

دراسة اقتصادية تحليلية لواقع الاستثمار في زراعة الحمضيات في سورية خلال الفترة 2007-2011

الدكتور محسن سليم ججاج*

الدكتور ابراهيم حمدان صقر**

ريم اسماعيل***

(تاريخ الإيداع 26 / 1 / 2014. قبل للنشر في 15 / 4 / 2014)

□ ملخص □

يهدف البحث إلى دراسة واقع الاستثمار في زراعة الحمضيات في سورية خلال الفترة 2007-2011. وبينت الدراسة أن سوق الحمضيات في سورية يحتاج إلى تنظيم، وإلى ضرورة وجود جهة مستقلة (اتحاد مزارعي الحمضيات على سبيل المثال) تكون مسؤولة، بالتعاون مع الجهات المختصة، بالإشراف على إنتاج وتسويق الحمضيات، كما أوضحت الدراسة أن سوق الحمضيات في سورية تتطابق عليه مواصفات سوق المنافسة الكاملة، وأن هناك تذبذباً في قيم مرونة العرض والطلب، مما يؤشر إلى وجود عوامل أخرى غير السعر تؤثر على الطلب والعرض. وبينت الدراسة أيضاً وجود فجوة تسويقية كانت إشارتها سالبة، مما سبب في إغراق السوق بالحمضيات، إذ بلغت عام 2007 (-) 247.49 ألف طن، كما أن الاستثمار في الحمضيات حقق قيمة مضافة موجبة ساهمت في دعم الناتج المحلي في سورية حيث بلغت نحو 25 مليار ل.س في عام 2011. وساهم قطاع الحمضيات أيضاً في تحقيق التوازن لميزان المدفوعات، إذ بلغ صافي التدفقات النقدية الناتجة من الحمضيات في عام 2011 نحو 140 مليون دولار.

الكلمات المفتاحية: دالة العرض، دالة الطلب، الفجوة التسويقية، القيمة المضافة، ميزان المدفوعات

* أستاذ - قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

** أستاذ - قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

*** طالبة دراسات عليا (دكتوراة) - قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

An Analytical Economic Study of the Reality of Investment of the Cultivation of Citrus in Syria during 2007-2011

Dr. Mohsen Salim Gehja*
Dr. Ibrahim Hamdan Saqer**
Reem Ibrahim Ismail***

(Received 26 / 1 / 2014. Accepted 15 / 4 / 2014)

□ ABSTRACT □

The research aims at investigating the reality of investment of the cultivation of citrus in Syria during 2007-2011. The study showed that the citrus market in Syria needs to be organized, and that there is a necessity for having an independent organization such as (Citrus Growers Union) to be responsible, in cooperation with the relevant authorities, for monitoring the production and marketing of citrus. The study also showed that the specifications of full market competition apply to the citrus market in Syria, and that there is a fluctuation in the value of flexibility of supply and demand which indicates the presence of factors other than the price which affect the supply and demand. The study also showed a marketing gap which was negative, this led to flooding the market with citrus reaching (-247.4 thousand tons) in 2007. The investment in citrus achieved a positive added-value which helped support the gross domestic product (GDP) in Syria, reaching (25 billion Syrian pounds) in 2011. The citrus sector also contributed in creating a balance of payments; outflows of citrus reaching \$140 million.

Keywords: supply, function, demand, function, marketing, gap, value, added, Balance of payments

* Professor, Department of Agricultural Economics, College of Agriculture, October University, Lattakia, Syria.

** Professor, Department of Agricultural Economics, College of Agriculture, October University, Lattakia, Syria.

*** Postgraduate Student, Department of Economics, Faculty of Agriculture, October University, Lattakia, Syria .

مقدمة:

تعد الموارد الطبيعية الزراعية من أهم العناصر التي تحتاج للبحث و الدراسة، وذلك بعد أن بدأت تتفاقم أزمة الغذاء في العالم. كما أصبحت الموارد الزراعية من أهم وأقوى الأسلحة التي تستعملها الدول المنتجة ضد الدول غير المنتجة (خليل، 2009). لذلك، فإن تأمين المنتجات الزراعية، وتزويد الصناعة بالمواد الخام، من أبرز مهام القطاع الزراعي في أي دولة، وهي من المواضيع الأكثر أهمية في الوقت الحالي نظراً للتزايد السريع بعدد السكان، والظروف المناخية السيئة التي تمر بها الكرة الأرضية (جراد، 2005).

لقد حققت سورية الاكتفاء الذاتي في كثير من المنتجات الزراعية، ومنها جملة الفواكه، حيث بلغت نسبة الإكتفاء الذاتي 102.7% (جحاج؛ وآخرون، 2013)، فالفواكه تعد من أهم المواد الغذائية التي تحتوي على عناصر غذائية عالية القيمة، وتعد الحمضيات بأنواعها من أهم أنواع الفاكهة المنتشرة في العالم (العلبي، 2005). تأتي البرازيل في المركز الأول عالمياً في إنتاج الحمضيات، ونسبة 29% تقريباً من الإنتاج العالمي (الفاو، 2011). أما على مستوى الوطن العربي فتشغل مصر المركز الأول، إذ تنتج تقريباً 39% من إنتاج الوطن العربي، وتأتي المغرب في المركز الثاني، و بما نسبته 18.41%، أما سورية فتنتج ما نسبته 11.96% تقريباً من إنتاج الوطن العربي، وتشغل المركز الثالث (المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 2011).

تستخدم الحمضيات، بأنواعها، في سورية، للاستهلاك المحلي إما طازجة أو على شكل عصائر ونسبة بسيطة منها تصدر للخارج (لدول الخليج وبعض دول أوروبا). ففي عام 2002 بلغ الإنتاج الإجمالي من الحمضيات في سورية نحو 746 ألف طن منها 10% أي ما يعادل (75 ألف طن) ورد لشركات العصائر لتصنيع المركزات، و 5% (38 ألف طن) صدر، وبافتراض أن الفاقد يبلغ 5% نتيجة الجني والنقل فتكون كميات البرتقال الطازج نحو 585 ألف طن، أي أن معدل استهلاك الفرد من الحمضيات الطازجة في سورية 35 كغ سنوياً (سنون، 2006).

إن الظروف المناخية التي يمكن أن تتعرض لها المنطقة الساحلية كالأعاصير، أو فترات الهطول المطري لأيام متوالية، تتسبب بتلف جزء من الإنتاج، بالإضافة إلى ذلك يعاني إنتاج الحمضيات في سورية مثل الكثير من المنتجات الزراعية اختناقات تسويقية، الأمر الذي يؤدي إلى خسائر للفلاحين (ويستك، 2000). يتم جني و تسويق الحمضيات إما بواسطة الفلاحين أنفسهم، بالاعتماد على أفراد العائلة، أو باستخدام عمال بالأجرة، أو بواسطة ضمانيين يتم الاتفاق معهم من بداية الموسم (يعقوب، 2005).

انتشرت في الفترة الأخيرة معامل تشميع الحمضيات، الأمر الذي يساعد بالحفاظ على الحمضيات لعدة أشهر (لانسون، 2006)، و يعد سوق الحمضيات في سورية سوقاً حرة، ويخضع السعر لقوى العرض والطلب. لذلك سنقوم ببحثنا هذا بدراسة واقع سوق الحمضيات في سورية، وأهمية الاستثمار فيه للوقوف على خصائصه وميزاته.

مشكلة البحث:

لا يزال مزارع الحمضيات في سورية يعاني من مشكلة التسويق وبيع الفوائض، خاصة بعد انتقال سورية من مرحلة الاكتفاء الذاتي، إلى تحقيق الفائض، كنتيجة للسياسة التي اتبعتها الدولة منذ ثمانينيات القرن الماضي من خلال التركيز على زيادة الإنتاج من المواد الغذائية، ومنها الحمضيات، بغض النظر عن البحث في استراتيجيه تسويقية وتصديرية أفضل (بيبي، 2006). بينت الإحصاءات أن 80% من الحمضيات المنتشرة زراعتها في سورية مخصصة للمائدة (اليافاوي، أبو صرة، اليوسفي، الماوردي)، ولأنواع الليمون الحامض_ الماير، أبو شوكة_، بينما أنواع

الحمضيات التي تستخدم للعصائر _ البلدي، القماطي، البلانسيا_ فإن نسبة إنتاجها قليل، ولا يتجاوز نسبتها 20% (المجموعة الإحصائية الزراعية السورية، 2011)، و بالتالي لا تلبي احتياجات معامل تصنيع العصائر في سورية. وبالرغم من الإنتاج الكبير للحمضيات تقوم سورية باستيراد احتياجاتها من مكثفات البرتقال من الأسواق الخارجية، الأمر الذي يستدعي إعادة هيكلة زراعة الحمضيات بما يتناسب مع متطلبات السوق الداخلية ، وزيادة صادرات الحمضيات إلى الأسواق العالمية، والتقليل من استيراد مكثفات العصائر.

أهمية البحث وأهدافه:

في عام 2010 بلغت نسبة مساهمة القطاع الزراعي بسعر السوق نحو 547 مليار ليرة سورية، أي نحو 20% من الناتج المحلي الإجمالي، و بلغت قيمة الإنتاج الزراعي النباتي نحو 469 مليار ليرة سورية. أما إنتاج الحمضيات فبلغت (34) مليار ليرة سورية، أي ما نسبته 7.25% من قيمة الإنتاج الزراعي النباتي، أي أنه يشكل رافداً مهماً من روافد الاقتصاد الوطني، لذلك سنسعى في بحثنا هذا إلى دراسة واقع سوق الحمضيات وأهمية الاستثمار في هذا القطاع في سورية من خلال مناقشة الأهداف الآتية:

- 1-دراسة مواصفات سوق الحمضيات في سورية (نموذج أسواق الساحل السوري).
- 2- دراسة مرونة الطلب والعرض للحمضيات.
- 3- دراسة حجم الفجوة التسويقية للحمضيات.
- 4- دراسة أهم المؤشرات الاقتصادية للاستثمار في الحمضيات.

منهجية البحث:

تم الاعتماد في هذا البحث على المزج بين عدة أساليب للتحليل الاقتصادي للوصول إلى النتائج المطلوبة. وهذه الأساليب هي:

أ- **التحليل الاقتصادي الوصفي:** وهنا يتم جمع المعلومات عن الظاهرة المدروسة وتصنيفها وتبويبها (باستخدام علاقات تحديد حجم العينات، نماذج اختبار المعنوية كاختبار فيشر واختبار ستوديننت، و استخدام الجداول التكرارية، السلاسل الزمنية، والنسب المئوية... الخ) وفق أسس يختارها الباحث، ومن ثم يتم استخدام أساليب التحليل الإحصائي (حساب مقاييس النزعة المركزية، ومقاييس التشتت... الخ) لمعالجة هذه المعطيات التي تم جمعها لاستخلاص النتائج.

يتم الحصول على تلك المعطيات من خلال نوعين من البيانات:

أ-بيانات أولية من خلال تصميم استمارة استبيان توجه إلى عينات مأخوذة من المجتمع الإحصائي المدروس، ومحدد حجمها بطرق علمية.

2-بيانات ثانوية صادرة عن الجامعات، والمنظمات، والهيئات، والوزارات، والمراكز البحثية، والدوائر الرسمية.

ب- **التحليل الرياضي:** من خلال استخدام الأساليب الرياضية، من أجل الوصول إلى نتائج واضحة ذات معنى اقتصادي عن العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية،

ج- التحليل القياسي: أو ما يسمى بالتحليل الكمي، هذا النوع من التحليل يكمل التحليل الرياضي، فلا يقتصر على مجرد تحديد العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية، كما هو الحال في الاقتصاد الرياضي، بل يحاول معرفة العلاقة الكمية التي تربط المتغيرات الاقتصادية بعضها ببعض باستخدام الإحصاء بجانب الرياضيات في قياس العلاقات التي تتضمنها النظريات الاقتصادية، ويطلق على هذا النوع من التحليل بالاقتصاد القياسي (استخدام معادلات الانحدار واستخدامها في مجال التنبؤ، وعلاقات الارتباط...الخ).

د- معادلة هيربرت اركن: تم تقدير حجم العينة باستخدام معادلة هيربرت اركن، وهي:

$$n = \frac{p(1-p)}{\left(\frac{SE}{t}\right) + \left[\frac{p(1-p)}{N}\right]}$$

حيث أن:

n = حجم العينة. t : الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95، وهي تساوي 1.96.

SE: نسبة الخطأ وتساوي 0.05. P: نسبة توفر الخاصية والمحايدة، وتساوي 0.05.

N: حجم المجتمع.

وحسب المجموعة الإحصائية الزراعية السورية فقد بلغت مساحة الأراضي المزروعة بأشجار البرتقال والليمون في محافظتي طرطوس واللاذقية نحو 29067 هكتاراً في عام 2010، ومتوسط الحيازة 1.8 هكتار، وبالتالي يكون عدد المزارعين الحائزين (فضاء العينة المدروس) 16148 مزارعاً. وتطبيق معادلة هيربرت اركن يكون حجم العينة $n=376$ ، ومن أجل الحصول على إجابات أكثر دقة تم توزيع 400 استمارة استبيان.

النتائج والمناقشة:

1- مواصفات سوق الحمضيات في سورية:

بينت الدراسة الميدانية أن المزارعين عادة يقومون بقطف الثمار وتعبئتها في صناديق، وتسويقها بأنفسهم، ويعتمد البعض منهم على استخدام العمالة العائلية فقط، والبعض الآخر على العمالة العائلية والعمالة المأجورة، بينما يعتمد المزارعون الكبار نسبتهم قليلة على العمالة المأجورة فقط، ويقوم عدد قليل من المزارعين ببيع محصولهم على الأشجار للضمان، وفي هذه الحالة يقوم صاحب الورشة أو المعمل بتقديم اليد العاملة اللازمة للقطاف والتعبئة مما يضمن توفر المحصول في الوقت المناسب، ويسمح للشاري بمراقبة طريقة القطاف مما يؤدي إلى تخفيض نسبة الثمار غير المناسبة للتسويق. لا يوجد درجات أو مواصفات وطنية للحمضيات في سورية حيث يقوم المزارعون بتدريج الثمار حسب خبرتهم التسويقية، فهم يفرزون الثمار إلى درجات تتراوح بين اثنتين وأربع حسب الحجم وتشغل الثمار متوسطة الحجم المرتبة الأولى. يتم تنظيف الثمار أحياناً في المزرعة إما بالماء أو بالماء والمنظفات، أما المزارع الصغير فتقوم بتنظيف الثمار إذا كانت متسخة بالوحل فقط.

2- التسويق الأولي ومعلومات الأسواق:

- منافذ التسويق:

بينت الدراسة الميدانية أن هناك أربعة عشر سوقاً مركزياً للخضار والفواكه في سورية موزعة على كافة المحافظات، ويوجد في كل محافظة عدد من الأسواق الفرعية الصغيرة. يقوم المزارع بنقل منتجه إلى السوق حيث يبقى

مالكاً لها حتى يتم بيعها عن طريق الوسيط، ويقوم تاجر الجملة أحياناً بشراء المنتج من أرض المزرعة و نقلها إلى السوق، بينما يقوم عدد صغير ببيع منتجهم لتجار محليين، في حين يقوم القسم الأكبر من المزارعين ببيع منتجاتهم في سوق الجملة في المدن الكبرى حيث يقومون بنقل المنتج في شاحنات صغيرة -حمولة 3-5-أطنان يتم استئجارها عادةً، وقد أشار المزارعون إلى توفر الشاحنات وسهولة الحصول عليها، أما المزارعون الأفضل حالاً فينقلون منتجاتهم في شاحناتهم الخاصة . ويسافر صاحب المزرعة عادة مع منتجاته إلى السوق، وفي بعض الحالات يقوم أكثر من مزارع بنقل منتجاته في نفس الشاحنة في حال كانت الكميات المنقولة قليلة، وعند الوصول إلى السوق يقوم كل مزارع ببيع منتجاته بشكل منفصل.

معلومات السوق:

لا يوجد نظام معلومات رسمي للخضار والفواكه في سورية، إذ لا يوجد إدارة لأسواق الهال تُنظم عملية دخول وخروج البضائع و إحصائها ، كما لا يوجد أي مكتب -أو جهة-. تقدم معلومات عن أسواق الخضار الأخرى وإلى حاجة تلك الأسواق، حيث يقوم المزارعون وأصحاب المحلات والسماصرة بالاتصال بالوسطاء في عدد من الأسواق للحصول على فكرة عن أحوال الأسواق الأخرى، أو عن لأسعار (التي قد تتغير بسرعة)، قبل أن يقرروا إلى أي سوق سيقومون بإرسال منتجاتهم، ويكمن الخلل في هذا الموضوع في عدم قيام الوسطاء. بنقل الصورة الصحيحة للمزارعين -عن كل مما سبق ذكره- لضمان قيامهم بتوريد المنتجات إلى الأسواق، كما لا يوجد روزنامة تصديرية واضحة بشكل تسمح للفلاح بتنظيم قطاف الثمار قدر الإمكان.

من ذلك، نستنتج أنه من الضرورة إيجاد آلية تُنظم عمل السوق، التي تتصف العمل بالبدائية والفضى، بما يمكن من إحصاء الكميات الداخلة والخارجة إلى الأسواق وأصنافها وأنخابها، كما نستنتج أنه من الضرورة إيجاد نظام معلومات تسويقية رسمي يتم من خلاله جمع الأسعار من أسواق الجملة، والمفرق، الرئيسية وتحليلها ونشرها بشكل سريع، وتحديد حاجة تلك الأسواق بما يضمن حسن سير العملية التسويقية، وتجنب الفلاح تبعات هذه الفوضى التي قد تؤدي في نهاية المطاف إلى خسائر له.

3- وصف آلية العمل في سوق الهال في سورية:

بينت الدراسة الميدانية أن 95% من الإنتاج يتم نقله و بيعه في أسواق الجملة، التي تنتشر في مراكز المحافظات والمدن، حيث يقوم تجار الجملة في هذه الأسواق بإجراء بعض العمليات التصنيفية الأولية على المنتجات الزراعية، ثم يتم تصنيفها إلى منتجات معدة للتصدير، و إلى منتجات مخصصة للسوق المحلية، وكذلك تخضع إلى تصنيف النخب حيث تقسم الأصناف إلى ممتاز أو جيد... الخ، ومن ثم يتم تقسيم الإنتاج إلى كميات صغيرة لتسهيل عملية نقلها وبيعها بسهولة إلى تجار التجزئة أو إلى المستهلك النهائي.

4- تصنيف الأسواق طبقاً للمنافسة التي تسود السوق:

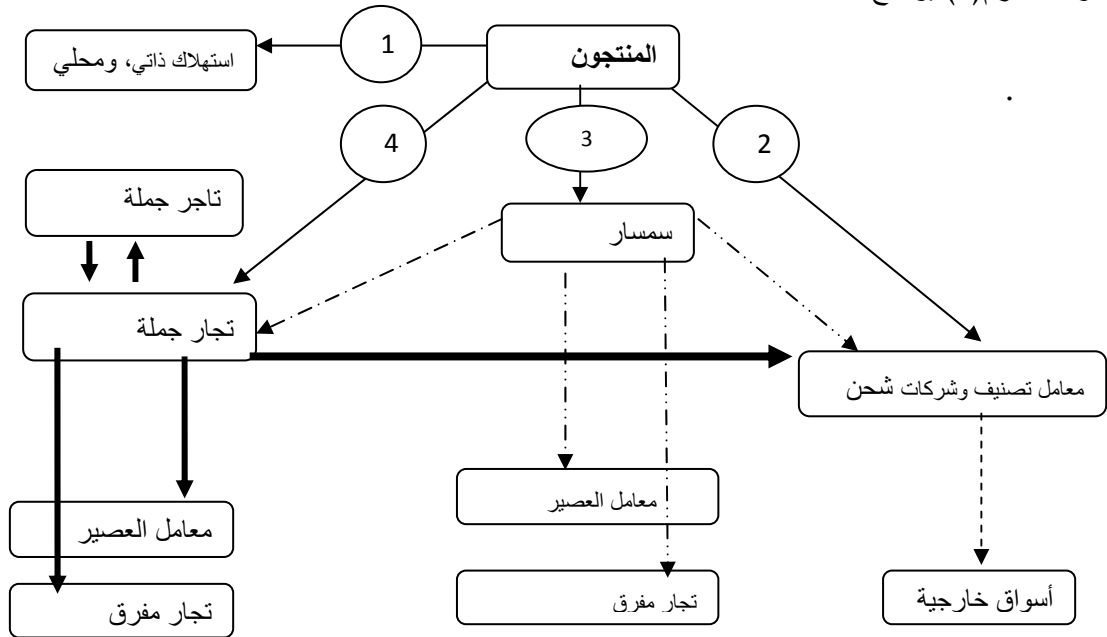
صنّف الاقتصاديون الأسواق وفقاً لثلاثة اعتبارات، هي:

- 1- وفقاً لطبيعة النشاط التسويقي (الأسواق المحلية، الأسواق المركزية، أسواق الجملة، أسواق التصدير، أسواق التجزئة، أسواق التعاونيات، الأسواق المختلطة).
 - 2- وفقاً لطبيعة المنافسة التي تسود فيها (أسواق التنافس التام، أسواق الاحتكار التام، أسواق المنافسة غير الكاملة، أسواق منافسة القلة، أسواق الاحتكار الكامل، أسواق احتكار القلة، أسواق المنافسة الاحتكارية، أسواق احتكار الكثرة).
 - 3- وفقاً للفترة الزمنية للتعاقدات (الزمن).
- بينت الدراسة الميدانية أن مواصفات السوق تنطبق على مواصفات سوق التنافس الكامل، وذلك لأن الشروط الواجب توفرها في سوق المنافسة الكاملة موجودة، وهي:
- 1- وجود عدد كبير من منتجي الحمضيات في الساحل السوري (16148 مزارعاً)، وبالمقابل يوجد عدد كبير من طالبي المنتج سواء كانوا تجار مفرق أو مستهلكين مباشرين.
 - 2- إن جميع المنتجات متماثلة ومتجانسة، إذ أن جميع أنواع الحمضيات هي نفسها عند جميع المنتجين.
 - 3- لا يمكن لمزارع واحد، أو لعدد قليل، التحكم بسعر المنتج بالسوق، إذ أن الحصة السوقية لكل منتج صغيرة جداً بالمقارنة بإجمالي حجم المنتج، إذ بينت الدراسة الميدانية أن متوسط حجم الإنتاج لكل مزارع بلغ 50 طناً تقريباً خلال الموسم الزراعي.
 - 4- لا توجد أية قيود للدخول والخروج إلى السوق لبيع المنتجات، كما أنه لا توجد أي قيود مفروضة على الأسعار إذ تخضع أسعار المنتج إلى قوى العرض والطلب.
 - 5- بالنسبة للمعلومات فهي متاحة للجميع بنفس الدرجة، مع ملاحظة أنه لا يوجد نظام معلومات تسويقي متبع عند تسويق المنتج، إذ قد يكتفي المزارع بالسؤال عن سعر المنتج في أكثر من سوق جملة، سواء في المحافظة الواحدة أو خارج محافظته.
- كما بينت الدراسة الميدانية أن نحو 25% من المزارعين يقومون باستلاف مبلغ من المال من سماسرة تجار الجملة على أن يلتزموا ببيع منتجاتهم عندهم -وهذه العملية أقرب ما تكون إلى الأسواق الآجلة- أما 75% من المنتجين فيقومون بالتعامل على أساس فوري، أي نقل المنتج إلى أسواق الجملة وقبض ثمنها مباشرة من المشتري سواء كان بائع جملة أو بائع مفرق .

5- مسالك التسويق و التوزيع للحمضيات:

يُقصد بمسالك، ومنافذ، التوزيع تلك الطرق التي تسلكه السلعة منذ خروجها من مكان الإنتاج إلى المستهلك النهائي مروراً بحلقة واحدة أو أكثر من حلقات التوزيع. وقد يأخذ طريق التوزيع طرقاً مختلفة، منها من المنتج إلى المستهلك -مسلك مباشر- أو من المنتج إلى تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة إلى المستهلك النهائي، أو من المنتج إلى الوسيط الوظيفي إلى تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة إلى المستهلك النهائي (اسماعيل: 2010). حيث يقوم المنتجون ببيع الإنتاج إلى تاجر الجملة مباشرة، أو يقومون بوضعه عند السماسرة ليقوم هؤلاء بدورهم بعملية البيع بالسعر الذي يرونه مناسباً مقابل عمولة تتراوح بين 3.5-5%، أو يقوم المنتج ببيع إنتاجه مباشرة إلى شركات الشحن و التوضيب لتقوم بدورها بتصديرها، أو نقلها إلى محافظات أخرى. أما تاجر الجملة فيقوم ببيع الحمضيات إلى تاجر المفرق، أو تاجر

جملة آخر، أو إلى مندوبي معامل العصائر، أو إلى شركات الشحن لتصل في نهاية المطاف إلى المستهلك النهائي. والشكل رقم (1) يوضح ذلك.



الشكل (1) المسالك التسويقية للحمضيات

المصدر: نتائج الدراسة الميدانية

نلاحظ من الشكل (1) أن هناك أربعة مسالك تسويقية أساسية، وبعض هذه المسالك يتفرع عنها مسالك أخرى وذلك وفق التالي:

المسلك الأول: منتجون - مستهلك نهائي حيث يقوم المنتجون بتخصيص جزء من إنتاجهم للاستهلاك الذاتي.

المسلك الثاني: منتجون - معامل توضيب وشحن. يتفرع عنه مسلك واحد هو:

معامل التصنييف والشحن - الأسواق الخارجية

المسلك الثالث: منتجون - سمسار يتفرع عنه أربعة مسالك هي.

سمسار - شركات التوضيب والشحن.

سمسار - تاجر جملة.

سمسار - تاجر المفرق - مستهلك نهائي.

سمسار - معامل العصر - مستهلك نهائي.

المسلك الرابع: منتجون - تجار جملة يتفرع عنه ثلاثة مسالك هي.

تجار جملة - معامل العصر - مستهلك نهائي.

تجار جملة - تجار مفرق - مستهلك نهائي.

تجار جملة - شركات التوضيب والشحن.

6-دراسة العلاقة بين العرض والسعر لأنواع الحمضيات:

6-1- قياس مرونة العرض السعرية

تعد مرونة العرض السعرية مقياساً يظهر مدى تجاوب الكميات المعروضة من سلعة ما مع التغيرات التي قد تطرأ على الأسعار (عليو؛ جوجو، 2008).

تقاس مرونة العرض لسلعة معينة، وعند سعر معين، بقسمة التغير النسبي في الكمية المعروضة من السلعة على التغير النسبي في سعرها، وهذا يعني أن مرونة العرض السعرية تحسب من العلاقة التالية:

$$M = \frac{\frac{q_2 - q_1}{(q_2 + q_1)/2}}{\frac{p_2 - p_1}{(p_2 + p_1)/2}} = \frac{\Delta q}{\Delta p}$$

M = مرونة العرض

q_1 = الكمية المعروضة من السلعة عند السعر p_1 .
 q_2 = الكمية المعروضة من السلعة عند السعر p_2 .

Δq = التغير في الكمية المعروضة من الإنتاج .
 Δp = التغير في السعر .

وهناك حالات لمرونة العرض السعرية:

1- مرونة العرض بالقيمة المطلقة < 1 ، يُقال عن عرض السلعة بأنه مرن، أي أن نسبة التغير في الكمية المعروضة أكبر من نسبة التغير في أسعارها.

2- مرونة العرض بالقيمة المطلقة > 1 ، يكون عرض السلعة غير مرن، أي أن نسبة التغير في الكمية المعروضة أقل من نسبة التغير في أسعارها.

3- مرونة العرض بالقيمة المطلقة $= 1$ ، يكون عرض السلعة في هذه الحالة متكافئ المرونة، أي نسبة التغير في الكمية المعروضة تساوي نفس نسبة التغير في الأسعار.

وقد تم حساب مرونة العرض السعرية للحمضيات في سوقي محافظتي طرطوس و اللاذقية باعتبار الإنتاج متحولاً تابعاً، والسعر متحول مستقل، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة على العرض.

أولاً: مرونة العرض السعرية للليمون:

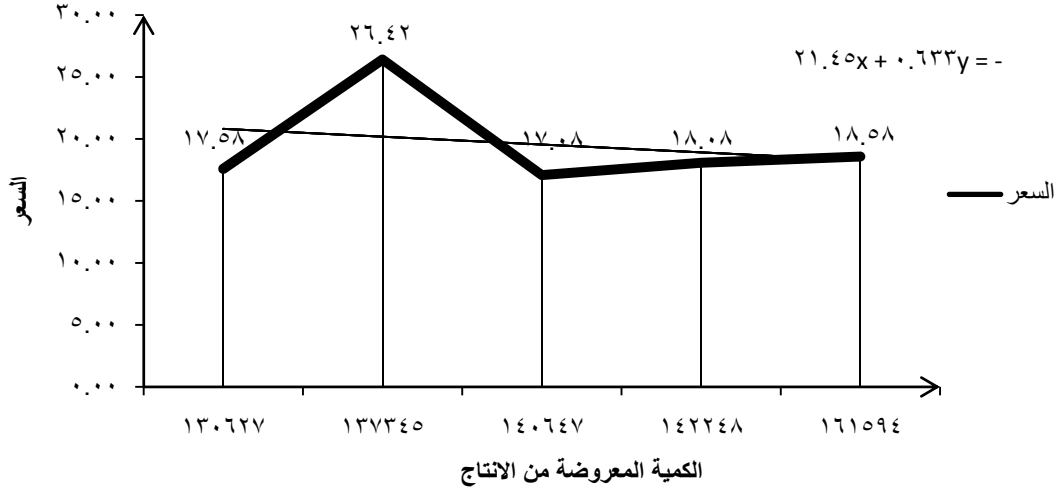
يبين الجدول (1) العلاقة بين سعر الليمون والكمية المعروضة من الإنتاج

الجدول (1)، العلاقة بين سعر الليمون والكمية المعروضة من الإنتاج (دالة عرض الليمون) الكمية: طن، السعر: ل.س

العام	المعرض من لإنتاج (q)	السعر (p)	ΔQ	ΔP	المرونة (M)
2007	130627	17.58	0.03	0.20	0.12
2008	137345	26.42	0.01	-0.21	-0.06
2009	140647	17.08	0.01	0.03	0.20
2010	142248	18.08	0.06	0.01	4.67
2011	161594	18.58	-	-	-

المصدر: صمم من قبل الباحث استناداً إلى كمية المعرض من الإنتاج بالاعتماد على بيانات الواردة في المجموعة الإحصائية الزراعية بين عامي 2007-2011، وإلى الأسعار بالاعتماد على البيانات التي تم الحصول عليها من الاستبيان الميداني.

يبين الجدول (1) أن مرونة العرض السعرية لموسمي 2007-2008 سجلت 0.12، وهي أقل من الواحد الصحيح ($1 > 0.12$)، أي أن العرض غير مرن، ويعود ذلك إلى أن نسبة التغير في الكمية المعروضة (3%) وهي أقل من نسبة التغير في السعر (20%)، في حين كانت مرونة العرض السعرية بين موسمي 2008-2009، و موسمي 2009-2010 هي 0.06 و 0.2 على التوالي، أما بين موسمي 2010-2011 فكان العرض مرناً، إذ سجلت مرونة العرض 4.67 أكبر من الواحد الصحيح حيث كانت نسبة التغير في الكمية المعروضة من الليمون 6%، وهي أكبر من نسبة التغير في السعر 1%. والشكل (2) يبين منحنى العرض للليمون.



الشكل (2) منحنى مرونة العرض للليمون

المصدر: بالاعتماد على بيانات الجدول (1)

ثانياً- مرونة العرض السعرية للبرتقال:

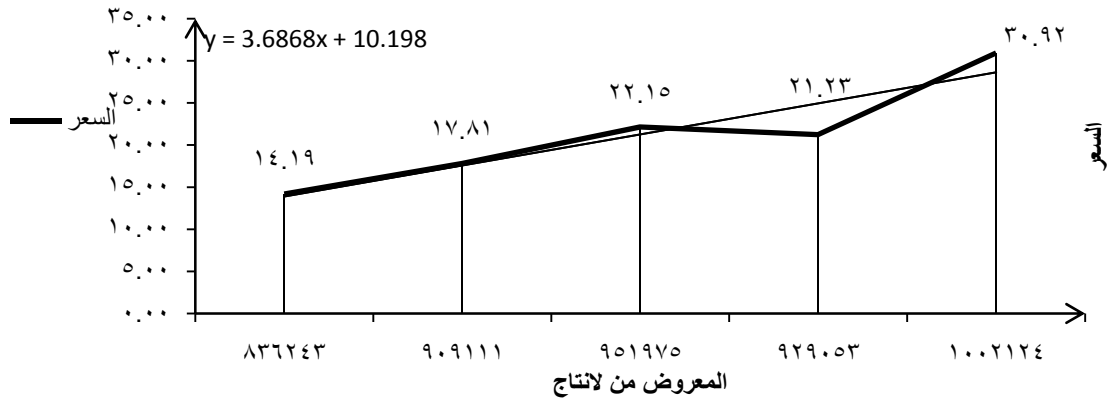
يبين الجدول (2) العلاقة بين سعر البرتقال والكمية المعروضة من الإنتاج. الجدول (2). العلاقة بين سعر البرتقال والكمية المعروضة من الإنتاج (مرونة العرض للبرتقال) الكمية: طن، السعر: ل.س

المرونة (M)	Δp	Δq	السعر	الإنتاج	لعام
0.37	0.11	0.04	14.19	836243	2007
0.21	0.10	0.02	17.81	909111	2008
0.57	-0.02	-0.01	22.15	951975	2009
0.20	0.18	0.04	21.23	929053	2010
-	-	-	30.92	1002124	2011

المصدر: أعد الجدول استناداً إلى قيم المعروض من الإنتاج بالاعتماد على البيانات الواردة في المجموعة الإحصائية الزراعية خلال ألفترة 2007-2011، بوالى الأسعار بالاعتماد على البيانات التي تم الحصول عليها من الاستبيان الميداني.

يوضح الجدول (2) ، أن مرونة العرض السعرية لموسمي 2007-2008 سجلت 0.37، وهي أقل من الواحد الصحيح ($1 > 0.37$)، أي أن العرض غير مرن، ويعود ذلك إلى أن نسبة التغير في الكمية المعروضة 4%، وهي أقل

من نسبة التغير في السعر (11%)، في حين كان العرض غير مرن بين موسمي 2008-2009 وموسمي 2009-2010 حيث سجلت مرونة العرض 0.21، 0.57 على التوالي، وكذلك بين موسمي 2010-2011 كان العرض غير مرن، إذ سجلت مرونة العرض 0.2، أي أقل من الواحد الصحيح ($1 > 0.2$)، حيث كان التغير في الكمية المعروضة من البرتقال 4% وهي أصغر من التغير في السعر 18%. والشكل (3) يبين منحنى العرض للبرتقال.



الشكل (3) منحنى العرض للبرتقال
المصدر: بالاعتماد على بيانات الجدول (2)

7- دراسة العلاقة بين الطلب والسعر للحمضيات:

7-1- حساب كمية الاستهلاك الظاهري:

لقد تم حساب مرونة الطلب السعرية بالاعتماد على حساب كمية الاستهلاك الظاهري، وكذلك بالاعتماد على متوسط أسعار المفرق للليمون والبرتقال، والتي تم الحصول عليها من نتائج الاستبيان الميداني. وتحسب كمية وفق المعادلة التالية:

كمية الاستهلاك الظاهري = (كمية الإنتاج + الاستيراد) - كمية التصدير (طوب، 2008). ويبين الجدول رقم (3) كمية الاستهلاك الظاهري من الليمون في محافظتي اللاذقية وطرطوس خلال الفترة 2007-2011.

الجدول (3). الاستهلاك الظاهري من الليمون في المنطقة الساحلية خلال الفترة 2007-2011
الكمية: طن

العام	الإنتاج	الواردات	الصادرات	كمية الاستهلاك الظاهري
2007	130627	4380	930	134077
2008	137345	27620	930	164035
2009	140647	16290	42140	114797
2010	142248	19620	62340	99528
2011	161594	19620	62430	118784

المصدر: أعد الجدول استناداً إلى بيانات كميات الإنتاج والواردات والصادرات للليمون الواردة في المجموعة الإحصائية العربية الزراعية خلال الفترة 2007-2011

يبين الجدول (3) أن كمية الاستهلاك الظاهري من الليمون في محافظتي اللاذقية و طرطوس بلغت في عام 2007 نحو 134077 طناً علماً أن كمية الإنتاج بلغت في نفس العام نحو 130627 ألف طن، وسجلت كمية الصادرات، والواردات نحو 930 و 4380 طناً على الترتيب. إلا أن كمية الاستهلاك الظاهري انخفضت في عام 2011 إلى نحو 118784 طناً حيث سجلت كمية الإنتاج في ذلك العام نحو 161584 ألف طناً، وكمية الواردات نحو

19620 طن، و الصادرات نحو 62430 طن. ويعود انخفاض كمية الاستهلاك الظاهري من الليمون، بالرغم من زيادة الإنتاج خلال الفترة 2007-2011 بمقدار 30967 طناً، وزيادة الواردات بمقدار 15240 طناً، إلى زيادة كمية الصادرات بمقدار 61500 طن.

أما فيما يتعلق بالاستهلاك الظاهري من البرتقال في محافظتي اللاذقية و طرطوس فقد بلغت كميته في عام 2007 نحو 820663 طناً، حيث سجلت كمية الإنتاج لذلك العام نحو 836243 طناً، و الواردات نحو 20500 طن، والصادرات نحو 36080 طناً، لتزداد كمية الاستهلاك الظاهري في عام 2008 إلى نحو 871951 طناً، لتصل هذه الكمية في عام 2011 إلى نحو 794154 طن حيث سجلت كمية الإنتاج 1002124 طناً، وبلغت قيمة الواردات 20500، أما كمية الصادرات فسجلت 228470 طناً وهذا ما يوضحه الجدول (4).

الكمية: طن	الجدول (4). الاستهلاك الظاهري من البرتقال في المنطقة الساحلية خلال الفترة 2007-2011			
العام	الإنتاج	الواردات	الصادرات	كمية الاستهلاك الظاهري
2007	836243	20500	36080	820663
2008	909111	25230	62390	871951
2009	951975	22280	175530	798725
2010	929053	12570	228470	713153
2011	1002124	20500	228470	794154

المصدر : المجموعة الإحصائية الزراعية السورية خلال الفترة 2007-2011

2-7- قياس مرونة الطلب السعرية:

تعرف مرونة الطلب السعرية بأنها التغير النسبي في الكمية المراد شرائها والناجم عن التغير في السعر، أي ما هي الإمقياس لدرجة استجابة المستهلكين إلى شراء سلعة ما نتيجة لتغير في سعرها.

$$M = \frac{\frac{q_2 - q_1}{(q_2 + q_1)/2}}{\frac{p_2 - p_1}{(p_2 + p_1)/2}} = \frac{\Delta q}{\Delta P}$$

وتحسب مرونة الطلب وفق العلاقة التالية:

حيث أن:

$$M = \text{مرونة الطلب}$$

$$q_1 = \text{الكمية المطلوبة من السلعة قبل تغير السعر} \quad q_2 = \text{الكمية المطلوبة من السلعة بعد تغير السعر}$$

$$P_1 = \text{السعر قبل حدوث التغير} \quad P_2 = \text{السعر بعد حدوث التغير}.$$

$$\Delta q = \text{التغير في الكمية المطلوبة} \quad \Delta p = \text{التغير في السعر}$$

وهناك ثلاث حالات لمرونة الطلب السعرية:

1- مرونة الطلب بالقيمة المطلقة < 1، ويكون الطلب على السلعة مرناً، أي أن نسبة التغير في الكمية المطلوبة

أكبر من نسبة التغير في أسعارها.

2- مرونة الطلب بالقيمة المطلقة > 1، ويكون الطلب على السلعة غير مرناً، أي أن نسبة التغير في الكمية

المطلوبة أقل من نسبة التغير في أسعارها.

3- مرونة الطلب بالقيمة المطلقة=1، ويكون الطلب على السلعة في هذه الحالة متكافئ المرونة، أي أن نسبة التغير في الكمية المطلوبة تساوي نفس نسبة التغير في الأسعار.
وقد تم حساب مرونة الطلب السعرية للحمضيات في سوقي محافظتي طرطوس و اللاذقية باعتبار الإنتاج متحولاً تابعاً والسعر متحول مستقل، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة بالطلب.

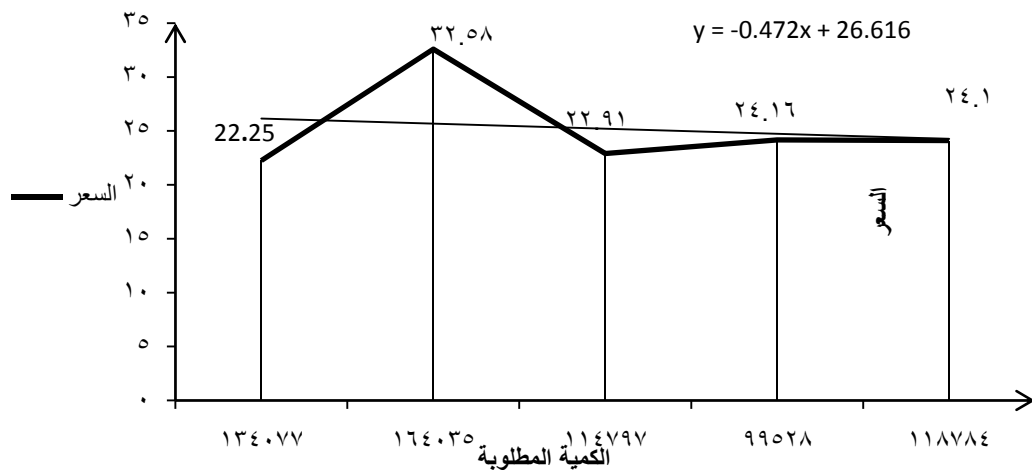
أولاً- مرونة الطلب السعرية للليمون:

يبين الجدول (5). العلاقة بين سعر الليمون والكميات المطلوبة منه

العام	الكمية المطلوبة (q)	السعر (p)	Δq	Δp	M
2007	134077	22.25	0.10	0.19	1.87
2008	164035	32.58	-0.8	-0.17	0.99
2009	114797	22.91	-0.07	0.03	-0.37
2010	99528	24.16	0.09	-0.001	-0.01
2011	118784	24.1	-	-	-

المصدر: نتائج الاستبيان الميداني.

يبين الجدول (5)، أن مرونة الطلب السعرية للليمون لموسمي 2007-2008 سجلت 1.87، وهي أكبر من الواحد الصحيح ($1 < 1.87$)، أي أن الطلب مرن، ويعود ذلك إلى أن نسبة التغير في الكمية المطلوبة (19%)، أكبر من نسبة التغير في السعر (10%)، في حين كان الطلب غير مرن بين موسمي (2008 و 2009)، (2009 و 2010) حيث سجلت مرونة الطلب 0.99، 0.37 (بالقيمة المطلقة) على التوالي، أما بين موسمي 2010-2011 فكان الطلب غير مرن، إذ سجلت مرونة الطلب 0.01 أي أصغر من الواحد الصحيح، حيث كانت نسبة التغير في الكمية المطلوبة من الليمون 0.1%، وهي أصغر من نسبة التغير في السعر 9%. والشكل (4). يبين منحنى الطلب على الليمون.



الشكل (4) منحنى الطلب للليمون

المصدر: صمم من قبل الباحث بالاعتماد علي بيانات الجدول (5)

ثانياً- مرونة الطلب السعرية للبرتقال:

يبين الجدول (6). العلاقة بين سعر البرتقال والكميات المطلوبة منه

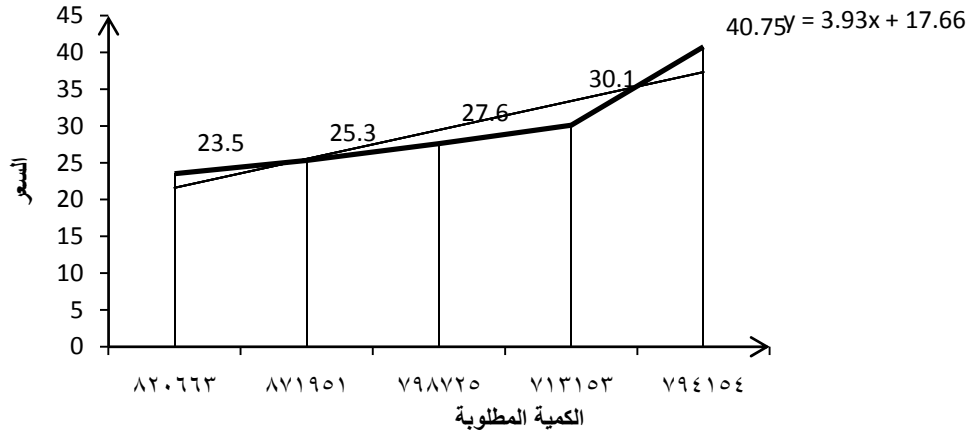
الكمية المطلوبة:طن،السعر ل.س.

الجدول (6). العلاقة بين سعر البرتقال والكميات المطلوبة منه

العام	الكمية المطلوبة (q)	السعر (p)	Δq	Δp	M
2007	820663	23.5	0.03	0.04	0.82
2008	871951	25.3	-0.04	0.04	-1.01
2009	798725	27.6	-0.06	0.04	-1.31
2010	713153	30.1	0.05	0.15	0.36
2011	794154	40.75	-	-	-

المصدر: اعد الجدول . بالاعتماد على البيانات التي تم الحصول عليها من الاستبيان الميدان.

يوضح الجدول (6). أن مرونة الطلب السعرية للبرتقال لموسمي 2007-2008 سجلت 0.82، وهي أصغر من الواحد الصحيح (1>0.82)، أي أن الطلب غير مرن، ويعود ذلك إلى أن نسبة التغير في الكمية المطلوبة (3%)، وهي أقل من نسبة التغير بالسعر (4%)، وفي حين كان الطلب مرناً، بين موسمي (2008-2009)، وموسمي (2009-2010) حيث سجلت مرونة الطلب 1.01 و 1.31 (بالقيمة المطلقة) على التوالي، أما بين موسمي 2010-2011 فكان الطلب غير مرن، إذ سجلت مرونة الطلب 0.36، أي أقل من الواحد الصحيح (1>0.36)، حيث كانت نسبة التغير في الكمية المطلوبة من البرتقال (5%) وهي أصغر من نسبة التغير في السعر 15%. والشكل (5) يوضح ذلك.



الشكل (5) منحنى الطلب للبرتقال

المصدر: البيانات الواردة في الجدول (6)

8- قياس وتحديد الفجوة التسويقية للحمضيات في سورية:

الفجوة التسويقية بالتعريف: هي الفرق بين الطاقة الإجمالية الاستيعابية للسوق الحالي (حجم الطلب المتوقع) لمنتج معين وبين حجم السوق الحالي لهذا المنتج الحالي، أي الحد الأقصى من الكميات المباعة من المنتج موضوع الدراسة أي أن :

الطاقة الإجمالية الاستيعابية للسوق (حجم الطلب المتوقع) = عدد السكان × متوسط استهلاك الفرد
أما حجم السوق الحالي (الاستهلاك المحلي الظاهري من المنتج) فهو عبارة عن الحجم الفعلي من المنتج موضع الدراسة، والذي يتم إنتاجه أو استيراده وتصديره ويتم حسابه بالعلاقة:

$Mc =$ الاستهلاك الحالي (الظاهري) من المنتج، $P =$ الإنتاج المحلي من المنتج، $R =$ الصادرات من المنتج

$K =$ الواردات من المنتج، $Q1 =$ مخزون أول المدة، $Q2 =$ مخزون آخر المدة

الفجوة التسويقية = الطاقة الإجمالية الاستيعابية للسوق الحالي - الاستهلاك المحلي (الظاهري) من المنتج. لقد

تم حساب متوسط الاستهلاك المحلي من المنتج خلال الفترة 2002-2006، ومن ثم تم حساب متوسط نصيب الفرد من أنواع الحمضيات. والجدول (7) يوضح ذلك.

الجدول (7). متوسط نصيب الفرد من البرتقال والليمون في سورية خلال الفترة 2002-2006

البيان السلعة	متوسط عدد السكان (نسمة)	متوسط الإنتاج (طن)	متوسط الصادرات (طن)	متوسط الواردات (طن)	الاستهلاك الظاهري (طن)	متوسط استهلاك نصيب الفرد (كغ)
البرتقال	18076400	490290	39410	57900	508780	28.15
الليمون	18076400	99560	720	10110	108950	6.03

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على بيانات المجموعة الإحصائية العربية لأعوام مختلفة، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.

يبين الجدول (7) أن متوسط استهلاك الفرد في سورية من البرتقال والليمون بلغ خلال الفترة 2002 - 2006/ نحو 28.15 كغ، و 6.03 كغ على التوالي سنوياً.

وبالاعتماد على النتائج الواردة في الدراسة في الجداول (7،4،3) قمنا بحساب حجم الفجوة التسويقية للبرتقال والليمون كما يوضح الجدول رقم (8).

الجدول (8). حجم الفجوة التسويقية للبرتقال، الليمون للأعوام 2007 حتى عام 2011

العام	متوسط عدد السكان (نسمة)	نوع الإنتاج	متوسط استهلاك الفرد السنوي (كغ)	حجم الطلب المتوقع (ألف طن)	حجم المتاح الاستهلاك (ألف طن)	الفجوة التسويقية (ألف طن)
2007	19405000	برتقال	28.15	546.25	820.663	-274.49
		ليمون	6.03	117.01	134.07	-20.06
2008	19880000	برتقال	28.15	559.62	871.951	-312.41
		ليمون	6.03	119.87	164.05	-44.18
2009	20367000	برتقال	28.15	573.33	798.725	-225.47
		ليمون	6.03	122.81	114.79	8.02
2010	20866000	برتقال	28.15	587.38	713.153	-125.86
		ليمون	6.03	125.82	99.52	26.3
2011	21377047	برتقال	28.15	601.76	794.154	-192.47

10.12	118.78	128.9	6.03	ليمون	
-------	--------	-------	------	-------	--

المصدر : في المجموعة الإحصائية السورية وعلى النتائج التي تم الحصول عليها خلال الدراسة والواردة في الجداول(3,4,7)

من الجدول (8) يتبين أن حجم الفجوة التسويقية للبرتقال، والليمون في سورية بلغت في عام 2007 -274.49 ألف طن، -20.06 ألف طن على الترتيب، أي أن هناك فائضاً في حجم المتاح للاستهلاك المحلي الظاهري حيث بلغ حجم الطلب المتوقع للبرتقال و الليمون في ذلك العام 546.25 ألف طن، 117.01 ألف طن على الترتيب، بينما بلغ حجم المتاح للاستهلاك المحلي للبرتقال والليمون 820.663 ألف طن، 134.07 ألف طن على الترتيب، لتزداد الفجوة التسويقية في عام 2008 إلى -312.41 ألف طن من البرتقال، -20.06 من الليمون، أي أن إشارتها سالبة مما يدل على وجود فائض في حج حجم المتاح للاستهلاك، لتتخفف بعدها حجم الفجوة التسويقية من البرتقال في عام 2010 إلى -125.86 ألف طن محققة فائضاً أيضاً، أما الليمون فقد بلغت حجم الفجوة التسويقية 8.02 أي أن هناك عجزاً في حجم الاستهلاك المحلي الظاهري بلغ 8.02 ألف طن، لتعود وتسجل الفجوة التسويقية للبرتقال في عام 2011 ما قيمته -192.47 ألف طن حيث بلغ حجم الطلب المتوقع 601.76 ألف طن تقريباً، بينما بلغ حجم المتاح للاستهلاك المحلي 794.154 ألف طن، وكذلك الأمر كان ذلك فائضاً، أما حجم الفجوة التسويقية بالنسبة للليمون فقد بلغ 10.12 ألف طن أي أن هناك عجزاً في حجم المتاح للاستهلاك المحلي. مما سبق، نستنتج أنه من الضروري إعادة دراسة حجم مستوردات البرتقال، والليمون بما يتناسب مع حاجة القطر الفعلية، والعمل على زيادة حجم الصادرات من البرتقال، وهنا يجب التشديد على التوسع بإنتاج منتجات خالية من الأمراض - تعتمد على مكافحة الحبيوية- وتشجيع إقامة مشاريع لتشجيع وحفظ الحمضيات بما يمكننا من التحكم بكميات البرتقال والليمون المطروحة في السوق.

9- دراسة الجدوى الاقتصادية القومية للاستثمار في زراعة الحمضيات

تعد دراسة أهمية المشاريع الاستثمارية، من وجهة نظر المصلحة القومية، ضرورة جداً بالنسبة لأصحاب القرار ومراكز الأبحاث التي تهتم بوضع الخطط الاقتصادية الإستراتيجية لتحقيق التنمية الشاملة، وذلك من خلال استخدام بعض المعايير لقياس مدى تحقيق مخرجات المشروع لأهداف التنمية الاقتصادية القومية، أي مدى مساهمته بتحقيق الربحية الاجتماعية. وفي العادة يتم استخدام طرائق مختلفة أهمها.

1- المعيار الأول: معيار صافي القيمة المضافة القومية:

صافي القيمة المضافة القومية=إجمالي قيمة الإنتاج بسعر السوق-(إجمالي قيمة مستلزمات الإنتاج+مجموع الإهلاكات+التحويلات الخارجية) والجدول رقم (9) يبين القيمة المضافة التي حققها الاستثمار في الحمضيات خلال الفترة 2007-2011.

الجدول (9) القيمة المضافة التي حققها الاستثمار في الحمضيات خلال الفترة 2007-2011 .

البيان	2007	2008	2009	2010	2011
--------	------	------	------	------	------

26	26	26	25	20	سعر اطن من البرتقال (ألف ل.س) (1)
1002124	929053	951975	909111	836243	متوسط الإنتاج من البرتقال (طن) (2)
26055224	24155378	24751350	22727775	16724860	قيمة الإنتاج من البرتقال بسعر السوق (ألف ل.س) (3)=(1)*(2)
22	22	23	28	18	سعر اكغ من الليمون (ألف ل.س) (4)
161594	142248	140647	137345	130627	متوسط الإنتاج من الليمون (طن) (5)
3555068	3129456	3234881	3845660	2351286	قيمة الإنتاج من الليمون بسعر السوق (ألف ل.س) (6)=(4)*(5)
1163718	1071301	1092622	1046456	966870	إجمالي إنتاج الحمضيات (طن) (7)=(2)+(5)
29610292	27284834	27986231	26573435	19076146	قيمة إنتاج الحمضيات (ألف ل.س) (8)=(3)+(6)
3.39	3.39	3.51	2.36	2.30	نصيب اطن من الحمضيات من مستلزمات ومواد الإنتاج (ألف ل.س) (9)
3945004	36317108	3835103	2469636	2223801	قيمة إجمالي مستلزمات الإنتاج (ألف ل.س) (10)=(7)*(9)
25665288	23653754	24151128	24103799	16852345	مجمل الناتج الزراعي من الحمضيات بطريقة القيمة المضافة (ألف ل.س) (11)=(8)-(10)
0.87	0.87	1.12	0.88	0.78	نصيب اطن من الإهلاك السنوي (ألف ل.س) (12)
1018435	932032	1223737	920881	754523	إجمالي قيمة الإهلاك (ألف ل.س/طن) (13)=(11)-(12)
24652853	22721092	22927391	23.182.918	16.098.18 6	صافي الناتج المحلي بطريقة القيمة المضافة (ألف ل.س) (14)=(13)-(11)

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على بيانات المجموعة الإحصائية الزراعية السورية لأعوام 2007 حتى عام 2011، وزارة الزراعة

نلاحظ من الجدول (9) أن صافي الناتج المحلي بلغ في عام 2007، بطريقة القيمة المضافة، نحو 16 مليار ل.س. لتزداد إلى نحو 23 مليار ل.س في عام 2008، في حين بلغت في عام 2009 نحو 23 مليار ل.س، أما في عامي 2010 و 2011 فقد سجل صافي الناتج المحلي نحو 23 و 25 مليار ل.س على التوالي. ويتبين أن جميع قيم الناتج المحلي الصافي موجبة، أي أن هناك قيمة مضافة حقيقية يحققها الاستثمار في زراعة الحمضيات ، الأمر الذي يساهم في زيادة الدخل القومي لسورية.

2- المعيار الثاني: معيار ميزان المدفوعات:

يهدف هذا المعيار إلى قياس أثر المشروع الاستثماري علي دعم وتحسين أوضاع ميزان المدفوعات وفق العلاقة

التالية:

معيار ميزان المدفوعات= (الصادرات السلعية+المتحصلات والتحويلات من النقد الأجنبي)- (الواردات السلعية+

المدفوعات والتحويلات الأخرى من النقد الأجنبي)، أي أن:

معيار ميزان المدفوعات= التدفقات النقدية الداخلة بالنقد الأجنبي- التدفقات النقدية الخارجة بالنقد الأجنبي.

والجدول (10) يوضح إجمالي مساهمة الحمضيات في ميزان المدفوعات السوري خلال الفترة 2007-2010. فقط

بسبب عدم صدور المجموعة الإحصائية السورية لعام 2011

القيمة: مليون \$ جدول (10). إجمالي مساهمة إنتاج الحمضيات بميزان المدفوعات السوري بين عامي 2007-2010

معيان ميزان المدفوعات (3)+(4)	صافي التدفقات النقدية (1)-(2)		قيمة الواردات التدفقات النقدية الخارجة (2)		قيمة الصادرات التدفقات النقدية الداخلة (1)		البيان العام
	ليمون (4)	برتقال (3)	ليمون	برتقال	ليمون	برتقال	
الحمضيات							
6.96	-0.18	7.14	0.54	3.11	0.36	10.25	2007
10.36	-7.67	18.03	8.03	3.76	0.36	21.79	2008
84.23	20.11	64.12	2.46	6.03	22.57	70.15	2009
139.61	46.57	93.04	2.74	2.33	49.31	95.37	2010

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على بيانات واردة في المجموعة الإحصائية، السورية العربية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.

يوضح الجدول (10) أن الاستثمار في سورية يعد أحد روافد ميزان المدفوعات في سورية. ففي عام 2007 بلغ صافي التدفقات النقدية من الحمضيات مُقيّمة بالدولار 6.96 مليون دولار، لتزداد إلى 10.36 مليون دولار في عام 2008، أما في عامي 2010 و 2009 فقد كانت الزيادة كبيرة بشكل واضح، إذ وصلت إلى 84.23، 139.61 مليون دولار على الترتيب، ويتبين أن جميع قيم معيار ميزان المدفوعات هي موجبة، أي أن الاستثمار في زراعة الحمضيات يحقق رافداً للخزينة السورية بالقطع الأجنبي، أي أن له أثراً إيجابياً في دعم وتوازن ميزان المدفوعات في سورية.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

- 1- يتصف العمل في سوق الحمضيات في سورية، كغيره من أنواع الفواكه، و الخضروات، بالبدائية والفوضى. فليس هناك جهة تقدم معلومات عن السوق، أو تقوم بإحصاء الكميات المسوّقة، أو تُحدد حاجة السوق.
- 2- إن مواصفات سوق الحمضيات في سورية ينطبق عليه مواصفات سوق المنافسة الكاملة.
- 3- يوجد أربعة مسالك تسويقية أساسية للحمضيات، يتفرع عنه ثمانية مسالك تسويقية، منها ما هو مباشر من المنتج إلى المستهلك، ومنها ما يمر بعدة محطات تسويقية.
- 4- إن قيم مرونة الطلب والعرض متذبذبة بشكل واضح خلال سنوات الدراسة مما يؤثر إلى عوامل أخرى غير السعر تؤثر في الطلب والعرض.
- 5- يبين وجود فائض في البرتقال في السنوات المدروسة، وقد بلغ 274.49- ألف طن عام 2007.
- 6- حقق الاستثمار في الحمضيات قيمة مضافة في جميع سنوات الدراسة حيث بلغت 28050416 ألف ليرة سورية في عام 2011.
- 7- ساهم الاستثمار في الحمضيات في دعم توازن ميزان المدفوعات في سورية، إذ بلغت صافي التدفقات النقدية الخارجية للحمضيات 139.61 مليون دولار عام 2011.

التوصيات:

- 1- ضرورة وجود آلية تنظم عمل السوق وذلك من خلال دراسة حاجة هذا السوق من الحمضيات بشكل يومي وفق أسس علمية وتقديم المعلومات إلى المزارعين.
- 2- ضرورة تأسيس اتحاد مزارعي الحمضيات بحيث يكون مسؤولاً عن إنتاج وتسويق الحمضيات داخلياً وخارجياً بالتنسيق مع الجهات المختصة عن ذلك.
- 3- تفعيل عمل الملحقين التجاريين في السفارات السورية بما يساهم في فتح أسواق جديدة للمنتج السوري من الحمضيات يساهم في تسويق الفائض من الإنتاج، وزيادة دعم ميزان المدفوعات.
- 4- العمل على تشجيع التوسع في إنشاء معامل تصنيع مكثفات العصائر، والعمل على تأمين متطلباته من أنواع الحمضيات المناسبة من خلال إعادة توزيع زراعة أنواع الحمضيات، وتحويل جزء من أشجار الحمضيات إلى أنواع تكون نسبة العصير فيها مرتفعة، مثل البلانسيو والغريفون وغيرها، للتقليل من حجم المستوردات المتعلقة بمكثفات العصائر.

المراجع:

- 1- اسماعيل ريم، *دراسة اقتصادية تحليلية لتسويق منتجات الزيتون/زيتون المائدة والزيت/ في الساحل السوري، وآفاق تطويره*، رسالة ماجستير، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية، قسم الاقتصاد الزراعي، 2010، ص175.
- 2- ببيلي، محمود، *نظرة على مجموعة الفواكه في سورية*، المركز الوطني للسياسات الزراعية، دمشق، سورية، 2006، ص75.
- 3- جحاج، محسن؛ صقر، ابراهيم؛ اسماعيل، ريم، *دراسة تحليلية لواقع الأمن الغذائي في سورية خلال الفترة 2006-2010*، بحث قبل للنشر في مجلة جامعة تشرين من سلسلة العلوم البيولوجية، بتاريخ 26/8/2012، اللاذقية، سورية.
- 4- جراد، سمير . *دراسة الواقع الزراعي في القطر العربي السوري بشكل عام والساحل السوري بشكل خاص وبعض المقترحات لتطويره*، بحث مقدم إلى ندوة اقتصاديات الإنتاج الزراعي في الساحل السوري وآفاق تطويره، اللاذقية، سورية، 2005، ص25.
- 5- الخليل، فادي (*القطاع الزراعي في سوريا (الخصائص، الواقع، والآفاق) دراسة تحليلية*، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (13)، العدد(1)، 2009، ص9-25.
- 6- سنوبر، رباب، *الميزة النسبية للبرتقال*، المركز الوطني للسياسات الزراعية، دمشق، سورية، 2005، ص87.
- 7- طيوب، محمود، *الجدوى الاقتصادية للمشروعات*، منشورات جامعة تشرين، كلية الاقتصاد، اللاذقية، سورية، 2008، ص582.
- 8- عليو، محمود؛ الجوجو، نبيل، *مبادئ التسويق الزراعي*، منشورات جامعة تشرين، كلية الزراعة، اللاذقية، سورية، 2008، ص232 صفحة
- 9- العليوي، احمد، *واقع وآفاق تسويق الحمضيات في الساحل السوري*، بحث مقدم إلى ندوة اقتصاديات الإنتاج الزراعي في الساحل السوري وآفاق تطويره، اللاذقية، سورية، 2005، ص24.
- 10- لانسون، فريدريك، *الميزة النسبية لمجموعة مختارة من السلاسل الغذائية*، المركز الوطني للسياسات الزراعية، دمشق، سورية، 2006، ص85.
- 11- ويستلك مايك، *قطاع الحمضيات في سورية*، المركز الوطني للسياسات الزراعية، دمشق، سورية، 2000، ص93
- 12- إحصائيات الفاو، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (2010).
- 13- المجموعة الإحصائية الزراعية السورية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، دمشق، سورية خلال الفترة /2010-2007/.
- 14- المجموعة الإحصائية السورية، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق، سورية، خلال الفترة /2010-2007/.
- 15- المجموعة الإحصائية العربية، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الخرطوم، السودان، خلال الفترة /2007-2011/.