

## أثر السياسات الزراعية على تسويق محصول القمح في محافظة واسط لعام 2016

رامي عدنان عزيز\*

مشعل عبد خلف

كلية الزراعة-جامعة الأنبار

### الخلاصة

استهدف البحث دراسة أثر السياسات الزراعية بحسب المسالك التسويقية المعتمدة في تسويق إنتاج مزارعي القمح في محافظة واسط، اعتمدت الدراسة على بيانات جمعت من خلال استمارة استبانة لعينة عشوائية ضمت 160 مزرعة من مزارع القمح في محافظة واسط مقسمة إلى ثلاث فئات حسب المساحة، إذ شملت الفئة الأولى المزارع التي تبلغ مساحتها 100 دونم (0.25 هكتار) فما دون، وشملت الفئة الثانية المزارع التي تتراوح مساحتها بين 100-1000 دونم (0.25 هكتار)، بينما ضمت الفئة الثالثة المزارع التي مساحتها 1000 دونم (0.25 هكتار) فما فوق. إذ تم استعمال مصفوفة تحليل السياسة لبيان أثر السياسات الزراعية على مزارعي القمح بحسب مسلك تسويق محصول القمح في محافظة واسط لعام 2016. إذ تضمنت المسالك التسويقية للقمح إلى نوعين حسب طريقة البيع والتي كانت إما البيع للدولة أو البيع لتجار الجملة. وضحت نتائج الدراسة إلى أن الدعم المقدم من قبل الدولة يذهب نحو 75% منه إلى تجار الجملة في حال الذهاب إلى مسلك تجار الجملة، ألا أن ما يضطر المزارع لسلك هذا المسلك ربما بسبب الإجراءات والتعقيدات الروتينية المتبعة من قبل مراكز الاستلام لدى الدولة، فضلاً عن تأخير تسليم مستحقاته المالية في حالة البيع للدولة.

## Effect of Agricultural Policy on Marketing Wheat Crop in Wasit province

Rami A. Azeez

Mishaal A. khalaf

Coll. Of Agri.- Univ. of Anbar

### Abstract

The study aimed to study the impact of agricultural policy according to the marketing methods adopted in marketing the production of wheat farmers in Wasit Province, the study relied on data's collected through a random sample questionnaire including 160 farms of wheat in Wasit province divided into three categories by area, which included the first category, which covers an area of 100 donums and less, And the second category included farms with a range of 100 – 1000 donum, while the third category included farms of 1000 dunums and above, The policy analysis matrix was used to show the effect of the agricultural policy on the wheat growers according to the marketing of wheat crop in Wasit Province in- 2016. The marketing routes of wheat were divided into two types according to the method of sale, which was either

\* البحث مستل من رسالة ماجستير للباحث الثاني

sale to the state or sale to wholesalers. The results of the study indicate that the support provided by the state goes 75% of it to wholesalers in case of going to the course of wholesalers, However, the farmer is forced to conduct this course perhaps because of the routine of procedures and complications, as well as the delay in handing over his financial dues when the farms direct marketing route to the state.

### المقدمة

إن التسويق الزراعي بشكل عام يمثل النظام المرن الذي يهدف إلى تسهيل تدفق السلع الزراعية والخدمات المرتبطة بها من المنتجين إلى المستهلكين (8)، ويمثل حلقة مهمة لتحقيق الأثر الإيجابية المرجوة من السياسات الزراعية، لذلك فإن الاهتمام بالتسويق الزراعي بشكل عام وبتسويق محصول القمح يحتل أهمية غذائية واقتصادية في جميع بلدان العالم. إذ حاولت الكثير من البلدان ومن بينها العراق السيطرة على سوق القمح لضمان تحقيق أهداف المنتجين والمستهلكين معاً، من خلال افتتاح مراكز تجميع وتسويق الحبوب بشكل عام والقمح بشكل خاص.

وعلى الرغم من عدد الساليلوات التي عملت الدولة على افتتاحها في العراق بشكل عام وفي محافظة واسط بشكل خاص إلا أن مزارعي القمح لجأوا في الفترة الأخيرة إلى تسويق جزء مهم من حاصلهم إلى تجار الجملة، مما يترتب عليه فقدانهم لجزء مهم من الدعم المخصص من قبل الدولة لمزارعي القمح في المحافظة. وإن ابتعاد المزارع عن تسويق حاصله إلى مراكز استلام الدولة، وتحمله خسائر كبيرة من الدعم المخصص له قد يعود إلى المشاكل التي يواجهها في حالة تسويق الحاصل إلى الدولة بشكل مباشر. وتقرض الدراسة بان التجار يقومون بمهمة تسويق حاصل القمح بعد استلامه من المزارعين للاستفادة من فرق السعر بين شرائهم للقمح من المزارع وسعر بيعه إلى الدولة بسبب تقشي الفساد مما يعرض المزارعين لخسارة جزء مهم من استحقاقاتهم وذهابها إلى جيوب التجار. لذلك استهدف هذا البحث قياس أثر السياسات الزراعية على مزارعي القمح بحسب المسلك التسويقي الذي يلجأ إليه المزارع وقياس الخسائر التي يتحملها المزارعون، وتشخيص الأسباب التي تدفع المزارعين إلى هذا المستوى من التضحية في الدعم المقدم لهم.

### المواد وطرائق العمل

استخدمت هذه الدراسة البيانات التي تم جمعها بشكل عام من المزارعين من خلال استمارة الاستبانة التي وزعت على عينه عشوائية من مزارعي محافظة واسط. وقد تم تقسيم العينة إلى ثلاث فئات بحسب أحجام حيازة المزارعين. إذ شملت الفئة الأولى المزارعون الذين تقل حيازة كل منهم عن 100 دونم (0.25 هكتار) وبلغ عددهم 85 مزارع، بينما تضمنت الفئة الثانية 54 مزارع من الذين تتراوح حيازة كل منهم بين 100-1000 دونم

0.25 هكتار)، في حين شملت الفئة الثالثة 21 مزارع من الذين تزيد حيازة كل منهم عن 1000 دونم (0.25 هكتار).

استخدمت مصفوفة تحليل السياسة (Policy Analysis Matrix) PAM وذلك من أجل استخلاص بعض المعايير والمؤشرات لقياس تلك الآثار لجميع فئات المساحة التي تناولتها عينة البحث. وبحسب المسلك التسويقي الذي اعتمده المزارع لتسويق كل حاصله أو جزء من حاصله السنوي من القمح. وإن مصفوفة تحليل السياسة صممت على أساس معادلة الربح الأتية (2).

$$Profit = e (P_q) Q - e (P_t) I_t - (P_n) I_n - X$$

حيث إن  $e$  سعر الصرف للعملة المحلية تجاه العملات الأجنبية،  $P_q$  سعر الناتج،  $P_t$  سعر المدخلات المتاجر بها،  $P_n$  سعر المدخلات غير المتاجر بها الموارد المحلية،  $Q$  كمية الإنتاج،  $I_t$  كمية المدخلات المتاجر بها،  $I_n$  كمية المدخلات غير المتاجر بها الموارد المحلية،  $X$  تكاليف تأثير بعض العوامل غير المباشرة العوامل الخارجية، مثل نقص المعلومات والمخاطرة والاحتكار وطرائق الإنتاج.

المعادلة السابقة يمكن حسابها على أساس الأسعار الفعلية الخاصة أو على أساس الأسعار الاجتماعية. ولبناء مصفوفة تحليل السياسة تقسم التكاليف إلى قسمين هما مدخلات إنتاج متاجر بها tradable inputs ومدخلات إنتاج غير متاجر بها الموارد المحلية Domestic Recourses، وتحسب الأرباح والتكاليف باستعمال كل من الأسعار الفعلية (الأسعار الخاصة) والأسعار الاجتماعية أسعار الظل، ويسمى الفرق بين الأسعار الفعلية والاجتماعية بالتحويلات Transfers أو أثر السياسة، وحجم هذه التحويلات يعكس مدى انحراف الأسعار الفعلية المشوهة عن الأسعار الاجتماعية (6). ويتكون هيكل مصفوفة تحليل السياسة من ثلاثة صفوف وأربعة أعمدة (11)، وكما موضح في الجدول الآتي: -

جدول 1 مصفوفة تحليل السياسة

	Revenue		Costs		Profits
			Tradable Inputs	Domestic Resources	
Private Price	A		B	C	D
Social Price	E		F	G	H
Divergences	I		J	K	L

يمثل الصف الأول للمصفوفة، الأسعار الفعلية لكل من العائد الإجمالي  $A$  وكلفة المدخلات المتاجر بها  $B$ ، وكلفة الموارد المحلية  $C$ ، والأرباح بالأسعار الخاصة  $D$ ، حيث أن  $D = A - B + C$  (12)، يمثل الصف الثاني، الأسعار الاجتماعية للعائد الإجمالي  $E$  وكلفة المدخلات المتاجر بها  $F$ ، وكلفة الموارد المحلية  $G$ ، والأرباح بالأسعار الاجتماعية  $H$ ، حيث أن  $H = E - F + G$  (1). تمثل  $L$  التحويلات الصافية، وتمثل الأثر الصافي لسياسة التدخل الحكومي، إذ إن  $L = D - H$  (4)، كما تمثل  $I$  تحويلات الناتج وهي الفرق بين السعر المحلي والسعر الاجتماعي للناتج حيث إن  $I = A - E$  (3)، أما  $J$  فتتمثل تحويلات المدخلات المتاجر بها وهي

تحويلات ناتجة عن الفرق بين السعر الفعلي والسعر الظلي حيث إن  $J = B - F$ ، وتمثل  $K$  تحويلات الموارد المحلية وتمثل الفرق بين السعر الفعلي  $C$  والسعر الظلي  $G$  (9).

## جدول 2 تكاليف عناصر الإنتاج للدونم (0.25 هكتار) المزروع بالقمح والعائد بالدينار للفئات الثلاثة- البيع للدولة

تكاليف عناصر الإنتاج بالأسعار			تكاليف عناصر الإنتاج بالأسعار الاجتماعية			عناصر الإنتاج	المدخلات
الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة	الفئة الأولى	الفئة الثانية	الفئة الثالثة		
20250	18424	18175	24300	23000	22600	البذور	
30975	32000	31000	39375	42000	42000	سماد اليوريا	
33750	37125	36875	43200	48000	48000	سماد الداب	المدخلات
10000	9500	9500	14145	14145	14145	المبيدات	المتاجر بها
18400	15400	13200	21580.8	18883.2	16185.6	الوقود	
2500	3500	4250	2500	3500	4250	مواد احتياطية	
115875	115949	113000	145100	149528	147180		المجموع
6000	5000	4500	20000	15000	10000	الأرض	
37500	30000	28750	37500	30000	28750	العمل الميكانيكي- تحضير الأرض	
26250	15000	14500	26250	15000	14500	- أعمال زراعية	
44000	30000	19000	44000	30000	19000	- الحصاد الميكانيكي	
10000	8000	6000	10000	8000	6000	العمل اليدوي- تحضير الأرض	
36000	28000	18000	36000	28000	18000	- الري	الموارد
4000	4000	3000	4000	4000	3000	- الحصاد	المحلية غير
5000	4000	3000	5000	4000	3000	- الرش	المتاجر بها
22000	20000	18000	27500	25000	22500	رأس المال	
4000	2500	1500	4000	2500	1500	أعمال صيانة	
8000	8000	6000	8000	8000	6000	اندثارات	
2000	1500	1500	2000	1500	1500	مصارف أخرى	
55000	47000	38000	55000	47000	38000	تكاليف التسويق	
259750	203000	161750	279250	218000	171750		المجموع
375625	318949	274750	424350	367528	318930		التكاليف
584900	640800	656100	329242	357580	363694		العائد
209275	321851	381350	-95100	-9947	44764		الربحية الخاصة

المصدر: - من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات استمارة الاستبيان.

### ميزانية المزرعة بالأسعار الخاصة والأسعار الاجتماعية-البيع للدولة

تم إعداد ميزانية المزرعة وبحسب المسلك التسويقي. إذ قد يحصل تغير في الإيرادات بسبب اختلاف سعر الشراء كما قد تختلف التكاليف التسويقية باختلاف المسلك التسويقي بسبب ظروف التسويق ومستوى التأخير في استلام الحاصل. إذ تقوم الدولة بشراء الناتج من محصول القمح من قبل المزارعين بأسعار تشجيعية

ومدعومة حيث بلغ سعر شراء الطن الواحد من القمح 700000 ألف دينار. وذلك من اجل تشجيع المزارعين على الزراعة والتقليل من استيراد المحصول وذلك بسبب الأهمية التي يحظى بها محصول القمح، بينما لا يحصل المزارع سوى على 400000 ألف دينار عند التسويق لتجار الجملة، في حين أن تكاليف التسويق عند التسويق للدولة تزداد كما أن الفائدة على راس المال بسبب تأخير تسليم المستحقات تزداد أيضا. والجدول 2 التالي يوضح ميزانية المزرعة للفئات الثلاث وحسب طريقة البيع للدولة.

### ميزانية المزرعة بالأسعار الخاصة والأسعار الاجتماعية-البيع لتجار الجملة

أن تأخير تسلم الحاصل من المزارعين وتأخير تسليم المستحقات المالية للفلاحين، يضطر المزارع إلى بيع الحاصل للتجار وذلك لغرض الحصول على الأموال في الوقت المطلوب لتوفير متطلبات المعيشة له ولعائلة. إذ قد يتأخر أستلام الحاصل من قبل الدولة لعدة أيام، وكذلك قد يتأخر تسليم المستحقات المالية للمزارعين لأكثر من سنة.

### جدول 3 تكاليف عناصر الإنتاج والعائد والاربحية للدونم (0.25 هكتار) بالدينار للفئات الثلاث-البيع لتجار الجملة

تكاليف عناصر الإنتاج بالأسعار الاجتماعية			تكاليف عناصر الإنتاج بالأسعار الخاصة			عناصر الإنتاج	المدخلات
الفئة الثالثة	الفئة الثانية	الفئة الأولى	الفئة الثالثة	الفئة الثانية	الفئة الأولى		
22600	23000	24300	18175	18424	20250	البذور	
42000	42000	39375	31000	32000	30975	سماد اليوريا	
48000	48000	43200	36875	37125	33750	سماد الداب	المدخلات
14145	14145	14145	9500	9500	10000	المبيدات	بها
16185.6	18883.2	21580.8	13200	15400	18400	الوقود	
4250	3500	2500	4250	3500	2500	مواد احتياطية	
147180	149528	145100	113000	115949	115875		المجموع
10000	15000	20000	4500	5000	6000	الأرض	
28750	30000	37500	28750	30000	37500	العمل الميكانيكي - تحضير الأرض	
14500	15000	26250	14500	15000	26250	- أعمال زراعية	
19000	30000	44000	19000	30000	44000	- الحصاد الميكانيكي	
6000	8000	10000	6000	8000	10000	العمل اليدوي - تحضير الأرض	
18000	28000	36000	18000	28000	36000	- الري	الموارد
3000	4000	4000	3000	4000	4000	- الحصاد	المحلية غير
3000	4000	5000	3000	4000	5000	- الرش	بها
15000	16750	18250	12000	13500	14750	رأس المال	
1500	2500	4000	1500	2500	4000	أعمال صيانة	
6000	8000	8000	6000	8000	8000	اندثارات	
1500	1500	2000	1500	1500	2000	مصارف أخرى	
25000	25000	25000	25000	25000	25000	تكاليف التسويق	
151250	187750	240000	142750	174500	222500		المجموع
298430	337278	385100	255750	290494	338375		التكاليف

356125	350250	322625	379200	372600	342800	العائد
57659	12972	-62475	123450	82151	4425	الربحية الخاصة

المصدر: - من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات استمارة الاستبيان.

لذلك يلجأ المزارع لتسويق الحاصل لمسالك تسويقية غير الدولة بالرغم من انخفاض سعر شراء المحصول من قبل التجار عن الدولة، إذ بلغ سعر شراء الطن الواحد من القمح من قبل الدولة 700000 ألف دينار بينما بلغ سعر شراء الطن الواحد من محصول القمح من قبل تجار الجملة 400000 دينار. تم احتساب مقدار الفائدة على رأس المال لمدة 8 أشهر أثناء البيع لتجار الجملة، لأن المزارع يستلم مستحقاته المالية بعد تسليم الحاصل مباشرة من التاجر بينما عند البيع للدولة يحسب مقدار الفائدة على رأس المال لمدة سنة بافتراض تأخير المستحقات المالية لمدة لا تتجاوز أربعة أشهر. والجداول التالية توضح ميزانية المزرعة للفئات الثلاث للبيع لتجار الجملة بالأسعار الخاصة والاجتماعية.

### النتائج والمناقشة

نتائج مصفوفة تحليل السياسة PAM بعد أن تم حساب التكاليف والعوائد بالأسعار الخاصة والاجتماعية أصبح بالإمكان بناء تقديرات عناصر مصفوفة تحليل السياسة وذلك بالاعتماد على الجداول السابقة للتكاليف والعوائد للفئات الثلاث. واستخلاص مؤشرات الأرباحية الخاصة D والأرباحية الاجتماعية H وتحويلات كل من العائد I وتكاليف المدخلات المتاجر به J والموارد المحلية K وكذلك التحويلات الصافية L (7)، وكما موضح في الجدول 4.

نلاحظ من خلال الجداول 4 الذي يبين تقديرات مصفوفة تحليل السياسة (PAM)، إن تحويلات العائد I التي تبين الفرق بين العائد بالأسعار الخاصة والعائد بالأسعار الاجتماعية، جاءت بقيمة موجبة للفئات الثلاث وللمسلكين التسويقيين للدولة ولتجار الجملة وهذا يعني إن العائد بالأسعار الخاصة أكبر من العائد بالأسعار الاجتماعية، حيث بلغ مقدار تحويلات العائد للفئات الثلاث عندما يتم التسويق للدولة 255658، 283220 و 292406 وحسب الترتيب، بينما بلغ مقدار تحويلات العائد للفئات الثلاث عندما يتم التسويق لتجار الجملة 20175، 22350 و 23075، إذ نلاحظ وجود فرق كبير في مقدار تحويلات العائد عندما يتم التسويق للدولة وعندما يتم التسويق للتجار، وذلك نتيجة الدعم الذي يحصل عليه المزارع في سعر شراء المحصول من قبل الدولة.

أما تحويلات المدخلات المتاجر بها J فقد جاءت بقيمة سالبة ويقوم مقاربة للفئات الثلاث وللمسلكين التسويقيين التسويق للدولة والتسويق لتجار الجملة إذ بلغت قيمتها -29225، -33579 و -34180- للفئات الثلاث وحسب الترتيب، وهذا يدل على إن قيمة المدخلات المتاجر بها بالأسعار الخاصة أقل من قيمة المدخلات المتاجر بها بالأسعار الاجتماعية مما يؤكد وجود دعم حكومي لهذه المدخلات. أما تحويلات الموارد المحلية K فقد جاءت بقيمة سالبة للفئات الثلاث وللمسلكين التسويقيين، إذ بلغت قيمتها عندما يتم التسويق للدولة

19500،-15000، و10000- للفئات الثلاث وحسب الترتيب، بينما بلغت قيمتها عندما يتم التسويق لتجار الجملة 17500،-13250،-8500 للفئات الثلاث وحسب الترتيب، مما يدل على وجود إعانة لها من قبل الدولة.

جدول 4 مصفوفة تحليل السياسة للدونم (0.25 هكتار) الواحد لمحصول القمح للفئات الثلاث لعام 2015-2016

فئة الحيازة	المسلك التسويقي	Revenues	Costs		Profits		
			Tradable Inputs	Domestic Resources			
الفئة الأولى	تسويق للدولة	Private Prices	A 584900	B 115875	C 259750	D 209275	
		Social Prices	E 329242	F 145100	G 279250	H -95108	
		Transfers	I 255658	J -29225	K -19500	L 304383	
	تسويق لتجار الجملة	Private Prices	A 342800	B 115875	C 222500	D 4425	
		Social Prices	E 322625	F 145100	G 240000	H -62475	
		Transfers	I 20175	J -29225	K -17500	L 66900	
	الفئة الثانية	تسويق للدولة	Private Prices	A 640800	B 115949	C 203000	D 321851
			Social Prices	E 357580	F 149528	G 218000	H -9948
			Transfers	I 283220	J -33579	K -15000	L 331799
		تسويق لتجار الجملة	Private Prices	A 372600	B 115949	C 174500	D 82151
			Social Prices	E 350250	F 149528	G 187750	H 12972
			Transfers	I 22350	J -33579	K -13250	L 69179
الفئة الثالثة	تسويق للدولة	Private Prices	A 656100	B 113000	C 161750	D 381350	
		Social Prices	E 363694	F 147180	G 171750	H 44764	
		Transfers	I 292406	J -34180	K -10000	L 336586	
	تسويق لتجار الجملة	Private Prices	A 379200	B 113000	C 142750	D 123450	
		Social Prices	E 356125	F 147180	G 151250	H 57695	
		Transfers	I 23075	J -34180	K -8500	L 65755	

المصدر:- من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الجدولين 2،3.

أما صافي التحويلات L فقد ظهرت بقيمة موجبة لكلا المسلكين وهذا يشير إلى أن إجمالي تأثير سياسة التدخل الحكومي في نظام المحصول هي في صالح المنتج على المدى القصير، إذ بلغت قيمتها عندما

يتم التسويق للدولة 304375، 331798، 336586 للفئات الثلاث وحسب الترتيب، بينما تراجعت قيمتها عندما يتم التسويق للتجار وبلغت للفئات الثلاث على الترتيب 66900، 69179، 65761.

### قياس أثر السياسة التداخلية

بالاعتماد على تقديرات عناصر مصفوفة تحليل السياسة PAM المبينة، وحسب الفئات الثلاث يمكن التوصل للي بعض المؤشرات الاقتصادية والتي من خلالها يمكن قياس تأثير سياسة التدخل الحكومي في الأسعار الزراعية والتي تشمل معاملات الحماية والميزة النسبية. معامل الحماية الاسمي للمخرجات NPCO بلغ معامل الحماية الاسمي للمخرجات قيم أكبر من الواحد الصحيح مما يشير إلى استفادة المزارعين من دعم سعر الناتج، إلا أن ما تجدر الإشارة إليه هو أن هذا المعيار في حالة التسويق للدولة بلغ نحو 1.80 مما يشير إلى أن المزارع يحصل على دعم يقدر بنحو 80% من السعر الاجتماعي، ولكن عند الذهاب إلى مسلك تجار الجملة تتضاءل هذه النسبة إذ بلغ مقدار معامل الحماية الاسمي للمخرجات نحو 1.06 مما يشير إلى أن هذا الدعم يذهب نحو 74% منه إلى تجار الجملة.

معامل الحماية الاسمي للمدخلات NPCI بلغت قيم معامل الحماية الاسمي للمدخلات اقل من الواحد الصحيح للفئات الثلاث وللمسلكين التسويقيين البيع للدولة والبيع لتجار الجملة، مما يدل على أن أسعار المدخلات المتاجر بها اقل من أسعار نظيرتها العالمية وهذا يؤكد على وجود دعم حقيقي لهذه المدخلات مقدم من قبل الدولة ويستفاد منه المزارع في كلا المسلكين. معامل الحماية الفعال EPC بلغت قيم معامل الحماية الفعال أكبر من الواحد الصحيح عندما يتم البيع للدولة مما يشير إلى وجود دعم حكومي من قبل الدولة للمنتجين (10)، إلا أن هذا الدعم يتضاءل بشكل كبير عندما يذهب المزارع إلى مسلك التسويق إلى تجار الجملة.

معامل الاربحية الاجتماعية PC بلغت قيم معامل الاربحية الاجتماعية اكبر من الواحد الصحيح عندما يتم التسويق للدولة إذ بلغت -2.20، -32.36، 8.52 للفئات الثلاث وحسب الترتيب، وهذا يشير على أن نظام السلعة يستفيد من سياسة التدخل الحكومي لتحقيق أرباح خاصة اكبر على حساب الأرباح الاجتماعية، أما عندما يتم التسويق للتجار بلغت قيمة معامل الاربحية الاجتماعية -0.07 للفئة الأولى وهذا يشير إلى أن نظام السلعة يفقد أرباحه لصالح القطاعات الأخرى، بينما كانت اكبر من الواحد الصحيح بنسبة للفئة الثانية والثالثة 6.33، 2.14 وهذا يشير على أن نظام السلعة يستفيد من سياسة التدخل الحكومي لتحقيق أرباح خاصة اكبر على حساب الأرباح الاجتماعية.

نسبة إعانة المنتج PSR بلغت قيم معامل نسبة إعانة المنتج والبالغة نحو 92.4%، 92.8%، 92.5% للفئات الثلاث عندما يتم التسويق للدولة، إلا أن هذه النسبة انخفضت كثيراً عندما يتم التسويق لتجار الجملة حيث بلغت 20.7، 19.8 و 18.5%، مما يوضح مقدار الهدر الذي يحصل في السياسة التداخلية نتيجة قصور حلقات التسويق الزراعي. نسبة التكاليف الخاصة PCR إن هذا المعيار أكد الفارق بين أثر السياسات عند

اختلاف المسلك التسويقي، حيث إن القيمة المضافة بالأسعار الخاصة للاستثمار في إنتاج القمح عند التسويق من خلال تجار الجملة تقل بكثير عن نظيرتها عند سلوك مسلك التسويق للدولة وربما تصل إلى النصف مما يؤكد حجم الضرر الذي يصيب المزارع.

معامل كلفة المورد المحلي DRC وهو مؤشر للميزة النسبية لنظام السلعة إذ يستعمل في قياس كفاءة الإنتاج بالنسبة للأسواق العالمية (5). أشارت نتائج هذا المعيار بأن الفئة الأولى والثانية من فئات المساحة لا تتمتع بميزة نسبية في إنتاج القمح في كلا المسلكين حيث كانت أكبر من الواحد الصحيح، أما الفئة الثالثة فقد أشارت إلى إنها تتمتع بميزة نسبية ولها المقدرة على المنافسة عالمياً.

#### جدول 5 معاملات الحماية والميزة النسبية لمحصول القمح وحسب الفئات الثلاث-البيع للدولة والبيع لتجار الجملة

البيع لتجار الجملة		البيع للدولة				الصيغة الرياضية	المعاملات
القيمة للفئة الثالثة	القيمة للفئة الثانية	القيمة للفئة الأولى	القيمة للفئة الثالثة	القيمة للفئة الثانية	القيمة للفئة الأولى		
1.06	1.06	1.06	1.80	1.79	1.78	$NPCO = \frac{A}{E}$	معامل الحماية الاسمي للمخرجات Nominal Protection coefficient for outputs
0.77	0.78	0.80	0.77	0.78	0.80	$NPCI = \frac{B}{F}$	معامل الحماية الاسمي للمدخلات Nominal Protection coefficient for inputs
1.27	1.28	1.28	2.51	2.52	2.55	$EPC = \frac{A-B}{E-F}$	معامل الحماية الفعال Effective Protection coefficient
2.14	6.33	-0.07	8.52	-32.36	-2.20	$PC = \frac{D}{H} = \frac{A-B-C}{E-F-G}$	معامل الأرباحية الاجتماعية Profitability Coefficient
%18.5	%19.8	%20.7	%92.5	%92.8	%92.4	$PSR = \frac{L}{E} * 100 = \frac{D-H}{E} * 100$	نسبة إعانة المنتج Producer Subsidy ratio
0.54	0.68	0.98	0.30	0.39	0.55	$PCR = \frac{C}{A-B}$	نسبة التكاليف الخاصة Private Cost ratio
0.72	0.94	1.35	0.79	1.05	1.52	$DRC = \frac{C}{E-F}$	معامل كلفة المورد المحلي Domestic resource Cost Coefficient

المصدر بيانات الجدول 4.

#### المشاكل والمعوقات التي تواجه مزارعي القمح خلال عملية التسويق

تضمنت استمارة الاستبانة مجموعة إسالة عن المشاكل والمعوقات وكان من بينها مجموعة من المشاكل التسويقية وقد احتلت أهمية كبيرة في إجابات المزارعين والجدول رقم 6 يبين أهم تلك المشاكل وعدد المزارعين الذين كانوا يعانون من تلك المشكلة وأهميتهم النسبية من بين مزارعي العينة.

## جدول 6 المشاكل والمعوقات التسويقية التي تواجه مزارعي القمح في محافظة واسط

نوع المشكلة	عدد المزارعين الذين يعانون منها	أهميتهم النسبية %100
تأخير استلام الحاصل	160	100
فساد أداري في تحديد درجة نقاوة الحاصل	73	46
تعقيد إجراءات تسليم الحاصل	107	67
تأخير تسليم مستحقات المزارع المالية بعد التسويق	160	100

أشارت معايير معاملات الحماية إلى وجود دعم لمزارعي القمح على مستوى سعر الإنتاج وكذلك المدخلات ولذلك نوصي بالاستمرار بسياسة الدعم وصيانتها لضمان استعادة المزارعين وتشجيعهم على الاستمرار بزراعة المحصول. وأشارت نتائج البحث إلى إن جميع مزارعي العينة يعانون من تأخير استلام الحاصل في السيلوات، مما يؤكد وجود تعقيدات روتينية في عملية التسويق أو سوء تنظيم توافد المزارعين أثناء عملية التسويق.

يعاني جميع مزارعي القمح من تأخير تسليم مستحقاتهم المالية وذلك كان سبب في دفع نسبة مهمة منهم لتسويق كل أو جزء من حاصلهم إلى تجار الجملة رغم فارق السعر الكبير. ليذهب الجزء الأكبر من الدعم الذي تقدمه الدولة إلى تجار الجملة بنسبة أكثر من 75% منه. إن المزارعين بسبب المشاكل التسويقية تقبلوا التضحية بجزء مهم من مستحقاتهم وذهب أكثر من 75% من الدعم إلى تجار الجملة بسبب اعتماد مسلك التسويق للتجار للاستفادة من سرعة استلام الخاص واستلام المستحقات المالية.

تشير معاملات الربحية الاجتماعية إلى إن النظام التسويقي يفقد أرباحه عند دخول تجار الجملة كوسطاء. ولذلك نوصي بمعالجة المشاكل التي تضطر المزارع الذهاب إلى هذا المسلك التسويقي. أشارت قيم معاملات كلفة المورد المحلي بان الفئة الثالثة أي المساحات الكبيرة فقط تمتلك ميزة نسبية في إنتاج القمح في العراق وفي كلا المسلكين التسويقيين لذلك نوصي برعاية مزارعي هذه الفئة. ترتيباً على ما تقدم توجب إنشاء قاعدة بيانات للمختصين في دراسة ورسم السياسة الزراعية والعمل على إيصال نتائج دراساتهم لواقعي القرار للاستفادة في الجانب التطبيقي، ومعالجة المعوقات قبل تقشي الآثار السلبية لها.

## المصادر

- 1- الاحبابي، نصيف جاسم محمد، 2015. تحليل أثر السياسة السعرية في إنتاج القمح في العراق باستعمال أسلوب مصفوفة تحليل السياسة محافظات نينوى وصلاح الدين وكربلاء أنموذج تطبيقي أطروحة دكتوراه، كلية الزراعة-جامعة بغداد.

- 2- البياتي، نضال محمود، 2005. تحليل اقتصادي للمحافظة بين دعم سعر الناتج وأسعار المدخلات لإنتاج بيض المائدة في العراق للمدة 1980-2000، أطروحة دكتوراه، كلية الزراعة-جامعة بغداد.
- 3- الزوبعي، عبد الله علي مضحي، 1995. تحليل اقتصادي للأثار المترتبة على دعم أسعار الحبوب الرئيسية في العراق للمدة 1970-1990 القمح أنموذج تطبيقي، أطروحة دكتوراه، كلية الزراعة-جامعة بغداد.
- 4- الزوبعي، عبد الله علي مضحي، 2014. تحليل الأسعار والسياسة السعرية الزراعية، الطبعة الأولى، بغداد.
- 5- السعيد، احمد جاسم علوان، 2008. تحليل السياسة الزراعية لنظام محصول الرز في العراق خلال العام 2007 باستعمال مصفوفة تحليل السياسة، أطروحة دكتوراه، كلية الزراعة-جامعة بغداد.
- 6- جاسم، وجدان خميس، 2011. التخطيط لإنتاج المحاصيل الرئيسية في العراق القمح والشعير والرز والذرة الصفراء باستعمال مصفوفة تحليل السياسة، أطروحة دكتوراه، كلية الزراعة-جامعة بغداد.
- 7- حسن، احمد حلمي صلاح الدين وآخرون، أثر السياسات الزراعية على إنتاج القمح في المملكة العربية السعودية أسلوب مصفوفة تحليل السياسة، مركز بحوث كلية علوم الأغذية والزراعة.
- 8- ياسين، محمود محمد وآخرون، 2007. المدخل إلى علم التسويق الزراعي، كلية الزراعة، منشورات جامعة دمشق.
- 9- Harvard, 1991, Institute for International Development Economic Analysis of Agricultural Policies, FAO, Rome.
- 10- Little & Mirless, 1974, project appraisal and Planning for developing Countries.
- 11- Monke, Eric A. & Scoot, R. Pearson, 1989. The Policy Analysis Matrix for Agricultural development, Cornell University press, New York.
- 12- Rudi Hartadi, 2003, The Efficiency and Competitiveness of Tobacco and Rice production in Jember Regency, Indonesia, University of Jember..