دراسة واقع تسويق أزهار القطف في محافظة اللاذقية

د. حيان سليمان*
د. عمر فاروسي**
ريتا محمد غانم***

(تاريخ الإيداع 6 / 4 / 2021. قبل للنشر في 10 / 10 / 2021)

ملخّص

أثبتت الظروف البيئية والمناخية في محافظة اللاذقية القدرة على إنتاج الأزهار القابلة للتصدير، كما أثبتت أهمية الأزهار المُنتجة محلياً في دعم الاقتصاد الوطني، ويقع على عاتق الجهات المعنية تحسين واقع هذه الزراعة بما يتناسب مع احتياجات السوق المحلية وإمكانية التصدير للأسواق الخارجية، وتم التركيز في هذا البحث على دراسة الواقع التسويقي، والتعرف على العقبات التي تعترض هذه الزراعة، بالاستناد إلى بيانات تم جمعها من عينة البحث، معتمدين في تحديد كلفة المواد والأجور أسعار السوق السائدة عامي 2020 و2021، وقد تم السعي في هذا البحث لتحقيق الأهداف الآتية:

- دراسة واقع تسويق أزهار القطف التجارية في محافظة اللاذقية.
- دراسة القنوات التسويقية لأزهار القطف ومعرفة العقبات التي تعترض المزارعين.

وبنتيجة الدراسة تم التوصل إلى النتائج الآتية:

- تمثلت المشكلات التي واجهت المزارعين في أسعار مستلزمات الإنتاج، موسمية الإنتاج، ارتفاع تكاليف النقل، سرعة تلف الأزهار، وعدم توفر أماكن تخزين مبردة.
- بلغت نسبة المزارعين المعتمدين على محلات الجملة في تسويق منتجاتهم (79.3) %.
- بلغ المتوسط الحسابي للتكاليف التسويقية (72,68,087.05) ل.س.

الكلمات المفتاحية: أزهار القطف – تكاليف تسويقية – واقع تسويقي– مسالك تسويقية.

*مدرس – قسم الاقتصاد الزراعي – جامعة تشرين– اللاذقية– سورية Hsulaiman87@gmail.com
**استاذ– قسم الاقتصاد الزراعي– جامعة تشرين– اللاذقية–سورية Omarfarousi@gmail.com
*** طالبة ماجستير – قسم الاقتصاد الزراعي – جامعة تشرين – اللاذقية– سورية ritta477@gmail.com

Study the Reality of Marketing Cut Flowers in Lattakia Governorate

Dr. Hayyan sleman [*]
Dr. Omar farosi [**]
Rita ghanem [***]

(Received 6 / 4 / 2021. Accepted 10 / 10 /2021)

□ ABSTRACT □

The environmental and climatic conditions in Lattakia have proven the ability to produce flowers that can be exported, and the locally produced flowers have proven their importance in supporting the national economy. Based on data collected from the research sample, based on the determination of the cost of materials and wages, the prevailing market prices for the years 2020 and 2021, and this research has been sought to achieve the following objectives:

- Studying the reality of the production and marketing of commercial cut flowers in Lattakia Governorate.
- Studying the marketing channels for cut flowers and knowing the obstacles encounter this.

As a conclusion of study, the following results were reached:

- The problems faced by farmers were the prices of production requirements, seasonality of production, high transportation costs, rapid deterioration of flowers, and the lack of refrigerated storage places.
- The percentage of farmers who depend on wholesale stores to market their products is (79.3) %.
- The arithmetic average of the marketing costs amounted to (7268087.05) SP.

Key words: Cut flowers - Marketing costs - Marketing reality - Marketing pathways.

[*]**Assistant Professor - Agricultural Economics Department - Tishreen University- Lattakia- Syria**
Hsulaiman87@gmail.com
[**] **Professor - Agricultural Economics Department - Tishreen University- Lattakia- Syria**
Omarfarousi@gmail.com
[***] **Postgraduate Student - Agricultural Economics Department - Tishreen University- Lattakia- Syria**
ritta477@gmail.com

مقدمة

تغيرت الكثير من المفاهيم في السنوات الاخيرة، إذ أصبح الكثير من الناس يعبرون عن مشاعرهم من خلال تقديم الأزهار، في معظم المناسبات الدينية والولادة والزواج وغيرها، في الماضي لم يكن للأزهار قيمة اقتصادية لكن مع مرور الوقت، حدثت تغيرات جذرية في نمط حياة الناس مما أدى إلى انتشار زراعة الأزهار التجارية، وقد تم التعرف على علم وفن زراعة الأزهار التجارية كنشاط اقتصادي قادر على توليد العمالة وكسب العملات الأجنبية.

تشير المصادر التاريخية إلى أن قدماء المصريين الفراعنة زرعوا كثيراً من الأزهار كاللوتس والليليوم والياسمين وغيرها، وقد وجدت في الأهرامات، وكان للصينيين منذ (3000) سنة قبل الميلاد برامج انتخاب وتربية لكثير من نباتات الزينة كالورد والأرولا (الشايب وعبد اللطيف، 1993).

يطلق مصطلح أزهار القطف على مجموعة من الأزهار أو النموات الزهرية التي تصلح للقطف التجاري، إذ تستخدم في عمل التنسيقات الزهرية المختلفة داخل المكاتب والصالات والمنازل والمطاعم والمستشفيات، أو في التصدير إلى الأسواق العربية والأجنبية، ويعتبر الورد الجوري، القرنفل، الجلايول، الزنبق، الجربيرا، التوليب، النرجس، والفل وغيرها من أشهر الأنواع التي يمكن استخدامها في أغراض التنسيق والتجميل (الديري، 1981).

أدركت الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية منذ عشرات السنين الأهمية الاقتصادية لزراعة نباتات الزينة وأزهار القطف في البيوت البلاستيكية وما تحققه من أرباح تشجع المستثمرين في مجال الزراعة ومزاولتها (فرح، 2006).

تشغل نباتات الزينة مكانة هامة في الوقت الحالي على الصعيد العالمي، حيث قدر الإنتاج العالمي لأزهار القطف عام 1985 بنحو 13 بليون يورو، وقد وصل هذا الإنتاج عام 2001 إلى ما يزيد عن 37 بليون يورو، وتُعد اليابان، الولايات المتحدة الأمريكية، هولندا، فرنسا، وألمانيا من أكبر الدول المنتجة للأزهار في العالم (Cadic and Widehem, 2001).

إجمالي واردات المملكة المتحدة من أزهار القطف، تهيمن عليها هولندا تماماً، وبأعداد ضخمة، حيث تبلغ قيمة الواردات حوالي 550 مليون يورو سنوياً وتكسب 10 مليون يورو بين عامي 2013 و2016. وجاءت الواردات من هولندا متبوعة بالواردات من كينيا (حوالي 60 مليون يورو)، كولومبيا (حوالي 35 مليون يورو) وإسبانيا وجنوب إفريقيا (حوالي 1 مليون يورو لكل منهما، الأولى في تزايد والأخيرة في تناقص خلال هذه الفترة). خلال نفس الفترة الواردات من إثيوبيا وصلت إلى أكثر من 8 مليون يورو، ومن تركيا إلى ما يقارب من 6 ملايين يورو ومن المغرب إلى أكثر من 5 مليون يورو. كما جاءت كميات صغيرة من الواردات من مجموعة واسعة من البلدان في أوروبا، أمريكا الوسطى والجنوبية والشرق الأوسط وآسيا. (Hanks, 2018).

تُعد اليوم Royal Flora Holland أكبر سوق لتجارة الأزهار في العالم، حيث تنقل الآلاف من أنواع النباتات والزهور المختلفة حول العالم. حيث أنها أعلنت في عام 2014، عن إيرادات بلغت حوالي 4.5 مليون يورو، بينما زادت المبيعات السنوية في عام 2019 إلى ما يقارب 4.8 مليون يورو. (Statista, 2020)

في سويسرا، يكافح المزارعون السويسريون من أجل المنافسة في السوق الصعبة التي تفرض أسعار منخفضة، وتصل المبيعات من أزهار القطف إلى ذروتها في 14 شباط – عيد الحب، وبذلك يتم بيع سبعة من كل عشرة أزهار. (Plasmeijer Yanai, and 2012)

ومن أهم معايير الاتحاد الأوروبي المطبقة على أزهار القطف الطازجة المناسبة لعمل البوكيهات لأغراض الزينة، هي أن يتمتع النخب الأول بمواصفات جيدة للصنف والنوع، وأن يكون التفاوت المسموح به في الجودة هو 5% من المُنتَج. أما بالنسبة للنخب الثاني فيُسمَح بتفاوت بنسبة 10% من المُنتَج غير مطابق للمواصفات المسموح بها (الحياري وآخرون، 2007).

لم يقتصر التوسع الذي شهده القطاع الزراعي في سورية على زيادة المساحات المزروعة، وإنما ترافق ذلك مع زيادة التنوع في الزراعات والانتقال نحو زراعة أزهار القطف بشكل تجاري ذو عائد اقتصادي مهم.

إن إنتاج أزهار القطف أصبح الآن صناعة تحتاج إلى خبرة عالية، مستوى عالي من التخصص، استخدام أحدث وسائل التكنولوجيا في الإنتاج، والالتزام بمواصفات الجودة والتعبئة والتغليف، بالإضافة إلى شبكة معلومات متخصصة على علم دائم بأحوال السوق المحلية والعالمية مدعومة بنظام تسويق فعال (شاهين، 2014).

وقد تطورت زراعة نباتات الزينة وأزهار القطف في البيوت البلاستيكية في القطر العربي السوري بشكل واضح خلال الفترة 2001 – 2007، حيث ازداد عدد البيوت البلاستيكية المزروعة بنباتات الزينة من 2100 بيت إلى 5140 بيت في عام 2007 (درويش، 2009).

ثم انخفض عدد البيوت البلاستيكية ليصل إلى 414 بيتاً، بمساحة قدرها 6.16 هكتار، في عام 2013، نظراً لما تعيشه البلاد من ظروف خاصة أدَّت إلى تراجع هذه الزراعة (خدام وسرحيل، 2016).

ولابد قبل التفكير في إنتاج أزهار القطف من دراسة السوق ومعرفة الأنواع والألوان المرغوبة والأوقات التي يزيد الطلب فيها على كل نوع وإمكانية التصدير حسب القوانين المرعية.

المشكلة البحثية:

تشمل مشكلة البحث انعدام الاهتمام بالجوانب التسويقية لأزهار القطف رغم أهميتها الاقتصادية، وإمكانية فتح أسواق خارجية لها وتحقيق عائد مجزي من القطع الأجنبي كونها سلعة رائجة في كل الفصول، بالإضافة إلى تمتع سورية في مزايا مناخية وجغرافية تؤهلها لإنتاجها بتكاليف منخفضة نسبياً، إلا أنه لا يوجد اهتمام بالجوانب التسويقية لأزهار القطف، كونها تُعتَبر من الكماليات وذلك لوجود محاصيل ذات أولوية أكثر تتعلق بالأمن الغذائي، علاوةً على ذلك لا يوجد في سورية بورصة لبيع الزهور. كما أن الإجراءات الجمركية تستغرق الكثير من الوقت، والأزهار عمرها محدود، بالإضافة إلى عدم وجود دعم حكومي لهذه الزراعة سواء من حيث تأمين مستلزمات الإنتاج أو من حيث توفير أسواق تصدير خارجية، لذا كان لا بد من إعداد الدراسة لإلقاء الضوء على أبرز المعوقات التي تعترض تطوير هذه الزراعة.

أهمية البحث وأهدافه

تكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على واقع زراعة وتسويق أزهار القطف ذات الكفاءة الاقتصادية العالية، نظراً لما تتمتع به زراعة أزهار القطف من مقومات اقتصادية من حيث سرعة دوران رأس المال، لذلك في هذا البحث تم تحليل ودراسة واقع هذه الزراعة بهدف إلقاء الضوء على الصعوبات التي تعترض المزارعين.

وبناءً على ما سبق فالبحث يهدف إلى تحقيق الآتي:

- دراسة واقع إنتاج وتسويق أزهار القطف التجارية في محافظة اللاذقية.
- دراسة القنوات التسويقية لأزهار القطف ومعرفة العقبات التي تعترض المزارعين.

فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات التسويقية وكمية الإنتاج من أزهار القطف.
- الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان تسويق المنتجات (جملة، تجزئة) وقيمة الإنتاج من أزهار القطف.
- الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان تسويق المنتجات (جملة، تجزئة) والتكاليف التسويقية.
- الفرضية الرابعة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كمية الإنتاج من أزهار القطف والمشاكل الإنتاجية والتسويقية.

طرائق البحث و مواده

1 – منهج البحث:

استخدم المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة، واعتمد في التحليل الإحصائي على البرنامج الإحصائي SPSS 19.

2 – منطقة الدراسة:

تم تنفيذ البحث في مناطق اللاذقية، جبلة، والحفة، في المزارع التي تنتج أزهار القطف بمختلف أنواعها

3 – أسلوب اختيار العينة:

بلغ حجم المجتمع الإحصائي لمزارعي أزهار القطف في مناطق اللاذقية، جبلة، والحفة، ما قدره 246 مزارعاً، وباستخدام قانون مورغان تم حساب حجم العينة للمزارعين، والذي بلغ 150 مزارعاً، وفقاً للآتي:

$$S= \frac{X^2 NP(1-P)}{d^2(N-1)+X^2P(1-P)}$$

$$S= \frac{3.841\times246\times0.5\times(1-0.5)}{0.0025\times(246-1)+3.841\times0.5\times(1-0.5)}$$

$$S= 150$$

حيث أنَّ:

S: حجم العينة، N: حجم المجتمع الإحصائي، P: نسبة المجتمع وهي قيمة تساوي 0.5.

X^2: قيمة ثابت درجة الحرية عند المستوى المرغوب، وتساوي 3.841، d: درجة الخطأ، وتساوي 0.05.

4 – أسلوب جمع البيانات:

تم توفير البيانات اللازمة لهذه الدراسة من خلال المصادر التالية:

البيانات الأولية

تم جمع البيانات من المزارعين المنتجين لأزهار القطف للاستفادة منها في التحليل واستخراج النتائج والاقتراحات، وذلك عن طريق استمارة استبيان خصصت لهذه الغاية.

البيانات الثانوية

تم الاستعانة بالبيانات الصادرة عن مديرية الزراعة والإصلاح الزراعي في محافظة اللاذقية، بالإضافة إلى المراجع العلمية والبحوث والدراسات المنشورة والأبحاث الموجودة على الانترنت.

النتائج والمناقشة

1 – توزع العينة المدروسة حسب مكان المزرعة:

تمت زيارة مزارع أزهار القطف في المناطق المبينة في الجدول (1) حيث بلغ عدد المزارع المدروسة 150 مزرعة.

الجدول (1) التوزيع التكراري للعينة المدورسة حسب مكان المزرعة

مكان المزرعة	التكرار	النسبة المئوية%
زهيرات	14	9.3
دوير الخطيب	9	6
رأس العين	11	7.3
السخابة	13	8.7
بسيسين	2	1.3
عين شقاق	55	36.7
قسمين	1	0.7
بستان الباشا	4	2.7
العيدية	19	12.7
حميميم	6	4.0
العقيبة	5	3.3
المتن (القرداحة)	1	0.7
البرجان	10	6.7
المجموع	150	100.0

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

شغلت منطقة جبلة الحجم الأكبر في العينة المدروسة وبشكل خاص قرية عين شقاق، بسبب اهتمام سكان هذه المنطقة بزراعة وإنتاج أزهار القطف كمصدر رئيسي للدخل حيث بلغت نسبتهم (36.7) %، في حين توزعت بقية المناطق كما هو موضح بالشكل أعلاه.

2 – توزع العينة المدروسة حسب أنواع أزهار القطف المزروعة:

تباينت مجموعات أزهار القطف المزروعة لدى أفراد العينة، ونلاحظ أنه في بعض المَزارع يوجد أكثر من نوع كما هو موضح بالجدول (2).

الجدول (2). توزع أفراد العينة حسب أزهار القطف المزروعة.

نوع المَزرعة	التكرار	النسبة المئوية%
جوري	65	43.3
كريزنثيم	4	2.7
جوري، ليليوم، كريزنثيم، جبسوفيلا	4	2.7
جوري، جبسوفيلا	10	6.7
مونستيرا	13	8.7
جوري، جربيرا	7	4.7
جوري، جربيرا، كريزنثيم	5	3.3
جوري، كريزنثيم	20	13.3
جوري، جربيرا، قرنفل	15	10.0
جوري، كريزنثيم، منثور ، لوزيانا	7	4.7
المجموع	150	100.0

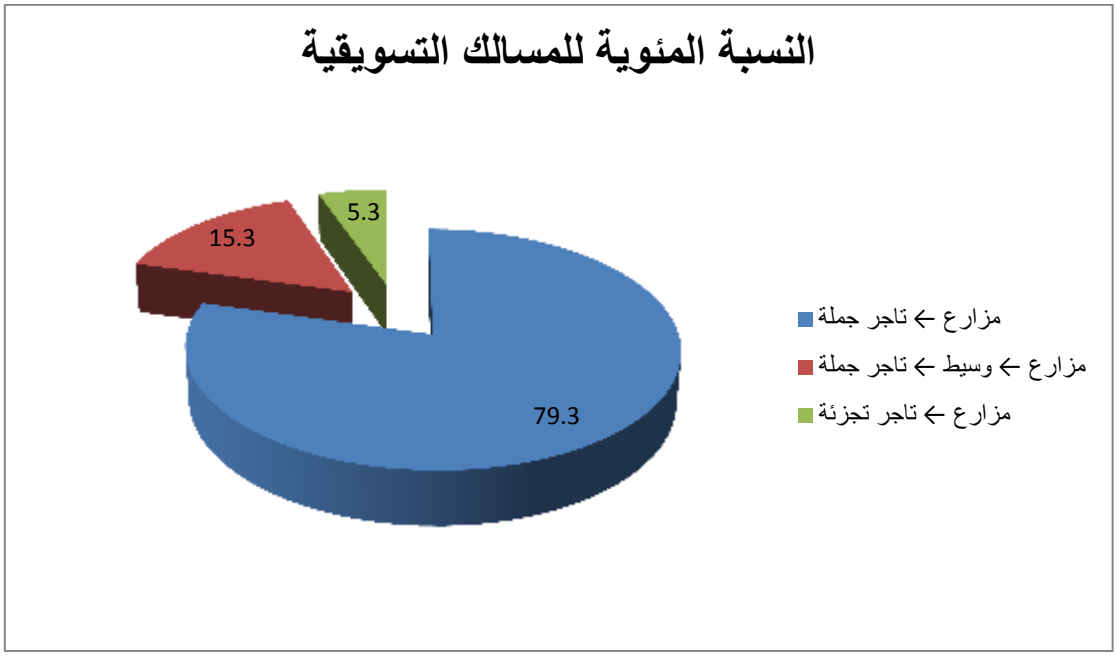
المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

نلاحظ أن أزهار الجوري هي الأكثر انتشاراً والأكثر تفضيلاً مقارنة بالأنواع الأخرى حيث بلغت نسبة المزارع المتخصصة بزراعتها نحو (43.3) % من إجمالي العينة بالإضافة لتداخلها مع جميع الأنواع الأخرى في المزارع التي تزرع أكثر من نوع. وهذا الانتشار الكبير لزراعة الورد الجوري نتيجة لما ذكره (عليو وآخرون، 2019) حيث أن زمن استعادة رأس المال بالنسبة لزراعة الورد الجوري هو 2.8 سنة، ومؤشر الكفاءة الاقتصادية 1.81 وهذا يدل على جدوى المشروع.

3 – توزع أفراد العينة المدروسة حسب طريقة تسويق منتجاتهم:

المسالك والقنوات التسويقية لنباتات الزينة وأزهار القطف: 1. المنتج: وهو المتخصص الذي أمضى عدة سنوات في تعلم إنتاج الأزهار ونباتات الزينة. 2. مدير المبيعات (الوسيط المحلي): والذي يعمل كمدير مبيعات الأزهار بالتعاون مع المنتج ليحدد أيّ الأزهار التي لها طلب أكثر من غيرها حسب اختلاف أذواق المستهلكين من حين لآخر، كما أنه مسؤول عن بيع هذه المنتجات الزهرية للمشترين المتوقعين وغالباً ما يتم هذا من خلال محلات التجزئة. 3. بائعوا الأزهار بالتجزئة (مراكز التوزيع): يقوم بائعوا الأزهار بالتجزئة بشراء الأزهار من العديد من المزارعين في كل أماكن الإنتاج، ثم يقومون ببيعها إلى المستهلكين المحليين. 4. المصدر (الوسيط الخارجي): وهو يعمل كمصدر للأزهار بالتعاون مع المنتج ليحدد أيّ الأزهار التي لها طلب خارجي أكثر من غيرها. 5. مكاتب التصدير التعاوني: تقوم هذه المكاتب بمهمة تجميع إنتاج المنتجين المحليين من الأزهار ونباتات الزينة بعد تجهيزها وإعدادها للتصدير، ومن ثم تقوم بشحنها إلى الأسواق الدولية. 6. البورصة الهولندية: وفيها يجتمع كل المصدرين والمستوردين للأزهار ونباتات الزينة من وإلى الأسواق الأوروبية لإتمام صفقات بيع وشراء هذه المنتجات. (عناني،2007).

تباينت المسالك التسويقية لأزهار القطف لدى مزارعي العينة المدروسة، كما هو موضح بالشكل (1)

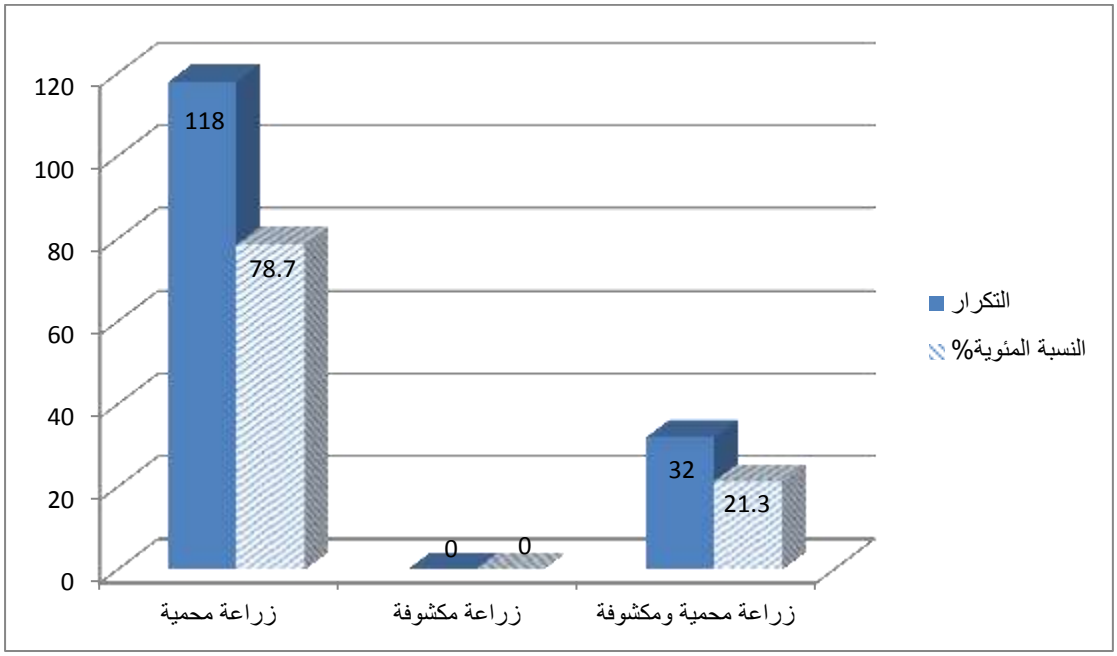


الشكل (1). توزع أفراد العينة حسب طريقة التسويق.

شغلت نسبة المزارعين الذين يعتمدون على تجار الجملة في تسويق منتجاتهم النسبة الأكبر في العينة المدروسة (79.3) %، مع العلم أن محلات الجملة في محافظة اللاذقية هي (أزهار شهرزاد- أزهار البيك- أزهار الصباح- الوردة البيضاء- أزهار فيكوس)، والمزارعون الذين يعتمدون على التجار الوسطاء في تسويق إنتاجهم بلغت نسبتهم (15.3) %، أما تجار التجزئة (5.3) %، والنسبة الأخيرة تمثل المزارعين الذين يقومون بتسويق إنتاجهم بأنفسهم إلى محلات التجزئة التي يملكونها.

4 - توزع العينة المدروسة حسب نمط الزراعة:

تباين نمط الحيازة الزراعية لدى المزارعين بين زراعات محمية وزراعات مشتركة (محمية ومكشوفة)، كما هو موضح بالشكل (2).

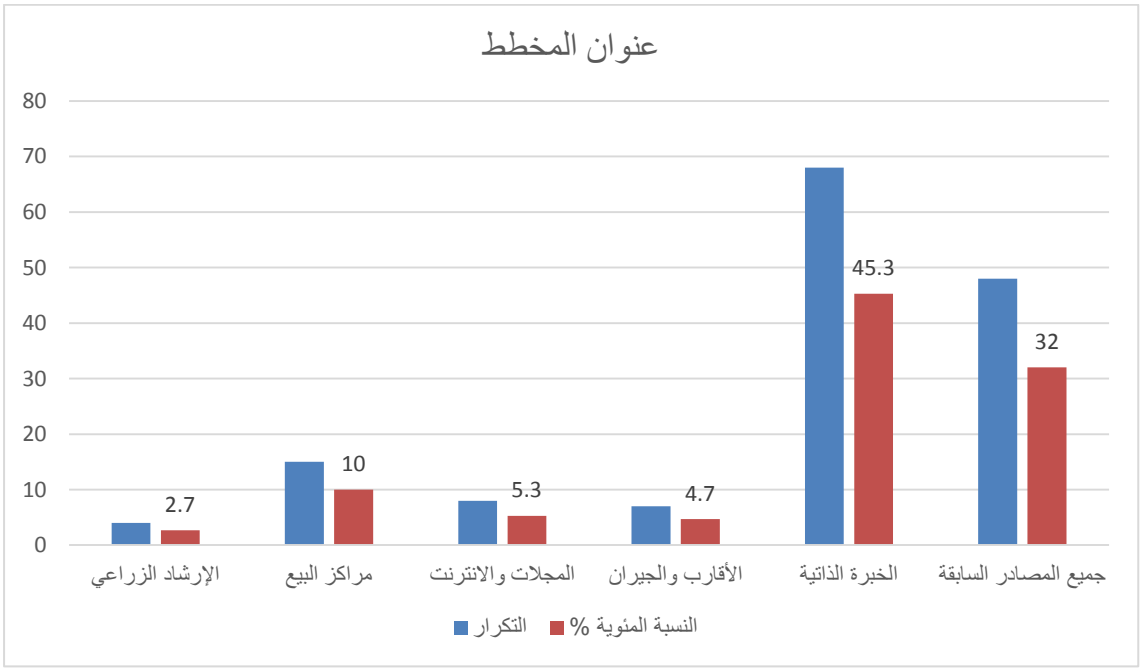


الشكل (2). توزع العينة حسب نمط الزراعة.

من خلال الزيارات الميدانية تبين أن إنتاج أزهار القطف يتم ضمن البيوت المحمية فقط، والتي شغلت النسبة الأكبر في العينة المدروسة (78.7) %، أما المزارع المشتركة (المحمية والمكشوفة) والتي شغلت النسبة (21.3) % فإنها تتضمن زراعات متنوعة (أشجار مثمرة، وخضار) في المساحات المكشوفة، وأزهار قطف في البيوت المحمية، في حين نلاحظ غياب مزارع الزراعات المكشوفة عن العينة المدروسة كونها لا تصلح لزراعة أزهار القطف التجارية.

5 – توزع العينة المدروسة حسب مصادر المعلومات الزراعية:

تباينت المصادر التي يعتمد عليها المزارعين في الحصول على معلوماتهم التسويقية، كما هو موضح بالشكل (3).



الشكل (3). توزع العينة حسب مصادر المعلومات الزراعية.

شكلت نسبة المزارعين المعتمدين على خبرتهم الذاتية النسبة الأكبر في العينة المدروسة (45.3) %، من جميع المصادر (الإرشاد، مراكز البيع، المجلات والإنترنت، الأقارب والجيران، الخبرة الذاتية) شغلت نسبة (32) %، بينما كانت النسبة الأقل للإرشاد الزراعي وهي (2.7) % وهذا يدل على ضعف دور الإرشاد في دعم هذه الزراعة وتطويرها، وتوزعت باقي المصادر، كما هو موضح بالشكل أعلاه.

6 – التحليل الوصفي لكميات الإنتاج من أزهار القطف حسب الأنواع:

تم حساب متوسط كمية الإنتاج من أزهار القطف في المزارع المدروسة، كما هو مبين بالجدول (3).

الجدول (3). التحليل الوصفي لكميات الإنتاج من أزهار القطف في المزارع المدروسة.

نوع الأزهار في كل مزرعة	عدد المزارع	متوسط كمية الإنتاج للمزرعة الواحدة (عرق، زهرة، ربطة) /الواحدات بالـ 1000/	أعلى قيمة /الواحدات بالـ 1000/	أدنى قيمة /الواحدات بالـ 1000/	الانحراف المعياري /الواحدات بالـ 1000/
جوري	65	214.923	700	45	165.122
كريزنثيم	4	25	40	20	10
جوري، ليليوم، كريزنثيم، جبسوفيلا	4	227	300	250	50
جوري، جبسوفيلا	10	281.8	412	155	133.755
مونستيرا	13	30	35	25	4
جوري، جربيرا	7	240	250	220	3
جوري، جربيرا، كريزنثيم	5	500	550	460	50
جوري، كريزنثيم	20	484.938	600	68.75	184.125
جوري، جربيرا، قرنفل	15	235.8	479	175	125.868
جوري، كريزنثيم، منثور، لوزيانا	7	476.714	718.75	154	301.872

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

بلغ متوسط كمية الإنتاج من مَزارع (جوري، كريزنثيم، منثور، لوزيانا) 476.714 ألف زهرة/ عرق، بانحراف معياري 301.872 ألف، بينما بلغ متوسط كمية الإنتاج من مَزارع الكريزنثيم 25 ألف عرق، بانحراف معياري 10 آلاف. مع العلم تُقاس كمية الإنتاج في أزهار (الجوري، الجربيرا، القرنفل، الليليوم، واللوزيانا) بالزهرة، في حين تُقاس كمية الإنتاج في أزهار (الكريزنثيم، والمنثور، والجبسوفيلا) بالعرق، وتُقاس المونستيرا بالربطة.

7 – التحليل الوصفي لقيمة الإنتاج من أزهار القطف حسب الأنواع:

تم حساب متوسط قيمة الإنتاج من أزهار القطف في المزارع المدروسة، كما هو مبين بالجدول (4).

الجدول (4). التحليل الوصفي لكميات الإنتاج من أزهار القطف في المزارع المدروسة.

نوع المَزارِع	عدد المَزارع	متوسط قيمة الإنتاج /الواحدات بالـ مليون ل.س/	أعلى قيمة /الواحدات بالـ مليون ل.س/	أدنى قيمة /الواحدات بالـ مليون ل.س/	الانحراف المعياري /الواحدات بالـ مليون ل.س/
مَزارع جوري	65	29.026923	91	3	25.169974
مَزارع كريزنثيم	4	5	10	3	3.366502
مَزارع (جوري، ليليوم، كريزنثيم، جبسوفيلا)	4	46.1	48	44	1.5
مَزارع (جوري، جبسوفيلا)	10	56.06	109	24.4	34.301934
مَزارع مونستيرا	13	1.5	3	1.2	0.5
مَزارع (جوري، جربيرا)	7	36	4	35	2
مَزارع (جوري، جربيرا، كريزنثيم)	5	34.5	36	33	1.2
مَزارع (جوري، كريزنثيم)	20	54.73125	60	10.125	11.800025
مَزارع (جوري، جربيرا، قرنفل)	15	48.05	176.25	16	66.349804
مَزارع (جوري، كريزنثيم، منثور، لوزيانا)	7	46.607143	69	16.75	27.9288

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

بلغ متوسط قيمة الإنتاج من مَزارع (جوري، جبسوفيلا) 56.06 مليون ل.س، تليها مَزارع (جوري، كريزنثيم) 54.73125 مليون ل.س، ثم مَزارع (جوري، جربيرا، قرنفل) 48.05 مليون ل.س، في حين بلغ متوسط قيمة الإنتاج من مَزارع المونستيرا 1.5 مليون ل.س.

8 – التحليل الوصفي للتكاليف الخاصة بأزهار القطف.

الجدول (5). التحليل الوصفي للتكاليف الخاصة بأزهار القطف

البيان	المتوسط الحسابي /الواحدات بالـ /1000	أعلى قيمة /الواحدات بالـ /1000	أدنى قيمة /الواحدات بالـ /1000	الانحراف المعياري /الواحدات بالـ /1000
عدد العمال اللازمين للقطف	0.002	0.004	0.001	0.0008
عدد أيام القطف	0.0609	0.09	0.02	0.019
إجمالي أجرة القطف	0.717847	2160	56	612.332
عدد ساعات القطف للعام الواحد	0.007	0.008	0.005	0.001
تكاليف العمالة في الفرز والتدريج	1098.301	7338.8	33.4	1899.037
تكاليف التعبئة	713.732	10452.5	15	1659.062
تكاليف النقل	1245.424	5500	83.125	1260.071
تكاليف الرسوم والمصاريف	4108.007	16799.488	31.205	3556.36
التكاليف التسويقية	7268.087	22752.031	251.4	5929.299

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

بلغ المتوسط الحسابي للتكاليف التسويقية 7268087 ل.س، بانحراف معياري قدره 5929299.

9 – تطبيق مقياس ليكرت الثنائي لمعرفة أهم المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي يواجهها مزارعو أزهار القطف.

تم تحليل إجابات أفراد العينة حول أهم المشاكل التي يواجهونها بإعطاء الرقم (1) لإجابات أفراد العينة (نعم) والرقم (2) لإجابات أفراد العينة (لا)، وحساب المتوسط الحسابي لمجموع الإجابات بحيث إذا كان المتوسط الناتج >1.5 فالمزارع يعاني من مشاكل، كما هو موضح بالجدول (5).

الجدول (6). نتائج تحليل إجابات أفراد العينة حول المشاكل الإنتاجية والتسويقية التي يواجهونها.

طبيعة المشكلة	المتوسط الحسابي للإجابات	التقييم
عدم توفر مستلزمات الإنتاج	1.44	لا يعاني
أسعار مستلزمات	1.88	يعاني
منافسة المحاصيل	1.66	لا يعاني
موسمية الإنتاج	1.60	يعاني
تحكم السماسرة	1.12	لا يعاني
عدم وجود وسائل نقل	1.42	لا يعاني
ارتفاع تكاليف النقل	1.84	يعاني
سرعة تلف الأزهار	1.77	يعاني
عدم توفر أماكن تخزين	1.60	يعاني
عدم توفر تجهيزات للتدريج والتعبئة	1.44	لا يعاني
ارتفاع تكاليف العبوات	1.36	لا يعاني
ارتفاع عمولة التسويق	1.49	لا يعاني

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

نلاحظ من الجدول السابق أن القسم الأكبر من أفراد العينة يواجه مشكلات في أسعار مستلزمات الإنتاج، موسمية الإنتاج، ارتفاع تكاليف النقل، سرعة تلف الأزهار، بالإضافة إلى عدم توفر أماكن تخزين مبردة للأزهار كونها سريعة التلف. وحسب الزيارات الميدانية كانت مشكلة ارتفاع الأسعار هي الأبرز باعتبار أن هذا التزايد غير مستقر.

اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الاستبيان:

تم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات المدروسة وهو شرط أساسي لإجراء الاختبارات المعلمية، كما هو موضح بالجدول (7).

الجدول (7). نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الاستبيان

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
كمية الإنتاج	.229	145	.000	.882	145	.000
قيمة الإنتاج	.169	145	.000	.824	145	.000
مكان التسويق	.540	145	.000	.239	145	.000
عدد العمال	.247	145	.000	.818	145	.000
عدد أيام القطف	.269	145	.000	.854	145	.000
إجمالي أجرة القطف	.222	145	.000	.840	145	.000
عدد ساعات القطف	.346	145	.000	.684	145	.000
كمية الأزهار المقطوفة	.206	145	.000	.887	145	.000
تكاليف العمالة في الفرز والتدريج	.346	145	.000	.509	145	.000
تكاليف التعبئة	.354	145	.000	.323	145	.000
تكاليف النقل	.250	145	.000	.789	145	.000
تكاليف الرسوم والمصاريف	.136	145	.000	.877	145	.000
التكاليف التسويقية	.160	145	.000	.901	145	.000
الجنس	.535	145	.000	.306	145	.000
العمر	.278	145	.000	.797	145	.000
المستوى التعليمي	.191	145	.000	.848	145	.000
الحالة الاجتماعية	.494	145	.000	.482	145	.000
مساحة البيت البلاستيكي	.277	145	.000	.626	145	.000
محور المشاكل الإنتاجية والتسويقية	.211	145	.000	.916	145	.000
a. Lilliefors Significance Correction						

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

تبين نتائج اختباري (Kolmogorov-Smirnova&Shapiro-Wilk,) أن البيانات لا تتبع توزيعاً طبيعياً (sig<0.05) لذلك نلجأ لاختبار كاي (من الاختبارات اللام علمية) لاختبار فرضيات الدراسة.

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات التسويقية وكمية الإنتاج من أزهار القطف.

لاختبار هذه الفرضية نضع الفرضيتين الفرعيتين التاليتين:

1. الفرض الصفري: متغير مصادر المعلومات التسويقية ومتغير كمية الإنتاج متغيران مستقلان.

2. الفرض البديل: متغير مصادر المعلومات التسويقية ومتغير كمية الإنتاج متغيران مرتبطان.

لاتخاذ القرار الإحصائي نقوم بإجراء اختبار كاي.

الجدول (8). نتائج اختبار كاي للفرضية الأولى

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
قيمة معامل ارتباط كاي	573.532[a]	125	.000
النسبة الاحتمالية	323.908	125	.000
الرابط الخطي	1.113	1	.291
عدد الحالات	150		
a. 148 cells (94.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.			

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

أظهرت نتائج اختبار كاي مربع بين المتغيرين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصادر المعلومات التسويقية وكمية الإنتاج من أزهار القطف (sig<0.05) وبالتالي رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان تسويق المنتجات (جملة، تجزئة) وقيمة الإنتاج من أزهار القطف.

لاختبار هذه الفرضية نضع الفرضيتين الفرعيتين التاليتين:

1. الفرض الصفري: متغير مكان التسويق ومتغير قيمة الإنتاج متغيران مستقلان.
2. الفرض البديل: متغير مصادر مكان التسويق ومتغير قيمة الإنتاج متغيران مرتبطان.

لاتخاذ القرار الإحصائي نقوم بإجراء اختبار كاي.

الجدول (9). نتائج اختبار كاي للفرضية الثانية

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
قيمة معامل ارتباط كاي	150.000[a]	31	.000
النسبة الاحتمالية	62.465	31	.001
الرابط الخطي	4.034	1	.045
عدد الحالات	150		
a. 56 cells (87.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.			

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

أظهرت نتائج اختبار كاي مربع بين المتغيرين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان التسويق وقيمة الإنتاج من أزهار القطف (sig<0.05) وبالتالي رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان تسويق المنتجات (جملة، تجزئة) والتكاليف التسويقية.

لاختبار هذه الفرضية نضع الفرضيتين الفرعيتين التاليتين:

1. الفرض الصفري: متغير مكان التسويق ومتغير التكاليف التسويقية متغيران مستقلان.
2. الفرض البديل: متغير مصادر مكان التسويق ومتغير التكاليف التسويقية متغيران مرتبطان.

لاتخاذ القرار الإحصائي نقوم بإجراء اختبار كاي.

الجدول (10) نتائج اختبار كاي للفرضية الثالثة

Chi-Square Tests			
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
قيمة معامل ارتباط كاي	150.000[a]	38	.000
النسبة الاحتمالية	62.465	38	.007
الرابط الخطي	6.846	1	.009
عدد الحالات	150		
a. 71 cells (91.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.			

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

أظهرت نتائج اختبار كاي مربع بين المتغيرين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مكان التسويق والتكاليف التسويقية (sig<0.05) وبالتالي رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل.

الفرضية الرابعة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كمية الإنتاج من أزهار القطف والمشاكل الإنتاجية والتسويقية.

لاختبار هذه الفرضية نضع الفرضيتين الفرعيتين التاليتين:

1. الفرض الصفري: متغير كمية الإنتاج ومتغير المشاكل الإنتاجية والتسويقية متغيران مستقلان.
2. الفرض البديل: متغير كمية الإنتاج ومتغير المشاكل الإنتاجية والتسويقية متغيران مرتبطان.

لاتخاذ القرار الإحصائي نقوم بإجراء اختبار كاي.

الجدول (11) نتائج اختبار كاي للفرضية الرابعة

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
قيمة معامل ارتباط كاي	898.790[a]	200	.000
النسبة الاحتمالية	429.390	200	.000

الرابط الخطي	1.861	1	.172
عدد الحالات	150		
a. 232 cells (99.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.			

المصدر: أُعدَّ الجدول اعتماداً على بيانات المسح الميداني، عام 2021، باستخدام برنامج spss.

أظهرت نتائج اختبار كاي مربع بين المتغيرين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كمية الإنتاج من أزهار القطف والمشاكل الإنتاجية والتسويقية (sig<0.05) وبالتالي رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل.

بينت نتائج اختبار فرضيات البحث وجود تأثير معنوي لكل من مصدر المعلومات التسويقية ومكان التسويق بالإضافة لوجود المشاكل الإنتاجية والتسويقية على الكمية المنتجة من أزهار القطف بالإضافة إلى وجود تأثير لمكان التسويق على التكاليف التسويقية لأزهار القطف.

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات:

- يهتم سكان قرية عين شقاق في منطقة جبلة بزراعة وإنتاج أزهار القطف كمصدر رئيسي للدخل، وأزهار الجوري هي الأكثر انتشاراً وتفضيلاً مقارنة بالأنواع الأخرى، بالإضافة لتداخلها مع جميع الأنواع الأخرى في المزارع التي تزرع أكثر من نوع.
- غياب مَزارع الزراعات المكشوفة عن العينة المدروسة كونها لا تصلح لزراعة أزهار القطف التجارية، بالإضافة إلى ملاحظة ضعف دور الإرشاد الزراعي كمصدر من مصادر المعلومات الزراعية، وأن القسم الأكبر من أفراد العينة يواجه مشكلات في أسعار مستلزمات الإنتاج، موسمية الإنتاج، ارتفاع تكاليف النقل، سرعة تلف الأزهار، بالإضافة إلى عدم توفر أماكن تخزين مبردة للأزهار كونها سريعة التلف.
- غياب التصدير عن عينة البحث، بينما شغلت نسبة المزارعين الذين يعتمدون على محلات الجملة في تسويق منتجاتهم النسبة الأكبر في العينة المدروسة (79.3) %، مع العلم أن محلات الجملة في محافظة اللاذقية هي (أزهار شهرزاد– أزهار البيك– أزهار الصباح– الوردة البيضاء– أزهار فيكوس).
- أزهار الجوري هي الأكثر انتشاراً والأكثر تفضيلاً بالنسبة للمزارعين مقارنةً بالأنواع الأخرى حيث بلغت نسبة المزارع المتخصصة بزراعتها نحو (43.3) % من إجمالي العينة بالإضافة لتداخلها مع جميع الأنواع الأخرى في المزارع التي تزرع أكثر من نوع.
- بلغ متوسط قيمة الإنتاج في المَزارع المختلطة التي تُنتِج جوري، وجبسوفيلا (56,060,000) ل.س، بينما كان متوسط قيمة الإنتاج في مَزارع المونستيرا (1,500,000) ل.س، أما المتوسط الحسابي للتكاليف التسويقية في العينة المدروسة فقد بلغ (7,268,087.05) ل.س.
- بينت نتائج اختبار فرضيات البحث وجود تأثير معنوي لكل من مصدر المعلومات التسويقية ومكان التسويق بالإضافة لوجود المشاكل الإنتاجية والتسويقية على الكمية المنتجة من أزهار القطف بالإضافة إلى وجود تأثير لمكان التسويق على التكاليف التسويقية لأزهار القطف.

التوصيات:

- تسليط الضوء على زراعة أزهار القطف وتأمين الدعم الحكومي والحماية من المخاطر الطبيعية والاقتصادية لمزارعي أزهار القطف أسوةً بمزارعي الخضار في البيوت البلاستيكية، وذلك بتأمين مستلزمات الإنتاج بجودة عالية وأسعار مناسبة، بالإضافة إلى تقديم تسهيلات وقروض من دون فوائد لتشجيع العاملين في هذه الزراعة على الاستمرار.
- تشجيع وزارة الزراعة على زيادة الاهتمام والعناية اللازمة بأزهار القطف، نظراً لما تحققه من أرباح تعود بالنفع على خزينة الدولة، وعلى المصدِّر والمزارع أيضاً، وذلك بتفعيل دور الإرشاد الزراعي، بإعداد وتأهيل الفنيين المختصين، وإخضاعهم لدورات لكي يتمكنوا من القيام بمهمة الإرشاد الفعال، وتوصيل المعلومة الصحيحة في وقتها المحدد.
- إصدار القوانين والتشريعات اللازمة لتسهيل تصدير أزهار القطف، مع التركيز على توفير أسواق تصدير خارجية، لتصريف وتسهيل تسويق منتجات هذه الزراعة داخلياً وخارجياً، وبذلك تأمين القطع الأجنبي.
- وجود هيئات تسويقية عامة أو خاصة تملك خبرات، وعلاقات دولية ومطلعة على مواصفات السلع العالمية، تتبنى هذه الزراعة وتقوم بتشجيعها وتمويلها، كالمصارف الزراعية، هيئة البطالة، أو اتحاد غرف الزراعة.
- تشكيل لجنة فرعية في محافظة اللاذقية لاتحاد منتجي أزهار القطف والمشاتل الذي مقره دمشق والذي يصل عدد أعضائه إلى نحو 3600 منتجاً، بغية زيادة استفادة مزارعي المنطقة الساحلية من خدمات هذا الاتحاد.

Reference

1. Al-Hiyari, Manal; Hesah, Khalid; Hawamdeh, Yazid, Jordan Rose Production for Distribution Purposes, National Center for Research and Technology Transfer, 2007.
2. Alio, Mahmoud; Al-Rifai, Abdul-Hadi; Sarhil, Ziyad, a study of the economic efficiency of producing gori flowers on the Syrian coast. Tishreen University Journal of Scientific Studies and Research_ Series of Biological Sciences, Volume (41) Issue (3) 2019.
3. Al-Shaib, Fatina; Abdul Latif, Maha. decoration plants. Tishreen University, Faculty of Agriculture, 1993, 331.
4. Anani, Dina. An economic evaluation of the marketing system for ornamental plants and cut flowers in Egypt and the possibility of developing them. Master Thesis, Faculty of Agriculture, Ain Shams University, Egypt, 2007.
5. CADIC, A.; WIDEHEM, C. Breeding goals for new ornamentals. Act. Horticulturae. 552, 2001, 75-86.
6. Dairi, a fight. Ornamental and landscaping plants. University of Aleppo, Faculty of Agriculture, 1981, 425
7. Darwish, Nidal, Study of the economic efficiency of planting cut flowers (carnations) on the Syrian coast. Tishreen University Journal of Scientific Studies and Research_ Series of Biological Sciences, Volume (31) Issue (4) 2009.
8. Farah, Emil. The economics of protected agriculture. Symposium on Economics of Protected Agriculture, Tishreen University, 2006, 12.
9. Hanks, G. A review of production statistics for the cut flower and foliage sector. AHDB Horticulture, project PO BOF 002a,2018.
10. https://www.statista.com/statistics/829549/turnover-of-royal-floraholland/11-11-2020.

11. Khaddam, Ali; Sarhil, Ziyad, Study of the Economic Importance of Production of Ornamental Plants in Lattakia Governorate (Scindapsusaureus Telephone Model), Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies_ Series of Biological Sciences, Volume (38), Issue (3), 2016.
12. Nassour, Mazen, a study of the reality of some ornamental plant propagation nurseries in the Syrian coast. Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies_ Series of Biological Sciences, Volume (35) Issue (7), 2013, pg. 88.
13. Plasmeijer, J.; Yanai, C. Cut Flowers and ornamenta plants. MARKET NEWS SERVICE (MNS), Issue No. M02, 2012.
14. Shaheen, Syed Muhammad. Cut flowers production. Agricultural Research Center, Bulletin No. 1338, Egypt, 2014.