17	39.98
2007	8.199	41.36	33.89
الانحراف المعياري	3.79	12.38	32.69
المُتوسط	15.47	40.46	217.39

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (52): بيانات تجارة العِنَب في قبرص للفترة 1998-2007.

السنة	كميَّة الواردات	قيمة الواردات	سعر وحدة الواردات دولار/كغ	كميَّة الصادرات طن	قيمة الصادرات ألف دولار	سعر وحدة الصادرات دولار/كغ	سعر المنتج دولار/كغ	نسبة سعر المنتج/ سعر الصادرات
1998	0	0		4001	4742	1.19	0.294	0.25
1999	0	0		4156	3197	0.77	0.280	0.36
2000	0	0		3807	2521	0.66	0.252	0.38
2001	0	0		2999	2426	0.81	0.249	0.31
2002	1	1		958	903	0.94	0.267	0.28
2003	0	0		1636	2193	1.34	0.315	0.24
2004	109	231	2.12	1102	1642	1.49	0.250	0.17
2005	858	1727	2.01	322	553	1.72	0.244	0.14
2006	1208	2245	1.86	171	455	2.66	0.277	0.10
2007	1363	3300	2.42	138	331	2.40	0.322	0.13
الانحراف المعياري	559.03	1217.23	0.24	1650.52	1411.54	0.69	0.028	0.10
المُتوسط	552.15	536.60	1378.46	1912.65	948.85	138.15	0.256	0.24

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (53): الشركاء التجاريون المُستوردون للعِنَب من قبرص لعام 2005.

الدولة	الكميَّة طن	نسبة الكميَّة%	القيمة ألف دولار	سعر وحدة الصادرات دولار/كغ
السويد	143	45	246	1.720
ألمانيا	50	16	103	2.060
بريطانيا	49	15	73	1.490
النمسا	33	10	50	1.515
إيطاليا	16	5	28	1.750
هولندا	13	4	24	1.846
بولندا	10	3	17	1.700
اليونان	7	2	12	1.714
المجموع	321	100	553	1.723

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (54): الشركاء التجاريون المُصدّرون للعِنَب إلى قبرص لعام 2005.

الدولة	الكميَّة طن	الأهميَّة على أساس الكميَّة%	القيمة ألف دولار	سعر وحدة الصادرات دولار/ كغ
اليونان	505	58.79	960	1.90
هولندا	168	19.56	450	2.68
تشيلي	82	9.55	142	1.73
إيطاليا	55	6.40	76	1.38
"إسرائيل"	26	3.03	58	2.23
لبنان	17	1.98	27	1.59
البرتغال	6	0.70	13	2.17
المجموع	859	100	1726	2.01

مصدر البيانات: قاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة FAOSTAT

الملحق (55): واردات الاتحاد الأوروبي من عنب المائدة ومصادره للفترة 1996-2007. الوحدة طن.

	خارج الاتحاد	هولندا	ألمانيا	إيطاليا	إسبانيا	فرنسا	تركيا	المغرب	مصر	سورية	المجموع
بداية كانون الثاني حتى 14 تموز	202057	31872	9254	24067	21780	4315	155	32	1771	0	295303
15- 20 تموز	954	266	33	309	1058	1291	136	0	142	0	69585
21 تموز- 31 تشرين أول	29681	6286	4606	255657	26904	4334	21047	1	86	2	348605
1-20 تشرين ثاني	5243	1186	1003	66573	9616	1637	2115	0	0	1	87375
21 تشرين ثاني حتى 31 كانون أول	11267	1559	2214	33625	16100	1258	1461	0	0	1	67484
الإجمالي	249201	41168	17109	383002	75458	12834	24914	33	1999	4	868351

مصدر البيانات: المركز الوطني للسياسات الزراعية- فرص تسويق الخضار والفواكه السورية إلى أسواق الاتحاد الأوروبي.

الملحق (56): الرموز اللاتينية المستخدمة للدلالة على الدول التي وردت في الدوال الرياضية.

اسم الدولة	الرمز
سورية	sy
الأردن	jo
الإمارات العربية المُتَّحدة	ua
البحرين	bh
السعودية	sa
عُمان	om
قبرص	cy
قطر	qa
الكويت	kw
لبنان	lb
مصر	eg

الملخص

هدف البحث إلى دراسة إنتاج عِنَب المائدة في سورية، وسوقه المحلّية، والأسواق المُستوردة له، والمُنافسة التي تعترضه فيها. وتحديد المُواصفات والمقاييس المُعتمدة في الدول المُستوردة. وقام على دراسة ميدانية عبر مجموعة من الاستبانات. وتوصَّل إلى أنَّ هناك تناقصاً في أهمية زراعة الكروم عالمياً. وأنَّ التجارة الخارجية لعنب المائدة ازدادت نسبة إلى إجمالي تجارته العالمية. في حين كان هناك تباين كبير في أسعاره من دولة إلى أخرى. وأنَّ الظروف الجوية أثَّرت في موسم تسويقه بشكل كبير، سواء من حيث تاريخ بداية الموسم، أو طوله، أو مُعدَّل التدفُّق إلى السوق. وبيَّن أيضاً أنَّ مساحات كروم سورية قد تراجعت، في حين تطورت الإنتاجية. وحصر البحث العوامل التي حدَّت من التوسع الأفقي بهذه الزراعة. وأشار إلى نقص المعلومات التسويقية، وضعف مصادرها. وأنَّ العمليات التسويقية تقليدية، ولا تأتلف مع العمليات التي تشترطها المواصفات والمقاييس الأوروبية. كما كشف عن تعدد الحلقات التسويقية، وتشعب المسالك. وأكد على أنَّ أهمية سورية كمُصدِّرة لعِنَب المائدة عالمياً قد انخفضت، إلى جانب التباين الكبير في نسبة ما تصدِّره إلى إجمالي إنتاجها سنوياً، علماً بأنَّ أسعار العنب السوري المُصدَّر كانت أخفض بكثير من متوسطات الأسعار العالمية. كما بيَّن أنَّ سورية تعاني من محدودية عدد الشركاء التجاريين. وكشف البحث عن تفاوتٍ معنوي في الأسعار بحسب المسالك التسويقية. وعن ارتفاع أهمية مسلك التعامل المباشر مع المنتج أو قيام المُصدِّر بالضمان لحسابه، وعن أنَّ هناك ضعفاً في الرقابة على أسواق الجملة، وعدم تقيد بالمواصفات والمقاييس السورية، وغياب للرقابة على أمان الغذاء. وأوضح أنَّ ارتفاع أسعار المحروقات أدى إلى تقصير موسم تسويق العنب من نهايته الثانية، إلى جانب تأثيره السلبي في إجمالي كمية الأعناب المُنتَجة. وكشف عن أنَّ لبنان وتركيا يشكّلان أهم المنافسين للعنب السوري في السوق السعودية، وتتنافس سورية وتركيا على سوق العنب القطرية، كما أنَّ السوق الأردنية هي سوق غير مشبعة. وأنَّ الكميات السنوية التي تستوردها الكويت من العنب قد تراجعت بشدة. كما بيَّن أنَّ قبول دول الخليج العربي والأردن بمواصفات قياسية متدنية جعل المنتج والمصدّر السوريين، لا يسعيان لتحسين مواصفات العنب. وأنَّ مصر استطاعت توسيع سوقها الخارجية واختراق أسواق الاتحاد الأوروبي، وأنَّ العنب المصري ليس منافساً للعنب السوري في الأسواق الخارجية. وحدد البحث المعوقات التي اعترضت المُصدِّرين، ومعوقات توسيع سوق العنب السوري، ومعوقات ولوج الأسواق الأوروبية. وأكد البحث على ضرورة تخصيص كروم العنب بنسبة من إجمالي القروض، وتوجيه المصارف الخاصة نحو إقراض مزارعي الكروم. وأوصى البحث بتدريب أصحاب المزارع على تنفيذ الأعمال الفنية عبر جهاز الإرشاد الزراعي. وأكد على أهمية توعيتهم حول الأهمية الاقتصادية لآفات الكروم الموجودة في المنطقة، وتلك التي يُخشى من دخولها إليها، وسُبل الوقاية والعلاج منها، وضرورة إتباع برنامج زمني للوقاية والمكافحة. وأهمية توعية المنتجين لمفهوم الأثر المتبقي للمبيدات وتنظيم عملية المعاملة بالمبيدات، والتأكيد على القطاف ضمن فترة الأمان من آثار المبيدات. وأشار إلى ضرورة ضبط جودة المنتج من خلال جهاز حكومي خلال عملية الإنتاج. والرقابة على المُبيدات الزراعية، والأسمدة الكيماوية، ومعدلات استخدامها. والرقابة على سوق الجملة، وضبط جودة المنتج عند دخول الأسواق المحلية.

ABSTRACT

The research aimed to study the Production of table grapes in Syria, and its domestic market, importing markets, and the competition encountered them. Determination and standards adopted in the importing countries. The study on the field through a set of questionnaires. And concluded that there is a decrease in the importance of viticulture in the world. And the World Trade Foreign table grapes has increased relative to the total trade. While there was considerable variation in prices from one country to another. And weather conditions have affected the marketing season in a very large, both in terms of starting date of the season, or length, or the rate of flow into the market. it also stated that areas of vineyards in Syria has dropped, while the developed productivity. And narrow the search was constrained by the horizontal expansion of this agriculture. It pointed to the lack of marketing information, and weak sources. And traditional marketing processes, and may reconcile between with the operations required by the specifications and European standards. It also revealed multiple episodes marketing, and the complexity of routes. It stressed that Syria's importance as exporters of table grapes worldwide has decreased, along with the great variation in the proportion of what purports to total production per year, though that the price of grapes Syrian source was much lower than the average world prices. It also stated that Syria suffer from the limited number of trading partners. A search for significant variation in the price of grapes by Tract marketing. And the high importance of the attitude of dealing directly with the product or the source of security for the account, and that there was a weakness in control over the wholesale markets, and non-adherence to specifications and standards, Syrian and a lack of control over food safety. It explained that the rise in fuel prices led to a shortened season marketing grapes from the second end, in addition to its negative impact on the total amount of grapes produced. It revealed that Lebanon and Turkey are the major competitors of the grapes in the Syrian market, Saudi Arabia, Syria and Turkey are competing on the market grape country, and the Jordanian market is a market is not saturated. And the annual quantities of imported grapes from Kuwait have fallen sharply. As the acceptance of the Arab Gulf states, Jordan, low standard specifications make the product source and the Syrians, not wishing to improve the specification of grapes. And that Egypt was able to expand its market and penetrate foreign markets, the European Union, and the Egyptian grapes is not a competitor of the grapes in the Syrian foreign markets. Search and select the constraints that limited the exporter, and constraints on expanding the market for grapes Syrian, and constraints and access to European markets. The research on the need to allocate a percentage of the vineyards of total loans, direct lending to private banks towards farmers chrome. The study recommended the training of farmers on the implementation of works of art through your extension. It stressed the importance of educating them about the economic importance of pests in vineyards in the region, and those that are afraid of entering it, and ways of prevention and treatment, and the need to follow a timetable for the prevention and control. Producers and the importance of awareness of the concept of the residual effect of pesticides and the regulation of pesticide treatment, and the emphasis on harvesting within the grace period from the effects of pesticides. it pointed to the need to adjust the quality of the product through a government agency during the production process. And control of agricultural pesticides and chemical fertilizers, and the rates of use. And control over the wholesale market, and adjust the quality of the product when entering the local markets.

المحتويات

رقم الصفحة

الفصل الأول: المشكلة البحثية في إطارها المنهجي 1

أولاً- المقدمة. 2

ثانياً- مشكلة البحث. 3

ثالثاً- أهداف البحث. 4

رابعاً- مواد ومنهجية البحث. 4

خامساً- مصادر البيانات. 8

الفصل الثاني: الدراسة المرجعية 9

الفصل الثالث: السياسات القتصادية الزراعية في سورية 19

أولاً- نشأة السياسات الاقتصادية..... 20

ثانياً - السياسات الإنتاجية..... 21

ثالثاً- السياسات التمويلية..... 22

رابعاً- السياسات التسويقية..... 23

خامساً- السياسات السعرية..... 23

سادساً- السياسات التأمينية..... 24

سابعاً- سياسات التجارة الخارجية..... 24

الفصل الرابع: تطوُّر زراعة الكروم وإنتاج العِنَب في جنوب سورية. 26

أولاً- تطوُّر زراعة الكروم وإنتاج العِنَب في العالم. 27

1- تطوُّر مساحات الكروم عالمياً. 27

2- تطوُّر الإنتاج العالمي من العِنَب. 28

3- تطوُّر إنتاجية العِنَب عالمياً. 28

4- تطوُّر الاستهلاك العالمي من العِنَب. 29

5- تطوُّر التسويق العالمي لعِنَب المائدة. 31

ثانياً- تطوُّر زراعة الكروم وإنتاج العِنَب في سورية. 34

1- تطوُّر مساحات الكروم في سورية. 34

2- تطوُّر إنتاج العِنَب في سورية. 35

3- تطوُّر إنتاجية كروم العِنَب في سورية. 36
4- تطوُّر استهلاك العِنَب في سورية. 37
5- تطوُّر تسويق عِنَب المائدة في سورية. 37
ثالثاً- أهميَّة المِنطقة الجنوبية كمنطقة مُنتجة لعِنَب المائدة في سورية. 39
رابعاً- زراعة الكروم المرويَّة وإنتاج عِنَب المائدة في ريف دمشق. 46
خامساً- زراعة الكروم المرويَّة وإنتاج عِنَب المائدة في درعا. 48
سادساً- زراعة الكروم المرويَّة وإنتاج عِنَب المائدة في السويداء. 50
سابعاً- زراعة الكروم المرويَّة وإنتاج عِنَب المائدة في القنيطرة. 50
ثامناً- مُعوِّقات إنتاج عِنَب المائدة في جنوب سورية. 50
تاسعاً- التكاليف الثابتة لإنتاج عِنَب المائدة في جنوب سورية. 55
عاشراً- التكاليف المتغيرة لإنتاج عِنَب المائدة في جنوب سورية. 60
أحد عشر- إيرادات مزارع عِنَب المائدة في جنوب سورية. 69
إثنا عشر- دراسة مخطط النفقات والإيرادات السنوية وتحديد عمر الاسترداد. 70

الفصل الخامس: السوق الداخلية لعِنَب المائدة. 72
أولاً- العمليات التسويقية. 73
ثانياً- المسالك التسويقية المحلّية..... 76
ثالثاً- دراسة التدفق لعنب المائدة على سوق الجُملة للفترة 2006-2008 86
رابعاً- دراسة أسعار عِنَب المائدة في سوق الجُملة للفترة 2006-2008..... 96
خامساً- دراسة عامل تركم عِنَب المائدة إلى السوق للفترة 2006-2008. 110
سادساً- مُعوِّقات التسويق المحلّي لعِنَب المائدة السوري. 112

الفصل السادس: السوق الخارجية لعِنَب المائدة السوري. 113
أولاً- مسالك التصدير. 114
ثانياً- دراسة أسواق الدول المُستوردة للعِنَب السوري..... 128
ثالثاً- دراسة الأسواق المنافسة للعِنَب السوري..... 146
رابعاً- مُعوِّقات تصدير عِنَب المائدة السوري. 164
خامساً- أثر الموصفات والمقاييس في التجارة الخارجية للعِنَب السوري..... 172

الفصل السابع: مستقبل زراعة الكروم وإنتاج العِنَب في سورية. 176
أولاً- مُستقبل إنتاج العِنَب في سورية. 177
ثانياً- مُستقبل إنتاج العِنَب في جنوب سورية. 179
ثالثاً- مستقبل تسويق عِنَب المائدة السوري. 181

الاستنتاجات. 183
التوصيات. 185
المراجع. 186
الملاحق. 203

فهرست الأشكال

رقم الشكل		الصفحة
1	تغيُّر نسبة مساحات الكروم عالمياً إلى إجمالي مساحات الفواكه للفترة 1999-2008.	27
2	تغيُّر نسبة إنتاج الكروم عالمياً إلى إجمالي إنتاج الفواكه للفترة 1999-2008.	27
3	تغيُّر المساحة المحصودة للكروم عالمياً للفترة 1999-2008.	28
4	تطور إنتاج العِنَب عالمياً للفترة 1999-2008.	28
5	تطوُّر إنتاجية العِنَب عالمياً للفترة 1999-2008.	29
6	مُعدَّل استهلاك الفرد من العِنَب في السنة عالمياً للفترة 1996-2005.	30
7	مُعدَّل استهلاك الفرد من العِنَب في السنة في منطقة الشرق الأقصى للفترة 1996-2005.	30
8	تطوُّر نسبة التجارة الخارجية للعِنَب إلى نسبة الإنتاج العالمي منه للفترة 1998-2007.	31
9	تغيُّر المُتوسطات السنوية للأسعار العالميَّة من العِنَب المُصدَّر للفترة 1998-2007.	32
10	مقارنة مُتوسطات الأسعار العالميَّة للعِنَب المُصدَّر لمجموعة من الدول لعام 2007.	32
11	مقارنة مُتوسطات أسعار العِنَب المستورد من قبل أكبر المستوردين لعام 2007.	33
12	مقارنة أسعار العِنَب المُصدَّر والمُستورد لأهم المُستوردين وأهم المُصدِّرين لعام 2007.	34
13	تغيُّر مساحات الكروم في سورية للفترة 1999-2008.	35
14	تغيُّر إنتاج العِنَب في سورية للفترة 1999-2008.	36
15	النسبة المئوية لإنتاجية كروم سورية مقارنة بالمُتوسط العالمي له للفترة 1999-2008.	36
16	مُعدَّل استهلاك الفرد من العِنَب في السنة في سورية للفترة 1996-2005	37
17	نسبة كميَّة صادرات سورية من العِنَب إلى إجمالي صادراته عالمياً للفترة 1998-2007.	38
18	الصندوق البياني لعدد مرات المكافحة لكل مزرعة من مزارع العينة.	44
19	مقارنة أعداد المزارع بحسب أعداد مرات المكافحة.	45
20	مقارنة مساحات الكروم المرويَّة وبعدد الحائزين في أهم دوائر ريف دمشق لعام 2007.	47
21	مقارنة مساحات الكروم المرويَّة وبعدد الحائزين في أهم الدوائر الزراعية لريف دمشق لعام 2007.	47
22	مقارنة قيم مساحات كروم ريف دمشق ودرعا لعام 2008.	48
23	تطوُّر أعداد مزارع العِنَب في ريف دمشق.	48
24	تطوُّر أعداد مزارع العِنَب في درعا.	49
25	مدرج النفقات والإيرادات السنوية لهكتار واحد من مساحة المزارع التي شملتها العينة.	71

26	مُقارنة كميات العنب المدروسة بحسب المسالك التسويقيّة للفترة 2006-2008.	84
27	مُقارنة أهمية المسالك التي تلي سوق الجملة على أساس القيمة للفترة 2006-2008.	84
28	مُقارنة أسعار الأعناب بحسب المسالك التي تلي سوق الجملة للفترة 2006-2008.	85
29	مُقارنة الأسعار بحسب المسالك التسويقيّة مع إجماليها لسوق الجملة للفترة 2006-2008.	85
30	انحدار تدفّق عِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2006.	87
31	انحدار تدفّق عِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2007.	88
32	انحدار تدفّق عِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2008.	89
33	مُقارنة تدفق عِنَب المائدة إلى سوق الجُملة للمواسم 2006 وَ2007 وَ2008.	90
34	انحدار تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير لغير العراق إلى سوق الجُملة على الزمن لموسم 2006.	91
35	انحدار تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير لغير العراق إلى سوق الجُملة على الزمن لموسم 2007.	92
36	انحدار تدفّق عِنَب المائدة المَبيع للتصدير لغير العراق إلى سوق الجُملة على الزمن لموسم 2008.	93
37	انحدار التدفق اليومي لكميَّات عِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق لموسم 2008.	95
38	مُقارنة التغيّر اليومي للكميَّة المدروسة من عِنَب المائدة المَبيع للتصدير للعراق ولغير العراق في السنوات 2006 – 2008.	95
39	انحدار المُتوسط اليومي لسعر الجُملة المُرجّح لعِنَب المائدة على موسم 2006.	97
40	انحدار المُتوسط اليومي للسعر المُرجّح لعِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2007.	98
41	انحدار المُتوسط اليومي للسعر المُرجّح لعِنَب المائدة على سوق الجُملة لموسم 2008.	99
42	مقارنة المُتوسط اليومي لأسعار عِنَب المائدة المبيع في سوق الجُملة للمواسم 2006 وَ2007 وَ2008.	99
43	مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للتصدير لغير العراق بنظيره لإجمالي المسالك لموسم 2006.	100
44	انحدار المُتوسط اليومي المُرجّح لسعر العِنَب المبيع للتصدير لغير العراق على الزمن لموسم 2006.	101
45	مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للتصدير لغير العراق بنظيره لإجمالي المسالك لموسم 2007.	101
46	انحدار المُتوسط اليومي المُرجّح لسعر العِنَب المبيع للتصدير لغير العراق على الزمن لموسم 2007.	102
47	مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المبيع للتصدير لغير العراق بنظيره لإجمالي العِنَب	103

المبيع بصورة الجُملة لموسم 2008.
48 انحدار المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المبيع للتصدير لغير العراق على الزمن لموسم 2008. 103
49 مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المبيع للتصدير لغير العراق للفترة 2006-2008. 104
50 مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المبيع للتصدير للعراق بنظيره لغير العراق لموسم 2006. 105
51 علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للتصدير للعراق لموسم 2006 بالزمن. 105
52 علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للتصدير للعراق لموسم 2007 بالزمن. 106
53 مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المَبيع للتصدير للعراق بنظيره لغير العراق لموسم 2007. 106
54 مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المَبيع للتصدير للعراق بنظيره لغير العراق لموسم 2008. 107
55 علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للتصدير للعراق في موسم 2008 بالزمن. 107
56 مُقارنة مُتوسط السعر اليومي للعِنَب المَبيع للتصدير للعراق للفترة 2006-2008. 108
57 علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للسوق المحلية في موسم 2006 بالزمن. 108
58 علاقة المُتوسطات اليوميّة لأسعار العِنَب المَبيع للسوق المحلية لموسم 2007 بالزمن. 109
59 منحنى لورانز ومُؤشّر جيني للتراكُم الإجمالي للعنب في سوق الجُملة للسنوات 2006 وَ2007 وَ2008. 111
60 تصنيف مُصدِّري العِنَب السوريين بحسب عدد مسالك شراء العِنَب التي استخدموها. 118
61 عدد الشركاء التجاريين لكل فئة من المُصدرين للفترة 2006 – 2008. 119
62 تطوُّر استخدام المُصدّرين لعملية التبريد الأولي للعِنَب للفترة 2006 – 2008. 120
63 تطوُّر استخدام المُصدّرين لمُعاملة العِنَب بغاز ثاني أكسيد الكبريت للفترة 2006 – 2008. 121
64 انحدار مساحة كروم العِنَب في السعودية على الزمن للفترة 1998-2008. 129
65 انحدار إنتاج العِنَب في السعودية على الزمن للفترة 1998-2008. 129
66 انحدار إنتاجية كروم العِنَب في السعودية على الزمن للفترة 1998-2008. 130
67 انحدار كميَّة صادرات السعودية من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2008. 130
68 انحدار قيمة الصادرات السعودية من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2008. 131
69 انحدار الاستهلاك السنوي للفرد من العِنَب في السعودية على الزمن للفترة 1998-2008. 135
70 انحدار مُتوسط سعر التجزئة للعِنَب في السوق السعودية على الزمن للفترة 1998- 135

.2008
71 انحدار مُتوسط سعر العِنَب الذي تستورده الإمارات العربية المُتَّحدة على الزمن للفترة 1998-2007. 137
72 المتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي تستورده الإمارات العربية المُتَّحدة للفترة 1998-2007. 138
73 انحدار مُتوسط أسعار العِنَب الذي تصدّره الإمارات العربية المُتَّحدة على الزمن للفترة 1998-2007. 139
74 المتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي تصدّره الإمارات العربية المُتَّحدة للفترة 1998-2007. 139
75 انحدار إنتاجية الكروم في الأردن على الزمن للفترة 1998-2007. 140
76 انحدار الكميَّة التي تستوردها الكويت من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2007. 142
77 علاقة الكميَّة السنوية التي تستوردها الكويت من العِنَب بأسعارها للفترة 1998-2007. 142
78 انحدار المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب الذي استوردته قَطَر على الزمن للفترة 1998-2007. 144
79 انحدار الكميَّات السنوية للعِنَب الذي استوردته عُمان على الزمن للفترة 1998-2007. 145
80 انحدار المُتوسطات السنوية لأسعار العِنَب الذي استوردته عُمان على الزمن للفترة 1998-2007. 145
81 انحدار قيمة العِنَب الذي استوردته عُمان على الزمن للفترة 1998-2007. 146
82 انحدار مساحة الكروم في تركيا على الزمن للفترة 1998-2007. 147
83 انحدار إنتاجية كروم العِنَب في تركيا على الزمن للفترة 1998-2007. 148
84 مُقارنة كميَّات الصادرات التركية بالصادرات السورية من العِنَب للفترة 1993-2007. 149
85 انحدار كميَّات العِنَب المُصدّرة من تركيا على الزمن للفترة 1998-2007. 150
86 انحدار إنتاج العِنَب في مِصر على الزمن للفترة 1998-2007. 152
87 انحدار إنتاجية كروم العِنَب في مِصر على الزمن للفترة 1998-2007. 153
88 انحدار كميَّة العِنَب الذي تُصدّره مِصر على الزمن للفترة 1998- 2007 153
89 انحدار قيمة العِنَب الذي تصدّره مِصر على الزمن للفترة 1998-2007. 154
90 انحدار سعر المُنتِج للعِنَب في مِصر على الزمن للفترة 1998-2007. 155
91 انحدار مساحة كروم العِنَب في لبنان على الزمن للفترة 1998-2007. 156
92 انحدار إنتاجية كروم العِنَب في لبنان على الزمن للفترة 1998-2007. 157
93 انحدار قيمة العِنَب الذي يُصدّره لبنان على الزمن للفترة 1998-2007. 158
94 انحدار مُتوسط سعر العِنَب الذي يُصدّره لبنان على الزمن للفترة 1998-2007. 158

95	انحدار سعر المُنتِج للعِنَب في لبنان على الزمن للفترة 1998- 2007.	159
96	انحدار مساحة كروم العِنَب في قُبرص على الزمن للفترة 1998-2007.	160
97	انحدار كميَّة إنتاج العِنَب في قُبرص على الزمن للفترة 1998-2007.	161
98	انحدار كميَّة صادرات قُبرص من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2007.	162
99	انحدار قيمة صادرات قُبرص من العِنَب على الزمن للفترة 1998-2007.	163
100	انحدار المُتوسط السنوي لسعر العِنَب الذي تُصدّره قُبرص على الزمن للفترة 1998-2007.	163
101	المُعوِّقات التي واجهت المُصدّرين عند تصدير العِنَب للفترة 2006-2008.	168
102	أسباب رفض بعض شِحنات العِنَب المُصدّر للفترة 2006-2008.	169
103	التنبؤ الرياضي لمستقبل حصة التجارة الخارجية من إجمالي إنتاج العنب عالمياً للسنوات 2011 و 2013.	178

فهرست الجداول

رقم الجدول		الصفحة
1	مقارنة حالة اتباع برنامج زمني للوقاية والمكافحة بعدم اتباعه بحسب مصدر تحديد موعد المكافحة.	45
2	مقارنة متوسط عدد مرات المكافحة استناداً إلى الفئة العمرية للمزرعة.	46
3	متوسط إيرادات هكتار واحد من كروم عنب المائدة في جنوب سورية.	70
4	مقارنة أهمية الحلقة الأولى من المسالك التسويقي لعنب المائدة في سورية.	81
5	مقارنة كمية وقيمة ومتوسط سعر عينة الأعناب التي بيعت في سوق الجملة للفترة 2006-2008.	81
6	مقارنة كمية وقيمة ومتوسط سعر عينة الأعناب التي بيعت للسوق المحلية للفترة 2006-2008.	82
7	مقارنة كمية وقيمة ومتوسط سعر عينة الأعناب التي بيعت في سوق الجملة للتصدير لغير العراق للفترة 2006-2008.	83
8	مقارنة كمية وقيمة وسعر عينة الأعناب التي بيعت للتصدير للعراق 2006-2008.	83
9	مُؤشّرات عمر موسم التسويق لعِنَب المائدة في سوق الجُملة للفترة 2006-2008.	111
10	الأهميَّة النسبية لكل من مسالك شراء العِنَب المُراد تصديره على أساس الكميَّات.	115
11	الأهميَّة النسبية لكل من مسالك شراء العِنَب المُراد تصديره على أساس نسبة المُصدّرين الذين استخدموا كل مسلك.	116
12	نسبة المُصدّرين السوريين بحسب الدول التي صدّروا العنب إليها 2006- 2008.	118
13	مُعدَّل تنفس عناقيد العِنَب وحباته عند تغيُّر درجات الحرارة.	121
14	مُعدّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات سعة 1.2 كغ للفترة 2006 - 2008.	123
15	مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات سعة 2 كغ للفترة 2006 - 2008.	123
16	مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات سعة 10 كغ للفترة 2006-2008.	124
17	مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات سعة 14 كغ للفترة 2006 - 2008.	124
18	مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات البلاستيكية للفترة 2006 - 2008.	125
19	مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات الخشبية للفترة 2006 - 2008.	126
20	مُعدَّلات استخدام المُصدّرين للعُبوات الكرتونية للفترة 2006 - 2008.	126
21	كميَّات العِنَب الذي استوردته السعودية بحسب المراحل الزمنية 1998 – 2007.	133
22	الجدول الزّمني لدخول العِنَب المصري للأسواق العالميَّة.	154

فهرست الملاحق

رقم الملحق	محتوى الملحق	الصفحة
1	استبانة مزارعي كروم العِنَب في جنوب سورية.	203
2	عدد حائزي مزارع الكرمة المرويَّة في محافظات ريف دمشق، ودرعا، والسويداء، والقنيطرة لعام 2007، وإجمالي مساحة الكروم.	210
3	قانون كريجيكي مورغان.	211
4	استبانة مُصدِّري عنب المائدة في سورية للمواسم 2006 وَ2007 وَ2008.	212
6	مقارنة نِسَب المساحة الإجمالية والمساحة القابلة للزراعة والمساحة المرويَّة لمناطق الدراسة، بإجماليها لسورية لعام 2007.	216
7	مصوَّر يبيِّن مناطق الاستقرار الزراعي المطرية في سورية.	217
8	مقارنة كميَّات الصادرات العالمية من العنب وقيمها والمُتوسط السنوي لأسعارها للفترة	218
9	مقارنة كميَّة وقيمة والمُتوسط السنوي لأسعار عنب المائدة المستورد لأهم الدول	219
10	المساحة المزروعة بالأشجار المُثمرة في سورية للفترة 2004–2008.	220
11	مُقارنة إنتاجية مزارع الكروم في سورية للفترة 1999–2008 بحسب بيانات الفاو وبيانات المكتب المركزي للإحصاء.	221
12	مقارنة كميَّة وقيمة والمُتوسط السنوي لأسعار عنب المائدة المُصدَّر لأهم الدول المُصدِّرة إلى جانب سورية لعام 2007.	222
13	مُقارنة أسعار المستهلك للعِنَب بحسب المحافظات السورية كمُتوسط سنوي لعام 2008.	223
14	مقارنة نسب المساحات والنسب العددية للمحاصيل السابقة لإنشاء مزارع العِنَب في	224
15	مقارنة كروم العِنَب بحسب إجراء عملية الاستصلاح قبل الزراعة من عدمها بحسب	225
16	مقارنة مساحات وأعداد مزارع العِنَب في جنوب سورية بحسب الملكية.	226
17	مقارنة متوسط عمر إثمار مزارع العِنَب بحسب تاريخ إنشائها.	227
18	مقارنة كروم العِنَب على أساس الزراعات التكثيفية.	228
19	مقارنة إنتاجية المزارع التي زرعت بمحاصيل تكثيفية بالتي لم تزرع.	229
20	مقارنة مزارع العِنَب المرويَّة في محافظات جنوب سورية بحسب مصادر الري ومدى	230
21	مقارنة أعداد ومساحات مزارع العِنَب المرويَّة في جنوب سورية بحسب مصادر الري	231
22	مقارنة أهمية مصادر الإرشاد الزراعي.	232
23	مساحات كروم ريف دمشق على مستوى الدوائر الإرشادية وعدد الحائزين في كل منها	233
24	مقارنة أهمية كروم العِنَب بوصفها مصدراً للدخل في كل من درعا وريف دمشق.	234
25	مقارنة مساحة الكروم المرويَّة والبعلية في القنيطرة بإجمالي المساحة المزروعة	235
26	بنود تكاليف كروم العنب.	236
27	متوسط التكاليف التفصيلية المتغيرة غير الإنتاجية لهكتار واحد من مزارع عينة الدراسة.	237

28	متوسط التكاليف التفصيلية لهكتار واحد من مزارع عينة الدراسة.	238
29	متوسط التكاليف التفصيلية المتغيرة لهكتار واحد من مزارع عينة الدراسة.	239
30	مقارنة مدرج النفقات والإيرادات لمزرعة العنب.	240
31	تغير أهمية الشركاء التجاريين مستوردي العِنَب من سورية لفترة 1995–2008.	241
32	بيانات إنتاج عِنَب المائدة في المملكة العربية السعودية للفترة 1998–2007.	242
33	بيانات التجارة الخارجية لعِنَب المائدة في السعودية للفترة 1998–2007.	243
34	الشركاء التجاريون المصدرون للعِنَب إلى السعودية لعام 2005.	244
35	بيانات استهلاك عِنَب المائدة في السعودية للفترة 1998–2007.	245
36	بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في الإمارات العربية المُتَّحدة للفترة 1998–2007.	246
37	بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في الأردن للفترة 1998–2007.	247
38	بيانات واردات الكويت من العِنَب للفترة 1998–2007.	248
39	بيانات واردات قطر من العِنَب للفترة 1998–2007.	249
40	بيانات الشركاء التجاريين مصدري العِنَب إلى قطر لعام 2005.	250
41	بيانات واردات البحرين من العِنَب للقترة 1998–2007.	251
42	الشركاء التجاريون المصدرون للعِنَب إلى البحرين لعام 2005.	252
43	بيانات واردات عُمان من العِنَب للفترة 1998–2007.	253
44	الشركاء التجاريون مصدرو العِنَب إلى سلطنة عُمان لعام 2005.	254
45	بيانات إنتاج العِنَب في تركيا للفترة 1998–2007.	255
46	بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في تركيا للفترة 1998–2007.	256
47	الشُركاء التجاريون المُستوردون للعِنَب من تركيا لعام 2005 بحسب الكميَّات المُستوردة.	257
48	بيانات إنتاج العِنَب في مِصر للفترة 1998–2007.	258
49	بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في مِصر للفترة 1998–2007.	259
50	بيانات إنتاج العِنَب في لبنان للفترة 1998–2007.	260
51	بيانات التجارة الخارجية للعِنَب في لبنان للفترة 1998–2007.	261
52	بيانات إنتاج العِنَب في قبرص للفترة 1998–2007.	262
53	بيانات تجارة العِنَب في قبرص للفترة 1998–2007.	263
54	الشركاء التجاريون المُستوردون للعِنَب من قبرص لعام 2005.	264
55	الشركاء التجاريون المُصدّرون للعِنَب إلى قبرص لعام 2005.	265
56	واردات الاتحاد الأوروبي من عنب المائدة ومصادره للفترة 1996–2007.	266
57	الرموز اللاتينية المستخدمة للدلالة على الدول التي وردت في الدوال الرياضية.	267

عنوان الرسالة:

"السياسات الاقتصادية الزراعية لعنب المائدة في سورية وتحليل السوق مثال: المنطقة الجنوبية"

أعدت الرسالة من قبل: المهندس **أحمد إبراهيم الناصير**

الدرجة العلمية المكتسبة: الدكتوراه في الاقتصاد الزراعي

مكان وتاريخ المناقشة: كلية الزراعة - جامعة دمشق 2010/12/6.

المشرفون العلميون:

المشرف المشارك **د. نواف فريجات** قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة دمشق.
المشرف العلمي **أ. د. محمود ياسين** أستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة دمشق.

دوفع عن هذه الرسالة أمام لجنة الحكم المؤلفة من السادة:

- أ. د. **إسكندر إسماعيل**

رئيس قسم الاقتصاد الزراعي بكلية الزراعة في جامعة دمشق؛ عضواً.

- أ. د. **محمود ياسين**

الأستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي بكلية الزراعة في جامعة دمشق؛ عضواً ومشرفاً.

- أ. د. **منذر خدام**

الأستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي بكلية الزراعة في جامعة تشرين؛ عضواً.

- أ. د. **سمعان العطوان**

الأستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي بكلية الزراعة في جامعة دمشق؛ عضواً.

- أ. د. **سهيل خياط**

عميد كلية الزراعة بجامعة البعث والأستاذ في قسم الاقتصاد الزراعي فيها؛ عضواً.