

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

An Economic Study of manufacturing fruit and vegetable products and their impact on improving the standard of living of the rural population in the Damascus Governorate (Sargayaa area as an example) تمام خالد الحلبي (طالب ماجستير)

(مشرف مشارك) الأستاذ الدكتور شهاب ناصر

(مشرف رئيس) الدكتورة عفرات سلوم

المخلص

هدف البحث إلى إجراء دراسة اقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار وأثرها في تحسين المستوى المعيشي للسكان الريفيين في محافظة ريف دمشق بناحية سرغايا. وتم التوصل إلى تحقيقه من تقدير التكاليف التصنيعية الإجمالية والعيون الاقتصادية المحققة لمتوسط الموسم الزراعي 2020/2021، أتمت أسلوب الحصر الشامل واستهدف جميع المصنعين الذين يقومون بتصنيع منتجات الخضار حيث بلغ عددهم نحو 85 مزارعاً، كما بلغ عدد تجار منتجات الخضار والفاكهة المصنعة نحو 22 تاجراً يتعاملون بعمليات شراء وبيع المنتجات التصنيعية في ناحية سرغايا والقرى التابعة. أتمت البحث على التحليل الكمي والتحليل الاقتصادي بالاستناد إلى المؤشرات الاقتصادية المتعلقة بالتكاليف التصنيعية وحساب العائد الاقتصادي والقيمة المضافة وصافي القيمة المضافة المحققة من تصنيع السلع في عينة الدراسة. بينت نتائج التحليل بأن المنتجات المصنعة كافة، حققت عائد اقتصادي مجزي للمصنعين، وقيمة مضافة جيدة، والتي تمثلت في القيمة الإيجابية لمؤشر صافي الدخل، والقيمة الإيجابية لمؤشر الهامش الإجمالي ومؤشر نسبة الإيرادات إلى التكاليف وأوصى البحث جملة من التوصيات منها تشجيع المصنعين على تسويق منتجاتهم التي يُصنعونها بدلاً من اعتمادهم على الوسطاء والتجار، وإنشاء هيئة تسويقية خاصة بتسويق المنتجات المصنعة بهدف الإشراف والمراقبة على عمليات بيعها منعاً للاحتكار.

القسم النظري

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

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

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

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

صافي القيمة المضافة = القيمة المضافة - قيمة الاهتلاك الرأسمالي السنوي

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

-الكفاءة الاقتصادية: ويعبر عن الربح العائد من الاستثمار في الصناعات الغذائية، وبحسب من القانون التالي: الكفاءة الاقتصادية = الإيرادات ÷ التكاليف التصنيعية الكلية وحسب لكل منتج مصنع في عينة الدراسة، ويعبر عن الربح العائد من استثمار كل (100ل.س) في القيام بصناعة غذائية ما (العتوان والحمصي، 2010).

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

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

النتائج والمناقشة

- شغل تحكم الوسطاء والتجار المرتبة الأولى من بين المشكلات التي واجهت المبحوثين، أما مشكلة أسعار بيع منخفضة فشغل المرتبة الثانية، وشغل المرتبة الأخيرة مشكلة توافر مصادر دخل أخرى، وهذا يدل على مدى تأثير الوسطاء والتجار في التحكم بأسعار شراء المنتجات المصنعة والحصول على أكبر هامش ربح كبير وتعرض المنتج لفقدان جزء من الدخل.

- شغل تحكم التجار بالأسعار المرتبة الأولى من بين المعوقات التي واجهت المبحوثين في عمليات التصنيع، أما انخفاض أسعار المنتجات المصنعة فشغل المرتبة الثانية، وشغل المرتبة الأخيرة عدم توافر الغاز، وهذا يعني أن المعوقات التي تواجه عملية التصنيع تتعلق بعمليات البيع والتسويق، ثم بالدرجة الثانية عدم توافر المحروقات وغلاء المواد الأولية.

- شغل توفير المعدات اللازمة للتصنيع المرتبة الأولى من بين مقترحات التطوير على حسب رأي المبحوثين، أما تخفيض أسعار المواد الأولية فشغل المرتبة الثانية، وشغل المرتبة الأخيرة تسهيل إجراءات الحصول على التراخيص.

- حققت المنتجات المصنعة في عينة الدراسة كافة، عائداً اقتصادياً مجزياً للمصنعين، وهذا يعني رفض فرضية مفادها "لا تُحقق المنتجات المصنعة العائد الاقتصادي المجزي للسكان الريفيين".

- حققت كافة المنتجات المصنعة في عينة الدراسة قيمة مضافة، وهذا يعني رفض فرضية مفادها "لا تُحقق المنتجات المصنعة قيمة مضافة في منطقة الدراسة".

- حققت المنتجات المصنعة في عينة الدراسة كافة، كفاءة اقتصادية جيدة، أي إن الليرة السورية المستثمرة تعود على المنتج بقيمة 0.254 و 0.388 و 0.991 و 0.715 و 1.78 في تصنيع مربى التفاح ومربى المشمش ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح على التوالي.

- حققت المنتجات المصنعة في عينة الدراسة كافة، جدوى اقتصادية حقيقية على صعيد المؤشرات الاقتصادية المدروسة، والتي تمثلت في القيمة الإيجابية لمؤشر صافي الدخل، ونسبة التشغيل ومؤشر نسبة الإيرادات إلى التكاليف التي زادت عن الواحد الصحيح التي تدل على أن هذه المنتجات تحقق ربحية جيدة.

- شغلت قيمة الهامش التسويقي المطلق للتاجر المحقق من بيع عبوة خل التفاح المرتبة الأولى من بين المنتجات المصنعة، وشغل صافي الهامش التسويقي المحقق للتاجر لقاء بيع عبوة خل التفاح شغل المرتبة الأولى من بين المنتجات المصنعة.

- جاءت قيمة الكفاءة التسويقية (1) مرتفعة للمنتجات المصنعة في عينة الدراسة كافة، حيث يُمثل هذا المقياس العلاقة بين التكاليف التسويقية والتكاليف التصنيعية، وهذا يعني انخفاض التكاليف التسويقية على مستوى عينة التجار، مما أدى إلى تحقيق كفاءة تسويقية مرتفعة، ويمكن اعتباره مؤشراً جيداً لمستوى الأداء التسويقي للمنتجات المصنعة.

المراجع

- Ashok Kumar Sahoo, Srinibash Dash & Sudhanshu Sekhar Rath. (2020). **The Application of Garrett Scoring Techniques for Assessment of the Farmer Problems in Obtaining and Repayment of Agricultural Credit**. INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH VOLUME 9, ISSUE 03, MARCH 2020 ISSN 2277-8616
- Bauomy, Tahani saleh Mohamed, Alaa Ali Nama,(2016), **An Economic study of the role of food procession plant for sustainable development in Sharkia governorate**, Agricultural Economics Research Institute, ARC,Giza
- Hanyani-Mlambo, B., Mhazo, N., Proctor, S. and Henson, S.,(2002).Facilitating **the effective production and marketing of processed food products by small-scale producers in Zimbabwe**. Department of Agricultural and Food Economics, The University of Reading, UK Development Technology Centre.
- Kriesberg, M.(2005), **marketing efficienncy in developing countries**. In: Marketing systems for developing countries. Incomas proceeding, dafan, pp. 18-29.