

دراسة اقتصادية لقياس الكفاءة التسويقية لمحصول الذرة الصفراء في محافظة واسط للموسم الزراعي " ٢٠٠٨ "

مدرس عبد عياد عبيد العتابي *

مداحمد جاسم علوان السعيد *

المقدمة:

يعد محصول الذرة الصفراء من المحاصيل المهمة في العالم. حيث تستهلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة من قبل الملايين من سكان العالم. فضلاً عن أن (75%) منها تدخل حبوبها في عليقة الدواجن لإحتوائها على نسبة عالية من الكاربوهيدرات. كما يمكن أن تدخل في تركيبة الطحين المعد للإستهلاك البشري وكذلك تدخل في كثير من الصناعات منها الزيوت، والنشأ، الأفلام والسيلوفين، التعليب، الاصباغ والورق. وعلى الرغم من الاهتمام من قبل الدولة لهذا المحصول المهم إلا أن الاهتمام بعمليات تسويق هذا المحصول لم تلق الاهتمام المطلوب على الرغم من أهميته الاقتصادية والغذائية.

فرضية البحث:

الكفاءة التسويقية لمحصول الذرة الصفراء في محافظة واسط بدائية وتحتاج الى جهود فنية وتقنية اقتصادية للنهوض بالواقع التسويقي لهذا المحصول.

مشكلة البحث:

انخفاض الكفاءة التسويقية وبالتالي انخفاض الاداء التسويقي لمحصول الذرة الصفراء وكذلك ندرة الدراسات الميدانية المتخصصة لتقدير الكفاءة التسويقية لمحصول الذرة الصفراء.

* عضو هيئة تدريس/الجامعة المستنصرية /كلية الادارة والاقتصاد

** عضو هيئة التعليم التقني /المعهد التقني / المسيب

هدف البحث:

يهدف هذا البحث الى قياس الكفاءة التسويقية لمحصول الذرة الصفراء في العراق ومن ثم الحكم على كفاءة أداء نظام التسويق الزراعي لهذا المحصول.

مصادر البيانات:

تم الاعتماد في إجراء هذا البحث لقياس الكفاءة التسويقية لمحصول الذرة الصفراء في محافظة واسط على دراسة ميدانية أجريت من قبل الباحث، إذ تم اختيار عينة عشوائية تقدر بـ (180) مزارعاً في محافظة واسط شملت حوالي 10% من اجمالي عدد مزارعي المحصول في المحافظة البالغ عددهم (1850) مزارعاً باستخدام استمارة استبيان (المبينة في الملحق) أعدت لهذا الغرض.

منهجية البحث:

الكفاءة التسويقية: Marketing Efficiency⁽¹⁾:

يستهدف العديد من التغيرات التي يقترح إجراؤها في مختلف السياسات التسويقية الزراعية الى تحقيق الكفاءة التسويقية الزراعية، ولما كان التسويق الزراعي عبارة عن مجموعة المهام المتصلة لتوصيل مختلف المنتجات الزراعية من المنتجين الاولين الى المستهلكين النهائيين، فإن الناتج النهائي للنشاط التسويقي الزراعي هو إشباع رغبات المستهلكين من هذه المنتجات. وتشمل تكاليف هذا النشاط التسويقي الزراعي تكاليف الموارد الانتاجية والعمالية والرأسمالية والادارية التي استخدمتها المؤسسات التسويقية الزراعية.

وعلى أساس ما تقدم يمكن النظر الى تسويق السلع الزراعية بأنه عبارة عن نظام مدخلات – مخرجات إذ تشتمل مدخلات التسويق على الموارد الضرورية لأداء الوظائف التسويقية، أما المخرجات التسويقية فتشمل المنافع المكانية والزمانية والشكلية والحيازية التي تحقق الاشباع للمستهلكين. وبذلك تكون الموارد عبارة عن تكاليف والمنافع عبارة عن فوائد. ومن الممكن زيادة الكفاءة التسويقية بطريقتين:-

الاولى: تتحقق بإجراء تغييرات تؤدي الى تحقيق تكاليف الاداء الوظيفي لمنتوج معين. أما الطريقة الثانية: فتتمثل بزيادة قيمة الناتج لمحصول معين دون زيادة التكاليف التسويقية.

ونظراً لصعوبة قياس الناتج النهائي للنشاط التسويقي الزراعي وهو الاشباع الذي يستمده المستهلكون من مختلف المنتجات الزراعية، أصبح من الضروري تقسيم الكفاءة التسويقية الزراعية الى كفاءة تسويقية تكنولوجية (Technological

⁽¹⁾ د. صداع الحديثي، قياس الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضر الرئيسة في العراق، مجلة العلوم الزراعية، المجلد 25، العدد

2، 1994، ص 340 – 348.

Efficiency⁽²⁾ ويطلق عليها بعض الاقتصاديين الكفاءة التسويقية التشغيلية (Operational Efficiency) والكفاءة التسويقية السعرية (Pricing Efficiency). حيث تستهدف دراسة الكفاءة التسويقية التكنولوجية لأحدى المؤسسات التسويقية تدنية إجمالي تكاليفها التسويقية من دون التأثير في جانب المخرجات ومن أمثلة ذلك ما يحدث عند استكشاف أساليب جديدة تقلل من تكاليف مورد العمل. إن الكفاءة التسويقية السعرية يقصد بها مقدرة النظام التسويقي على التوزيع الكفوء للموارد وربط مجمل عملية انتاج وتسويق السلع الزراعية بما يلائم اتجاهات المستهلك.

وتتعلق الكفاءة التسويقية السعرية بتحسين الكفاءة التي تتم بها المهام التسويقية من بيع وشراء وتسعير حتى تظل مرآة تعكس رغبات المستهلكين ربما كان أصدق معيار للاشباع الذي يستمدده المستهلكون من الناتج النهائي للنشاط التسويقي هو الائتمان السوقية التي يدفعها في مقابل هذا الاشباع وبمستويات مختلفة من المنافع التسويقية.

إن قياس الكفاءة التسويقية للمحاصيل الزراعية يعد أمراً بالغ الصعوبة إذ يتطلب ذلك قياس النسبة بين التكاليف التسويقية ومستوى الخدمات التسويقية إلا أنه يصعب قياس مستوى أداء الخدمات التسويقية. وقد تمكن بعض الاقتصاديين من وضع مقاييس تقريبية للمستهلك مع ثبات نفقات التسويقية الزراعية من خلال تعريف الكفاءة التسويقية الزراعية.

$$*ME = 100 \left(\frac{Mc}{Mc + Pc} \right) 100$$

إذ أن :-

ME: تشير الى الكفاءة التسويقية Marketing Efficiency.

Pc: تشير الى التكاليف الانتاجية Production costs.

Mc: تشير الى التكاليف التسويقية Marketing costs.

وتجدر الإشارة هنا الى أننا سنستخدم في التحليل تعبير الهوامش التسويقية (Marketing Margin) بدلاً من التكاليف التسويقية وذلك لأن الهوامش التسويقية تشتمل على سعر تكاليف الوظائف التسويقية التي تقوم بها هيئات التسويق فضلاً عن الارباح التي تأخذها هذه الهيئات. التكاليف الانتاجية:

وقسمت الى قسمين: أولاً- التكاليف الثابتة وشملت ايجاد الارض والعمل العائلي. وثانياً- التكاليف المتغيرة وشملت البذور والسماذ ومبيدات ومكننة (عمل آلي) وري ومحروقات وصيانة وعمل مؤجر. والجدول الآتي يوضح بنود التكاليف الكلية الانتاجية:

1. Khols. L. Richard, "Marketing of Agriculture Products", Fifth Edition, Macmillan Publishing co, New York 1980

(2) د. زكي عمود شيانة، التسويق الزراعي، دار المعارف، الاسكندرية، الطبعة الاولى 1970.

الجدول (1)

بنود التكاليف الكلية (التكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة) للدونم الواحد (بالدينار)

بنود التكاليف الكلية	قيمة التكاليف (بالدينار)
أولاً: التكاليف المتغيرة	
البذور	9380
السماد	25400
المبيدات	5650
المكننة (العمل الآلي)*	20125
الري	8650
محروقات	5500
العمل المؤجر	48110
الصيانة	3000
المجموع	125815
ثانياً: التكاليف الثابتة	
إيجار الأرض**	1500
العمل العائلي	26791
المجموع	28291
مجموع التكاليف الكلية	154106

المصدر: احتسبت من قبل الباحث بالاعتماد على استمارة الاستبيان.

وبذلك يكون إجمالي تكاليف إنتاج الدونم الواحد من محصول الذرة الصفراء (عرانيص) (154106) دينار، ولما كانت إنتاجية الدونم الواحد للمحصول في محافظة واسط في المتوسط (740) كغم/دونم (عرانيص) لأن نسبة الكوالح تشكل 22% من وزن العرنوص وعليه يكون إجمالي التكاليف إنتاج الطن الواحد (عرانيص) يساوي (208251) دينار.

الهوامش التسويقية Marketing Marging⁽¹⁾:

* تم احتساب العمل الآلي ككلفة إذا كان مملوك لصاحب المزرعة أو مؤجر على أساس عمل الآلي حسب الساعة وكانت تكلفة الساعة عمل خمسة آلاف دينار للدونم الواحد.

** تم احتساب إيجار الأرض حسب ماهو مؤجر من الدولة للدونم الواحد ثلاثة آلاف دينار في السنة الواحدة.

(1) احتسبت الهوامش التسويقية من قبل الباحث استناداً إلى استمارة الاستبيان.

بلغت التكاليف التسويقية (Marketing costs) للطن الواحد من محصول الذرة الصفراء الاجمالي (20000) دينار/طن اذا اشتملت هذه الكلفة على ما يأتي:-

1. اجمالي تكاليف التمويل المكاني 10750 دينار/طن.
2. اجمالي تكاليف التجميع والتصنيع 6250 دينار/طن.
3. اجمالي تكاليف الخزن 3000 دينار/طن.

وقد بلغ الهامش التسويقي Marketing Manging للمحصول (وهو عبارة عن الفرق بين سعر المنتج عند باب المزرعة وسعر المستهلك الأخير) نحو (270) ألف دينار للطن. أي إن سعر المنتج عند باب المزرعة هو (280) ألف دينار للطن الواحد وان سعر المستهلك النهائي هو (550) ألف دينار للطن الواحد.

قياس الكفاءة التسويقية لمحصول الذرة الصفراء في محافظة واسط:

باستخدام قياس الكفاءة التسويقية الزراعية المذكورة آنفاً، أمكن قياس هذه الكفاءة لمحصول الذرة الصفراء في العراق للموسم التسويقي (2008) وذلك من خلال استخدام البيانات المتعلقة بالتكاليف الانتاجية والهامش التسويقي للمحصول وكما يأتي:-

1. التكاليف الانتاجية 208251 دينار/طن.
 2. الهامش التسويقي 270000 دينار/طن.
- وعليه فإن الكفاءة التسويقية للمحصول تساوي:-

$$ME = 100 - \left(\frac{Mc}{Mc + Pc} \right) \times 100$$

$$ME = 100 - \left(\frac{270000}{270000 + 208251} \right) \times 100$$

$$ME = 100 - \left(\frac{270000}{478251} \right) \times 100$$

$$ME = 43.5\%$$

الكفاءة التسويقية لمحصول الذرة

الاستنتاجات

حيث أن الكفاءة التسويقية لمحصول الذرة الصفراء قد بلغ 43.5% ويمكن اعتبارها مؤشراً غير مقبول لمستوى الأداء التسويقي لهذا المحصول والاستدلال على أن عمليات التسويق الذرة الصفراء لازالت بدائية وتفتقر الى فنون التسويق الحديثة من حيث التجميع او النقل او الخزن.

التوصيات

لرفع الكفاءة التسويقية لمحصول الذرة الصفراء في محافظة واسط ينبغي زيادة كفاءة الأداء التسويقي للوظائف والخدمات التسويقية وإتباع أساليب التسويق الحديثة والعمل على تقليل الفاقد من المحصول من خلال زيادة كفاءة وكفاءة المستلزمات والمعدات التسويقية الحديثة ولمركز التسويق والمخازن ووسائل النقل وغيرها ومن ثم زيادة المتاح منه لمربي الدواجن وتكاليف أقل أضف الى ذلك استحداث معامل جديدة للذرة الصفراء من مجففات ومفرطات أكثر تطوراً و طاقة استيعابية عالية لرفع الكفاءة التسويقية.

المصادر

- 2.د. أحمد محمد توفيق ، "القواعد والأساليب التسويقية الزراعية"، الطبعة الاولى 1970، ص 15 - 18.
- 3.د. محمد عبد الكريم منهل العضيدي، "دراسة اقتصادية لتسويق محصول الذرة الصفراء في العراق"، أطروحة دكتوراه، كلية الزراعة/ جامعة بغداد 1999.
- 4.مديرية زراعة محافظة واسط، قسم المحاصيل الزيتية.
- 5.وزارة الزراعة، قسم الاحصاء الزراعي.
- 6.د. زكي عمود شيانة، التسويق الزراعي، دار المعارف، الاسكندرية، الطبعة الاولى 1970.
- 7.د. صدام الحديثي، قياس الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضر الرئيسة في العراق، مجلة العلوم الزراعية، المجلد 25، العدد 2، 1994.
- 8.خالد محمود القيسي، تسويق محصولي الحنطة والشعير في العراق، رسالة ماجستير، كلية الزراعة / جامعة بغداد، 1996.
- 9.د. متي الكليدار، تسويق الحنطة في العراق، رسالة ماجستير، كلية الزراعة والغابات / جامعة الموصل، 1988.
- 10.د. مجاهد مطلق العاني وسعد عبدالله، انتاج وتسويق الذرة الصفراء في العراق (الواقع والمعالجات)، مجلة الزراعة والتنمية، العدد 4، السنة السابعة عشر، 1998.
11. Khol. L. Richard, "Marketing of Agriculture Products", Fifth Edition, Macmillan Publishing co, New York 1980.
12. Shephard, A.w. 1993, "Agride to Marketing costs one How to calculate them" F.A.O. Rome

الملحق

بسم الله الرحمن الرحيم
استمارة استبانة

خاصة بتسويق محصول الذرة الصفراء للموسم الزراعي 2008

أولاً- المسوقون للمحصول الى معامل الذرة الصفراء:

1- اسم المزارع

- 2- تاريخ الاستجواب / / 2008
- 3- عنوان المزارع قضاء ناحية محافظة
- 4- المساحة الكلية للأرض دونم
- 5- المساحة المخصصة لزراعة الذرة الصفراء دونم
- 6- ما أوجه تصرفك بالانتاج:-
للتسويق
بذور للموسم القادم
للاستهلاك البشري
علف حيواني
أخرى
- 7- ما تكاليف انتاج الطن الواحد من المحصول (عرانيص، حبوب)؟
..... دينار/طن (عرانيص) مطروحة في الحقل.
..... دينار/طن (حبوب) مطروحة في الحقل.
8- ما تكاليف نقل المحصول من الحقل الى المعمل:-
..... دينار/طن تكاليف نقل.
..... دينار/طن تكاليف تحميل.
..... دينار/طن تكاليف تفريغ.
9- كيف يتم الحصاد؟ باليد بالآلة
- 10- ما نسبة الفقد في المحصول أثناء عملية النقل من المزرعة الى معمل الذرة الصفراء؟
عرانيص %
حبوب %
- 11- هل تملك مخزن لخرن المحصول
- 12- ما تكاليف تجميع الحاصل داخل المزرعة؟ دينار / طن.
- 13- ما انتاجية الدونم الواحد من الحبوب المفرطة؟ كغم / دونم.
- 14- ما تكلفة البذور؟ دينار/دونم.
- 15- ما تكلفة السماد؟ دينار/دونم.
- 16- المبيدات دينار/دونم.
- 17- العمل الآلي دينار/دونم.
- 18- الري دينار/دونم.
- 19- مرونات دينار/دونم.
- 20- العمل المؤجر دينار/دونم.
- 21- صيانة دينار/دونم.
- 22- ما تكلفة ايجار الارض؟ دينار للدونم الواحد.
- 23- العمل العائلي دينار / دونم.

- 24- ما اجمالي تكاليف انتاج الدونم الواحد من الذرة (عرانيص)؟ دينار/طن.
- 25- ما اجمالي تكاليف التمويل المكاني؟ دينار/طن.
- 26- ما اجمالي تكاليف التجميع والتصنيع؟ دينار/طن.
- 27- ما اجمالي تكاليف الخزن؟ دينار/طن.
- 28- ما هو سعر البيع عند باب المزرعة دينار/طن.
- 29- ما هو السعر النهائي للبيع عند التسليم الى الدولة؟ دينار/طن.