

المقدمة: تأتي أهمية البحث توفير مصادر دخل إضافية للأسر الريفية وتأمين فرص العمل لجيل الشباب، وإشراك النساء في عمليات التصنيع، وتوفير قيمة مضافة للمنتجات الزراعية. هذا بالتزامن مع الأهمية المتزايدة للتصنيع الغذائي و دوره بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية والتأثير المباشر وغير المباشر في تحقيق الأمن الغذائي ودعم اقتصاديات الريف. وتُشكل الصناعات الغذائية المرتبطة بمنتجات الخضار والفاكهة قطاعاً كبيراً وواسعاً ومتنوعاً في العالم، فهي تشمل مجالات متنوعة كصناعات الكونسروة والعصائر والمشروبات الغازية والمربيات والمربلات والمخللات والخضار والفاكهة المجففة ومنتجات الزيتون المختلفة والشيبس والمقلات ورب البندورة وغيرها، وتتميز كل صناعة بخصوصية مميزة لها من حيث التقانة المستخدمة في التصنيع وخطوات التصنيع ونوعية المنتج النهائي (الشرقاوي، 2020).

تكتسب الصناعات الغذائية أهميتها الإستراتيجية والاقتصادية من خلال زيادة المنفعة المتحققة من السلع الزراعية وذلك عن طريق القيمة المضافة للمنتجات الزراعية، وتسهم في استقرار الأسعار والحد من التقلبات السعرية التي يتعرض لها المزارع، بالإضافة إلى امتصاص الفائض عن حاجة الاستهلاك الطازج وتحويله إلى منتجات قابلة للتخزين ومتوفرة على مدار العام، (أحمد، 2015). حيث أكدت الدراسات السابقة التي تم استعراضها في الفصل الأول من الرسالة أهمية التصنيع الغذائي في المناطق الريفية عامة مع ملاحظة التباين العائد لخصوصية المناطق الريفية المختلفة خاصة سواء من حيث الإنتاج الزراعي أو الموقع الجغرافي. بالإضافة إلى أن القليل من الدراسات تناولت التكاليف والعوائد الاقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار. مما دفع البحث إلى تقدير هذه التكاليف، فضلاً عن التعرف على مدى توفر مستلزمات التصنيع والمشكلات التصنيعية التي تواجه المصنعين في منطقة الدراسة (سرغايا) بمحافظة ريف دمشق. حيث بين الاستقصاء الأولي لمنطقة الدراسة على توافر المنتجات المصنعة كالمربيات والمخللات ومعجون البندورة وخل التفاح الذي تقوم بتصنيعها الأسر الريفية في منازلهم في ناحية سرغايا وقراها، في تأمين حاجة الاستهلاك المنزلي، أو بيع هذه المنتجات للتجار، أو بيعها في الأسواق القريبة من القرية، ومن ثم تأمين مصدر دخل إضافي لهذه الأسر.

هدف البحث بالعموم إلى إجراء دراسة اقتصادية لتصنيع المربيات ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح، وإمكانيتها في تحسين الواقع المعيشي للسكان الريفيين في سرغايا، حيث جرى التوصل إلى تحقيقه من خلال المواد والطرائق البحثية التي استُعرضت في الفصل الثاني، وهي دراسة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمنتجي السلع المصنعة في منطقة الدراسة، وتقدير التكاليف التصنيعية الإجمالية والعوائد الاقتصادية المحققة لمتوسط الموسم الزراعي 2021/2020، بالإضافة إلى تحديد المسالك والتكاليف والهوامش والكفاءة التسويقية للمنتجات المدروسة، وحصص المشكلات الرئيسة المتعلقة بتصنيعها، حيث اعتمد 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.

1. مشكلة البحث: تكمن المشكلة البحثية في نقص الدراسات التي تتناول التكاليف والعوائد الاقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار في محافظة ريف دمشق، كونها من الأنشطة الاقتصادية المهمة في

هذه المنطقة، وهنا لا بد من الإجابة على التساؤلات التالية: هل تكاليف تصنيع مُنتجات الفاكهة والخضار مرتفعة في الظروف الراهنة؟ هل يُحقق تصنيع منتجات الفاكهة والخضار العائد الاقتصادي المناسب للمزارع؟ ما هي إمكانية تأمين مستلزمات الإنتاج لهذه الصناعة وبتكلفة مناسبة للمزارع؟ ما هي معوقات تصنيع المُنتجات الزراعية؟ ما هي أهم مقترحات تطوير تصنيع المُنتجات الزراعية، استناداً إلى ذلك فإن تنفيذ البحث سوف يؤدي إلى الإجابة على التساؤلات السابقة.

2. أهمية البحث: لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار أثر كبير في تنمية الاقتصاد السوري، كونها تستوعب الفائض من المحاصيل الزراعية، لا سيما عندما تكون المواسم جيدة والمحاصيل وفيرة، وبهذه الطريقة تُسهل عملية تخزين المحاصيل سريعة التلف من وقت توافرها إلى حين تسويقها في فصل الشتاء، ولوحظ خلال السنوات العشر الماضية رغبة المزارعين في تصنيع منتجات الفاكهة والخضار نظراً للمؤشرات التي تدل على تحقيق قيمة مُضافة مقبولة، ولا سيما المربيات والعصائر نظراً للإقبال الكبير على انتشارهما على مستوى البلاد، ولذا لا بد من تنفيذ دراسة اقتصادية لهذه الصناعة، وهي تؤدي بذلك خدمة أساسية بتمويل البلاد بالمواد الغذائية المُصنعة في غير مواسم إنتاج الفاكهة والخضار، ولا سيما عند عدم توافرها طازجةً، وهي تساعد المزارع في تصريف إنتاجه المتزايد وتشجعه على الاستمرار في الإنتاج، وإن عدم تصنيع المُنتجات الزراعية في مواسمها يجعل القسم الأكبر منها عرضة للتلف بسبب عدم وجود أسواق لها، وتكمن أهمية البحث في تحقيق الأمن الغذائي في البلاد، وتوفير فرص عمل جديدة ليد عاملة محلية متخصصة وغير متخصصة، ووجود طلب محلي مرتفع على المنتجات التصنيعية، وتأمين الاحتياج الاقتصادي في هذه المرحلة، حيث تُعد عملية تصنيع المُنتجات النباتية من المشاريع ذات الأولوية في هذه المرحلة في سورية.

3. أهداف البحث: هدف البحث إلى تنفيذ دراسة اقتصادية لتصنيع منتجات الفاكهة والخضار، وإمكانيتها في تحسين الواقع المعيشي للسكان الريفيين في ناحية سرغايا، وتوصل البحث إلى تنفيذ الهدف الرئيس من خلال الأهداف الفرعية الآتية:

- 1-دراسة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمُنتجي السلع المُصنعة من الفواكه والخضار في ناحية سرغايا.
- 2-تقدير التكاليف التصنيعية الإجمالية والعوائد الاقتصادية المحققة، والقيمة المُضافة للمُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة لمتوسط الموسم الزراعي 2021/2020.
- 3-دراسة أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية في الدخل المُحقق للمبحوثين الناجم عن تصنيع المُنتجات في عينة الدراسة.
- 4- تقدير التكاليف والهوامش والكفاءة التسويقية للمُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة لمتوسط الموسم الزراعي 2021/2020.
- 5-حصر المعوقات الرئيسة المتعلقة بتصنيع المُنتجات، ومقترحات تطويرها على حسب وجهة نظر المبحوثين، والصعوبات التسويقية على حسب وجهة نظر التجار الذين يقومون بتسويقها.

4. فرضيات البحث:

-الفرضية الأولى: لا تُحقق المُنتجات المُصنَّعة العائد الاقتصادي المُجزي للسكان الريفيين.

الفرضية الثانية: لا تُحقق المُنتجات المُصنَّعة قيمة مُضافة في منطقة الدراسة.

الفرضية الثالثة: لا يُحقق تسويق المُنتجات المُصنَّعة هامشاً تسويقياً مجزياً للتجار في منطقة الدراسة.

5. مواد البحث، وطرائقه:

-منطقة البحث: نُفذ البحث في ناحية سرغايا التابعة إلى منطقة الزبداني في محافظة ريف دمشق، وهي عبارة عن بلدة ومصيف سوري تقع شمال مدينة دمشق، وسط منطقة جبلية بالقرب من عدد من المصايف السورية المعروفة مثل الزبداني وبلودان، وهي تابعة إدارياً لمنطقة الزبداني ضمن محافظة ريف دمشق، وهي مركز ناحية، وتقع على ارتفاع 1450م من مستوى سطح البحر ويُقدر عدد سكانها حوالي 25000 نسمة على حسب التقديرات الإحصائية التي أُجريت خلال عام 2016، ونظراً لأهمية إنتاج التفاح والشمش وبعض الخضار في محافظة ريف دمشق وانتشار معظم زراعتها في ناحية سرغايا والقرى التابعة لها، اختارها البحث، لإمكانية إنتاج السلع المُصنَّعة ضمن الظروف والإمكانات المتوفرة فيها كإنتاج مربى التفاح وخله ومربى الشمش ومعجون البندورة ومخلل الخيار.

-مجتمع البحث وعينته: نظراً لمحدودية عدد المُصنعين في سرغايا والقرى التابعة لها، فقد اعتمد أسلوب الحصر الشامل واستهدف جميع المُصنعين المنتشرين في منطقة الدراسة، حيث جرى اختيار المزارعين كافة الذين يقومون بتصنيع منتجات الخضار والفاكهة في ناحية سرغايا والقرى التابعة لها، حيث بلغ عددهم نحو 85 مزارعاً، كما بلغ عدد تجار مُنتجات الخضار والفاكهة المُصنَّعة نحو 22 تاجراً يتعاملون بعمليات شراء المنتجات التصنيعية وبيعها في ناحية سرغايا والقرى التابعة.

-البيانات ومصدرها: نُفذ البحث استناداً إلى نوعين من البيانات:

- البيانات الأولية: شملت دراسة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمُنْتَجِي الفاكهة والخضار المُصنَّعة الذين جرى اختيارهم بطريقة المسح الشامل في منطقة الدراسة، بحيث مثلت الواقع العملي لمُنْتَجِي الفاكهة والخضار المُصنَّعة، وُجِّمَت البيانات بالاستناد إلى استمارة الاستبيان التي أُعدت لهذا الغرض، وذلك من خلال المقابلات الشخصية للمبحوثين في منطقة الدراسة.

-البيانات الثانوية: جُمِعت البيانات من المنشورات الرسمية الصادرة عن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي والجهات الأخرى، بالإضافة إلى البيانات الخاصة بأسعار المواد المصنَّعة لمُنْتَجات الفاكهة والخضار من النشرات الرسمية لأسعارها المنشورة بواسطة المكتب المركزي للإحصاء والمتاحة في الأسواق.

- الأسلوب البحثي:

-التحليل الإحصائي: وذلك من خلال برنامج SBSS عن طريق استخدام طرق بسيطة كالمتوسطات الحسابية، والنسب المئوية والانحراف المعياري، والجداول والأشكال البيانية.

-نموذج الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression): أُستخدم نموذج الانحدار المتعدد (Multiple Regression Model) لقياس العلاقة الاقتصادية بين الدخل المُحقق للمبحوثين الناجم عن عملية التصنيع بوصفه متغيراً تابعاً (Dependent Variable) والمتغيرات المستقلة

(Independent Variables) من خلال تطبيق الدالة الخطية (Linear Function) (حسين مجيد، 1998) الآتية:

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + a_z + a_i$$

حيث إن:

- y : الدخل (ل.س). - x_1 : عمر المبحوث (سنة). - x_2 : الحالة الاجتماعية للمبحوث. - x_3 : المستوى التعليمي للمبحوث. - x_4 : عدد أفراد الأسرة (فرد). - x_5 : خبرة المبحوث (سنة). - x_6 : حيازة المبحوث من الأرض (دونم). - x_7 : مساحة الحديقة المنزلية (م²). - x_8 : توافر معدات التصنيع الحديثة. - x_9 : توافر مستلزمات التصنيع.

- $b_0, b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7, b_8, b_9$: معالم العوامل المستقلة.

- **التحليل الاقتصادي**: أُجري في هذا الجزء التحليل الاقتصادي للمنتجات المصنعة في عينة الدراسة بالاستناد إلى المؤشرات التالية:

- **التكاليف التصنيعية**: وهي الاهتلاكات السنوية وجميع عناصر التكاليف المصروفة على إنتاج السلع المصنعة (تكاليف التصنيع + تكلفة 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**: 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

- **الكفاءة الاقتصادية**: ويعبر عن الربح العائد من الاستثمار في الصناعات الغذائية، ويحسب من القانون التالي:

الكفاءة الاقتصادية = الإيرادات ÷ التكاليف التصنيعية الكلية

وحُسِب لكل منتج مُصنَّع في عينة الدراسة، ويعبر عن الربح العائد من استثمار كل (100 ل.س) في

القيام بصناعة غذائية ما (العطوان والحمصي، 2010).

- **التحليل المالي**: باستخدام بعض مؤشرات التقييم، التي تمثلت بما يلي (عطية، 2008)، (الثيان

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.

- **الأسلوب البحثي الخاص بالمشكلات والصعوبات**:

- **تقنية ترتيب كاريت (Garrett's Ranking Technique) (Sahoo, 2020 Dash,):**

طبقت تقنية كاريت للتوصل إلى ترتيب أسباب عدم اعتبار بيع المنتجات المصنعة مصدراً رئيسياً

للدخل في منطقة الدراسة، والمعوقات التي تواجه عملية التصنيع، ومقترحات حلها على حسب الأولوية

وحسب رأي المبحوثين، بالإضافة إلى ترتيب مشكلات التسويق ومقترحات حلها على حسب الأولوية وعلى حسب رأي التجار بالاستناد إلى المعادلة الآتية:

$$PercentPosition = \frac{100 * (R_{ij} - 0.5)}{N_j}$$

- الهامش التسويقي وصافي الهامش التسويقي: تم التوصل إلى تحديد الهوامش التسويقية وفق المعادلتين الآتيتين (سلام، وآخرون، 2004):

$$1- MPM = Ps - Pb$$

$$2- NMP = MPM - Co$$

- الكفاءة التسويقية: وتُقدر الكفاءة التسويقية رياضياً، استناداً إلى إجمالي التكاليف التصنيعية، والتكاليف التسويقية لكل مُنتج من المُنتجات المدروسة، عن طريق تطبيق المعادلتين الآتيتين (عبد القهار والراوي، 2011):

$$1- ME=100-[MC/(MC+PC)]*100$$

$$2- ME=100-[(MC+PC)/p_p]*100$$

- الاستنتاجات:

- 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 المُنتجات المُصنعة والحصول على أكبر هامش ربح كبير وتعرض المُنتج لفقدان جزء من الدخل.

- شغل تحكم التجار بالأسعار المرتبة الأولى من بين المعوقات التي واجهت المبحوثين في عمليات التصنيع، أما انخفاض أسعار المُنتجات المُصنعة 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 المُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة كافة، عائدًاً اقتصادياً مجزياً للمُصنّعين، وهذا يعني رفض فرضية مفادها "لا تُحقق المُنتجات المُصنعة العائد الاقتصادي المُجزي للسكان الريفيين".

- حققت كافة المُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة قيمة مُضافة، وهذا يعني رفض فرضية مفادها "لا تُحقق المُنتجات المُصنعة قيمة مُضافة في منطقة الدراسة".

- حققت المُنتجات المُصنعة في عينة الدراسة كافة، كفاءةً اقتصادية جيدة، أي إنّ الليرة السورية المستثمرة تعود على المُنتج بقيمة 0.254 و0.388 و0.991 و0.715 و1.78 في تصنيع مربى التفاح ومربى المشمش ومخلل الخيار ومعجون البندورة وخل التفاح على التوالي.

- 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 يمثل 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.
- **التوصيات:**
 - إقامة دورات تدريبية لأفراد الأسر الزراعية في مجال تصنيع المنتجات الزراعية في منطقة الدراسة بشكل خاص، والمناطق الأخرى من البلاد بشكل عام، بغية زيادة عدد المساهمين في عمليات التصنيع وتحسين المستوى المعيشي لهم.
 - تشجيع المصنعين على تسويق منتجاتهم التي يصنعونها بدلاً من اعتمادهم الوسطاء والتجار، بغية حصولهم على الهامش التسويقي الذي يخسرونه وحمايتهم من الاحتكار والتحكم من قبل التجار، وذلك من خلال تجميعهم في جمعية تسويقية واحدة في منطقة الدراسة.
 - إنشاء هيئة تسويقية خاصة بتسويق المنتجات المصنعة بهدف الإشراف والمراقبة على عمليات بيعها منعاً لاحتكار التجار والتحكم بالأسعار وحمايةً للمنتجين بغية تشجيع المزارعين على التصنيع ليصبح من مصادر الدخل الرئيسية.
 - ضرورة قيام الجهات المعنية بالإشراف على عمليات التسعير ومراقبة الأسواق ومحاسبة المحتكرين، لحماية المنتجين وتشجيعهم على التصنيع لزيادة وتحسين دخولهم، فضلاً عن زيادة مساهمة هذا القطاع في الدخل الوطني وتأمين فرص العمل.
 - توفير المعدات اللازمة للتصنيع، وتسهيل إجراءات الحصول على تراخيص للقيام بعمليات التصنيع، والعمل على تخفيض أسعار المواد الأولية وتوافرها بالأوقات المناسبة، بغية زيادة عدد المشاركين بعمليات التصنيع وزيادة الكميات المصنعة، ومن ثم زيادة الدخل وتحسين المستوى المعيشي للسكان الريفيين.
 - قيام المصرف الزراعي بمنح القروض للمشتغلين بعمليات تصنيع المنتجات الزراعية، كونها من الأنشطة الاقتصادية التي تحقق الفوائد للمنتجين، ومن ثم تحسين المستوى المعيشي لهم، وزيادة الناتج الزراعي على المستوى الوطني.
 - استخدام معدات تصنيعية حديثة ومتطورة، بغية تحسين مستوى الأداء التسويقي، بالإضافة إلى تخفيض التكاليف التصنيعية والتسويقية.