



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت-

كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية



الجهاز التسويقي ومسألة الانتاج الزراعي في الجزائر

دراسة حالة في تعاونية الحبوب والبقول الجافة - تيارت -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: تسويق الخدمات

تحت إشراف:

الدكتور: - بركان بن خيرة

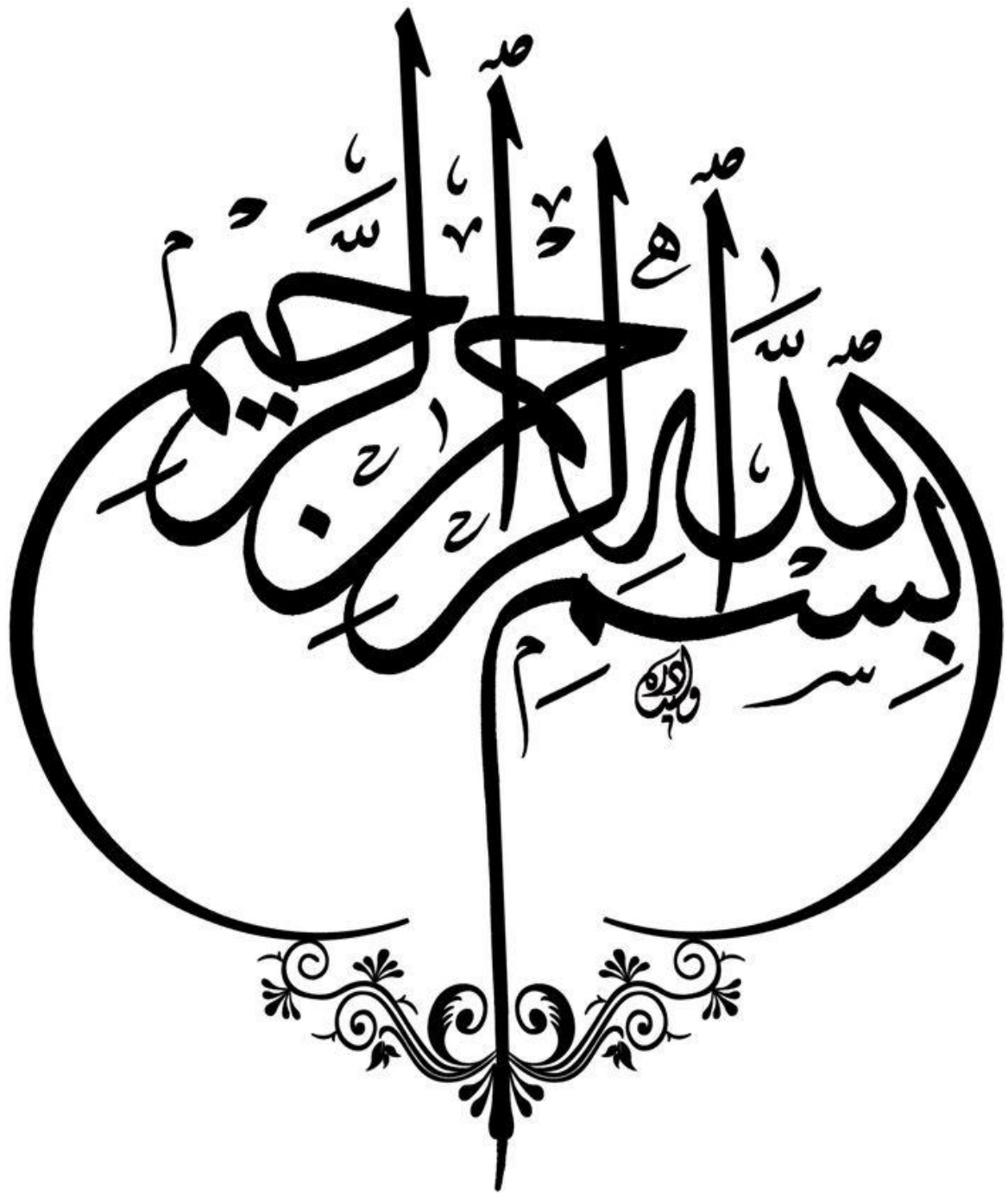
إعداد الطالبين:

- ماضوي بوبكر

- حسين ياسين

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:.....

السنة الجامعية: 2017 / 2018



شكر و عرفان

نحمد الله ونشكره على أنه امدنا بالقوة والعزيمة على انهاء هذا العمل المتواضع وبعد شكر الله.

نتوجه بالشكر الى الأستاذ المؤطر "بركان بن خيرة" على قبوله الاشراف على هذا العمل والذي ساعدنا كثيرا بفضل نصائحه وتوجيهاته. كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى كافة أساتذتنا من الطور الإبتدائي الى الطور الجامعي ، الذين قدموا لنا الكثير وكانوا سبب في نجاحنا كما لا ننسى كل عمال وموظفي تعاونية الحبوب والخضر الجافة بتيارات وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على اعداد هذا البحث ولكم منا جزيل الشكر والعرفان

إهداء

" وقل عملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون " صدق الله العظيم.

الهي لا يطيب الليل إلا بشرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا

بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك.

بمناسبة استكمال مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص تسويق الخدمات. أهدي

هذا العمل للوالدين راجيا من الله أن يحفظهما، وأهداني وتحياتي الخاصة إلى

أستاذي ومؤطرني الدكتور بركان بن خيرة الذي كان له الفضل الحميد والكبير

في إتمام هذه المذكرة والذي نورنا من حصيلة الفكرية القيمة.

كما لا ننسى زملائي في العمل في شركة نفطال بتيارهم

كما لا ننسى الشكر الجزيل إلى الأساتذة الكرام الذين رافقونا طيلة المشوار الدراسي.

وفي الأخير نهدي هذا العمل المتواضع إلى اصدقائي وأقاربي وإلى كل من نعرفه

من بعيد أو قريب.

ياسين

إهداء

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى من أناروا لي دروب العلم والمعرفة ولم يبخلوا علي

بالجهد

إلى أعز ما في الوجود أمي وأبي الكريمين حفضهما الله وأطال في عمرهما.

وإلى كافة الأقارب صغيرهم وكبيرهم.

وإلى كل الأصدقاء الذين عرفتهم طيلة مشوار حياتي.

وإلى كل من وسعتم ذاكرتي ولم تسعمم ذاكرتي. أهدى هذا العمل.

في الأخير أحمد الله الذي وفقني في هذا العمل ونسأله تبارك وتعالى أن يجعله ينتفع

به لوجهه الكريم.

ببو بكر

فہرِس

فهرس

شكر وعرفان

إهداء

قائمة الأشكال والجداول

أ	مقدمة
2	الفصل الأول: التسويق الزراعي
3	المبحث الأول: مدخل التسويق الزراعي
3	المطلب الأول: ماهية التسويق
8	المطلب الثاني: تعريف التسويق الزراعي واهدافه
11	المطلب الثالث: وظائف التسويق الزراعي
14	المبحث الثاني: المنافع الاقتصادية للتسويق الزراعي وأثره على الإنتاج في الجزائر
14	المطلب الأول: الامن الغذائي
16	المطلب الثاني: المنافع الاقتصادية للتسويق الزراعي
18	المطلب الثالث: التسويق الزراعي واثره على الانتاج
23	المبحث الثالث: خصائص ومشاكل التسويق الزراعي
23	المطلب الأول: طبيعة وخصائص تسويق المنتجات الزراعية
26	المطلب الثاني: مخاطر الانتاج الزراعي واساليب مواجهتها
30	المطلب الثالث: مشاكل ومعوقات التسويق الزراعي في الجزائر
34	خلاصة الفصل
35	الفصل الثاني: واقع الإنتاج الزراعي بالجزائر
36	المبحث الأول: واقع الإنتاج الزراعي في الجزائر
36	المطلب الأول: الإنتاج النباتي بالجزائر
42	المطلب الثاني: الإنتاج الحيواني بالجزائر
48	المطلب الثالث: الثروة السمكية والإنتاج السمكي
54	المبحث الثاني: مساهمة القطاع الزراعي في الاقتصاد الوطني
54	المطلب الأول: مساهمة القطاع الزراعي في إجمالي الناتج الوطني وتوفير مناصب شغل

57	المطلب الثاني: مساهمة القطاع الزراعي في تغطية الطلب على الغذاء.....
62	المطلب الثالث: مساهمة القطاع الزراعي في التجارة الخارجية.....
71	المبحث الثالث: معوقات وتحديات الانتاج الزراعي بالجزائر.....
71	المطلب الاول: مشاكل ومعوقات تتعلق بالموارد الطبيعية:.....
73	المطلب الثاني: مشاكل ومعوقات تكنولوجية.....
76	المطلب الثالث: محدودية دور الارشاد الزراعي.....
79	خلاصة الفصل
80	الفصل الثالث: دراسة حالة في تعاونية الحبوب والخضر الجافة - تيارت
82	المبحث الأول: دراسة عامة حول تعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت CCLST.....
82	المطلب الأول: مفاهيم حول التعاونية.....
86	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للتعاونية:.....
89	المطلب الثالث: ادوار التعاونية وعلاقتها بالمحيط الخارجي.....
93	المبحث الثاني: واقع تسويق المنتج الفلاحي بتعاونية الحبوب والخضر الجافة:.....
93	المطلب الاول: تسويق الحبوب بتعاونية CCLST.....
97	المطلب الثاني: تسويق الاسمدة بتعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت:.....
101	المطلب الثالث: تسويق الادوية الكيماوية بتعاونية CCLST:.....
104	المبحث الاول: ايجابيات وسلبيات حول نشاط التعاونية.....
104	المطلب الاول: ايجابيات تعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت.....
105	المطلب الثاني: سلبيات في انتاج وتسويق الحبوب:.....
106	المطلب الثالث: الحلول المقترحة بتعاونية CCLST.....
109	خلاصة الفصل
110	خاتمة
114	قائمة المصادر والمراجع

قائمة الأشكال والجداول

قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
7	الشكل (01 - 01): عناصر المزيج التسويقي للسلع والخدمات	1 - 1
44	الشكل 1 - 2: تطور إنتاج اللحوم الحمراء في الجزائر خلال الفترة 2008 - 2015	1 - 2
44	الشكل 2 - 2: تطور إنتاج اللوم البيضاء في الجزائر خلال الفترة 2008 - 2015	2 - 2
46	الشكل 2 - 3: تطور إنتاج البيض في الجزائر خلال الفترة 2008 - 2015	3 - 2
47	الشكل 2 - 4: تطور إنتاج الحليب في الجزائر خلال الفترة 2008 - 2015	4 - 2
87	الشكل 3 - 1: المخطط العام للمؤسسة	1 - 3
93	الشكل 3 - 2: علاقات المؤسسة بالمؤسسات الأخرى	2 - 3
95	الشكل 3 - 3: رسم بياني مقارنة لمبيعات البذور خلال الفترة 2016 - 2017 و 2017 - 2018	3 - 3
96	الشكل 3 - 4: رسم بياني مقارنة لمبيعات الحبوب خلال الفترة 2016 - 2017 و 2017 - 2018	4 - 3
97	الشكل 3 - 5: رسم بياني مقارنة لمبيعات العلف والخضر الجافة في 2016 - 2017 و 2017 - 2018	5 - 3
101	الشكل 3 - 6: تطور إنتاج الخضر الجافة خلال الفترة 2016-2017 و 2017-2018	6 - 3

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان	الصفحة
1 - 2	تطور الأراضي المستعملة للزراعة بالجزائر	37
2 - 2	تطور الإنتاج النباتي بالجزائر خلال الفترة 2008 - 2015	38
3 - 2	تطور الإنتاج الحيواني بالجزائر 2008 - 2015	40
4 - 2	تطور الإنتاج الحيواني بالجزائر 2008 - 2015	43
5 - 2	تطور إنتاج الأسماك بالجزائر خلال الفترة 2008 - 2015	48
6 - 2	تطور أسعار بعض أنواع السمك في الجزائر خلال الفترة 2010 - 2014.	50
7 - 2	تطور الناتج المحلي الإجمالي والناتج الزراعي الإجمالي خلال فترة 2013 - 2015.	55
8 - 2	تطور مساهمة القطاع الزراعي في توفير العمالة في الجزائر خلال الفترة 2013 - 2015.	56
9 - 2	تطور مساهمة الإنتاج الزراعي المحلي في تغطية الطلب على الغذاء خلال سنة 2015	58
10 - 2	تطور واردات المواد الغذائية الأساسية خلال الفترة 2013-2015	63
11 - 2	تطور الصادرات للمواد الغذائية الأساسية بالجزائر خلال سنة 2008 - 2015	67
12 - 2	وضعية الميزان التجاري للسلع الزراعية خلال الفترة 2008 - 2015	70
1 - 3	مستلزمات الانتاج الزراعي بالجزائر خلال الفترة 2013-2015	74
2 - 3	تطور المبيعات خلال آخر حملتين 2016 - 2017 و 2017 - 2018	94
3 - 3	تطور مبيعات انتاج الحبوب في الموسمين 2016 - 2017 و 2017 - 2018	96
4 - 3	تطور مبيعات العلف والخضر الجافة في 2016 - 2017 و 2017 - 2018	97
5 - 3	تطور انتاج الخضر الجافة خلال الفترة 2016-2017 و 2017-2018	98
6 - 3	تطور مبيعات الاسمدة الكيماوية داخل تعاونية CCLST:	100

مقدمة

تعد مسألة الانتاج الزراعي بالجزائر من المسائل التي تحتاج إلى بحوث ودراسات معمقة في هذا المجال نظرا لما يكتسيه من مكانة هامة في الوقت الحالي في جميع ميادين الاقتصاد والتجارة، حيث تسعى المؤسسات الاقتصادية لاستخدام الأساليب والمناهج الأكثر ملائمة مع أهدافها ويعتبر التسويق المنفذ الأساسي لتحقيق الغايات المتمثلة في بقاء ونجاح المنظمات في ظل ظروف سوقية معقدة، الذي يلزم هذه الأخيرة خدمة الزبائن والعملاء أحسن من غيرها.

القطاع الزراعي لا يستثنى من هذه الحقيقة باعتباره شهد في الفترة الأخيرة توسعا كبير النطاق ممثل في ضخامة الاستثمارات مع تنوع الحاصل لمختلف المنتوجات والوقوف امام الوفرة الكبيرة للمنتجات مقابل تطور وتعدد حاجات ورغبات المستهلكين المحليين والدوليين مما وجه مؤسسات هذا القطاع بالاستعانة بمفاهيم التسويق وتطبيقاته لتصريف هذه المنتوجات في احسن الظروف مع خدمة اهدافها المتمثلة في البقاء والاسمرارية.

ونظرا لخصوصية المنتجات الزراعية وحساسيتها لا بد من دراسة التسويق الزراعي الذي يتناول المنتجات والمحاصيل الحيوانية والنباتية على حد سواء وكيفية القدرة في التعامل معها في مختلف المستويات الانتاجية والتسويقية والاستهلاكية والتي يمكن من خلالها تحقيق مختلف المنافع ولكافة الاطراف المشاركة رغم العراقيل والمشاكل التي يعاني منها القطاع بشكل عام

من خلال استعراض خلفية هذه الدراسة تظهر الإشكالية تحت السؤال التالي:

الإشكالية: ماهو واقع تسويق المنتج الزراعي بالجزائر؟

هذا السؤال يتفرع إلى أسئلة فرعية وهي كانت كالتالي:

- ماذا نعني بالتسويق الزراعي؟
- ماهو واقع القطاع الزراعي في الجزائر ونشاطه التسويقي؟

- ماهي المشاكل والعراقيل التي تواجه قطاع الزراعة بالجزائر؟

الفرضيات

إنطلاقا من الإشكالية المطروحة والتساؤلات المتفرعة عنها يهنا طرح الاجابات المؤقتة التالية:

- التسويق الزراعي يقلل من مخاطر الفلاحة المحتملة.
- التسويق الزراعي يهدف الى توفير وتنويع المنتجات الفلاحية في الأسواق.
- القطاع الزراعي يساهم في الاقتصاد الوطني.

أهداف البحث:

- ابراز مختلف الجوانب التي يهتم بها التسويق في ترقية القطاع الزراعي.
- المساهمة في زيادة الرصيد العلمي وتزويد المكتبة الجامعية ببحث جديد
- تشخيص وضعية الانتاج الزراعي في مجال الغذاء ومدى قدرته على تحقيق الامن الغذائي.
- الاهتمام بالنشاط الزراعي والعمل على ادخال الطرق الحديثة في تطويره

أهمية البحث:

تطرقنا في موضوعنا هذا تحت عنوان "الجهاز التسويقي ومسألة الانتاج الزراعي بالجزائر" الى المكانة التي اصبح يحتلها التسويق الزراعي في اقتصاديات الدول المتقدمة وبالنسبة للجزائر ونظرا للوضعية الراهنة الصعبة والازمات التي تعان منها حتم عليها النهوض بالقطاع الزراعي بشكل خاص والاقتصاد الوطني بشكل عام، وكحل اساسي لمشاكل هذا القطاع من كساد للمنتوجات الزراعية ومشاكل التخزين وكيفية تسويق وتصريف هذه المنتوجات.

المنهج المتبع:

للوصول إلى نتائج البحث وحل الإشكالية إستعنا بما يلي:

- المنهج الوصفي التحليلي عن طريق الإستعانة بالإحصائيات في كثير من الأحيان سواء عند تحليل المنتجات الزراعية أو عند معرفة مدى المساهمة في الإقتصاد الوطني
- كما إستعنا بأسلوب دراسة حالة بتعاونية الحبوب والخضر الجافة للوقوف على واقع تسويق المنتج الزراعي بها.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: يتمل المكان الذي تم اختياره لدراسة هذا الموضوع هو تعاونية الحبوب والخضر الجافة بولاية تيارت.

الحدود الزمانية: تمت هاته الدراسة في الفترة الممتدة بين 2012 – 2017.

أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الموضوعية:

- تتبوا الجزائر لمؤهلات زراعية معتبرة والتي تجعلها تتبوا مكانة هامة في هذا القطاع.
- محاولة إبراز الوضعية الرهنة للقطاع الزراع ومدى قدرته على الصمود أمام التحديات والمشاكل، وكذا امكانية الاعتماد عليه كقطاع تصديري اساس
- الاسباب الذاتية:
- الموضوع يدخل ضمن التخصص وبالتالي مهم من الناحية الثانية كونه يساهم في ارتقاء بعملية التكوين المعرفي
- الميل الشخصي للموضوعات ذات الصلة بالقطاع الزراعي الجزائري

صعوبات البحث:

- ندرة المراجع المتخصصة في مجال التسويق الزراعي
- عدم عثورنا على دراسات سابقة تتناول موضوع بحثنا نظرا الحدائة
- صعوبة الحصول على المعلومات الكافية من مؤسسة التربص لافتقار التسويق بها.

تقسيم البحث :

من اجل تناول علمي للاشكال المطروح تم تصميم البحث على النحو التالي

الفصل الاول: يشمل على التسويق الزراعي وظائفه ومنافعه ومشاكله.

الفصل الثاني: يشتمل على واقع الانتاج الزراعي بالجزائر ومدى مساهمته في الاقتصاد الوطني

الفصل الثالث: يشتمل على دراسة حالة حول واقع تسويق المنتجات الفلاحية في تعاونية الحبوب والخضر الجافة بتيارت.

الفصل الأول: التسويق الزراعي

المبحث الأول: مدخل للتسويق الزراعي

المبحث الثاني: المنافع الاقتصادية للتسويق الزراعي واثره على الانتاج في الجزائر

المبحث الثالث: خصائص ومشاكل التسويق الزراعي في الجزائر

تمهيد

يعد التسويق الزراعي أحد الفروع الرئيسية لعلم الاقتصاد الجزائري، وأحد أهم الموضوعات ذات العلاقة بالقطاع الزراعي، حيث يعتمد نجاحه بشكل أساسي على نجاح عمليات التسويق الزراعي، والتسويق في أي مجال هو الخطوة اللاحقة للإنتاج ولا فائدة من عملية الإنتاج، إذ لم يسوق هذا الأخير وبيع لضمان ديمومة المؤسسات الإنتاجية واستمرار عملية الإنتاج، ولكن هذا القطاع يعاني في الوقت نفسه من معوقات ومشاكل تحد من قدرته على النمو وأداء دوره المطلوب في دعم الاقتصاد الوطني بشكل عام. إذ أنه يقوم بدراسة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية التي تهدف إلى خلق منفعة معينة أو زيادة منفعة موجودة أصلا من خلال تطبيق مبادئ وأسس تسويق الإنتاج الزراعي، مما يوفر أساسا مهما لإتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.

لتفصيل كل هذه النقاط خصصنا لهذا الفصل الذي قسمناه الى ثلاث مباحث.

الاول: مدخل للتسويق الزراعي.

الثاني: المنافع الاقتصادية للتسويق الزراعي واثره على الانتاج في الجزائر.

الثالث: خصائص ومشاكل التسويق الزراعي في الجزائر.

المبحث الاول:مدخل التسويق الزراعي

يعتبر التسويق الزراعي من أهم الموضوعات ذات العلاقة بالقطاع الزراعي، حيث يعتمد نجاح هذا القطاع بشكل رئيسي على نجاح عمليات التسويق في أي مجال هو الخطوة اللاحقة للإنتاج، ولا فائدة من عملية الإنتاج إذ لم يسوق الإنتاج، ولا فائدة من عملية الإنتاج إذ لم يسوق الإنتاج وبيع لضمان ديمومة المؤسسات الانتاجية واستمرار عملية الإنتاج.

المطلب الاول: ماهية التسويق

مر التسويق كباقي العلوم الأخرى بمراحل مختلفة حتى وصل إلى ما وصل إليه في وقتنا الحاضر، وهذه المراحل هي كالآتي¹:

1. مراحل تطور التسويق:

أولاً: مرحلة المفهوم الانتاجي: تمثل هذه المرحلة حقبة الزمن الممتدة من انبثاق الثورة الصناعية التي شهدتها أوروبا والعالم في أواسط القرن 18 حتى حدوث الكساد الكبير في عام 1929، ومن أبرز خصائص هذه المرحلة هي:

1. التركيز على الإنتاج والانتاجية.
2. التركيز على الأنشطة الصناعية والجوانب الهندسية للسلعة على حساب منافع ومزايا أخرى للسلعة.
3. إنتاج ما يمكن انتاجه وبالتالي تحقيق أهداف المنظمة أولاً على حساب أهداف المستهلك.
4. الطلب أكبر من العرض وبالتالي ساد سوق البائعين في هذه المرحلة إذ بقي قسم كبير طلبات المستهلكين غير ملبي.

¹ زكرياء عزام وآخرون: مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، عمان، دار الالميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2008، ص 37.

ثانياً: المرحلة المرتبطة بالمنتج: إحتاجت هذه المرحلة إلى مجهود تسويقي محدود جداً لتحقيق حجم مريح من المبيعات وأهم ملامح هذه المرحلة:

1. الاهتمام بالمبيعات وكيفية تسعيرها.
2. المستهلك يهتم بمواصفات السلع كمجموعة متكاملة.
3. المستهلك يهتم بالجودة والسعر ويربك بين العلاقة القائمة بينهما إذ أن العلاقة طردية.

ثالثاً: مرحلة البيع: ركزت المرحلة على أن المستهلك يشتري من سلع المنظمة وبالتالي لما اهتمت بالمجهودات البيعية زادت مبيعات الشركة ومن أبرز خصائص هذه المرحلة:

1. التركيز على القوى البيعية لتصريف المنتجات وتحقيق أقصى حجم ممكن من المبيعات.
2. التركيز على ضرورة تصريف الفائض من الانتاج.
3. القيام بالحملات الترويجية لاقتناع المستهلكين بشراء منتجاتها.
4. ظهور سوق مشتريين حيث الطلب اقل من العرض.
5. بيع ما تم انتاجه.

رابعاً: مرحلة التوجه بالمفهوم التسويقي: يعد المفهوم التسويقي أحدث فكرة في تاريخ علاقات التبادل، وهو بمثابة توجه إداري، حيث يعتبر أن جوهر عمل المنظمة هو تحديد حاجات ورغبات الاسواق المستهدفة " المستهلكين " وتهيئة المنظمة لتحقيق الاشباع المرغوب باعلى كفاءة وفعالية بالمقارنة بالمنافسين لها.

خامساً: مرحلة المفهوم الاجتماعي للتسويق: تمثل هذه المرحلة أحدث المراحل في تطور التسويق خلال السنوات الاخيرة، وذلك كنتيجة ظبيعية لنمو ما يعرف بحركة حماية المستهلك والحركات الاجتماعية الأخرى.

ويقوم مفهوم التسويق في هذه المرحلة على ضرورة اخذ المصلحة العامة للمجتمع ككل في الاعتبار إلى جانب أخذ مصلحة العميل الفرد، أو المنظمة ويرجع ذلك الى ان تحقق المنظمة اهدافها، اصبح يعتمد وبدرجة كبيرة على قدرتها على الموازنة بين تحقيق اهداف عملائها من ناحية وتحقيق اهداف الصالح العام للمجتمع من ناحية أخرى.

2. تعريف التسويق

✓ تعريف جمعية التسويق الامريكية 1985 (American Marketing Association)
:(Association

العملية الخاصة بتخطيط وتنفيذ وتسعير وترويج وتوزيع الافكار او السلع او الخدمات اللازمة لاتمام عملية التبادل والتي تؤدي ممارستها بصورة فعالة الى اشباع حاجات الافراد وتحقيق اهداف المنظمات.

✓ تعريف كوتلر للتسويق (Koteler):

هو كافة الانشطة التي تهدف إلى اشباع الحاجات والرغبات الإنسانية وذلك من خلال تسهيل عملية التبادل¹.

✓ تعريف Stanton ستانتون:

نظام متكامل تتفاعل فيه مجموعة من الأنشطة التي تعمل بهدف تخطيط وتسعير وترويج المنتجات المادية والخدمات للمستهلكين الحاليين والمرقبين².

¹ نعيم العبد عاشور، رشيد نصر عودة، مبادئ التسويق، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2006، ص 11.

² نزار عبد المجيد البرواوي، احمد محمد فهمي البرزنجي، استراتيجيات التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطبعة الثانية، ص 31.

✓ تعريف محمود ابراهيم عبيدات:

كل الانشطة التي يتم تصميمها لتشكيل وتسهيل أية عمليات تبادلية لإشباع الحاجات والرغبات الإنسانية سواء أكان ذلك في منظمات هادفة أو غيرها للربح¹.

3. أهمية واهداف التسويق

1.3. الأهمية²: إن التسويق يعمل على إشباع رغبات المستهلكين بأحسن كيفية ممكنة، شأنه شأن كل نشاط منتج، فالتسويق يحقق المنافع (الزمانية، المكانية، الحيازية، التملك).

✓ التسويق يعمل على اكتشاف حاجات ورغبات المستهلكين وإشباعها.

✓ التسويق يعمل على إنجاح المشروعات وتوسيعها ورفع الإنتاجية وتحقيق الأرباح.

2.3. أهداف التسويق: من بين أهداف التسويق ما يلي³

- أ. التنبؤ بحاجات ورغبات أفراد المجتمع والقيام بالانشطة اللازمة لتحقيق ذلك.
- ب. تحقيق مستوى عال من رضا المستهلكين أو العملاء.
- ت. المحافظة على تنمية المركز التنافسي للمنظمة.
- ث. تحقيق رقم معين من الأرباح الناجمة عن عملية البيع.

4. عناصر المزيج التسويقي

يعرف المزيج التسويقي على انه مجموعة من الوسائل والعناصر التي تملكها وتستقلها المؤسسة لتحقيق اهدافها في السوق المستهدفة⁴.

¹ نزار عبد المجيد البرواوي، احمد محمد فهمي نفس المرجع، ص 34.

² دالي احمد " واقع المؤسسات الاقتصادية في ظل هيمنة التسويق، ملتقى دولي حول المؤسسات الاقتصادية، واقع وفاق.

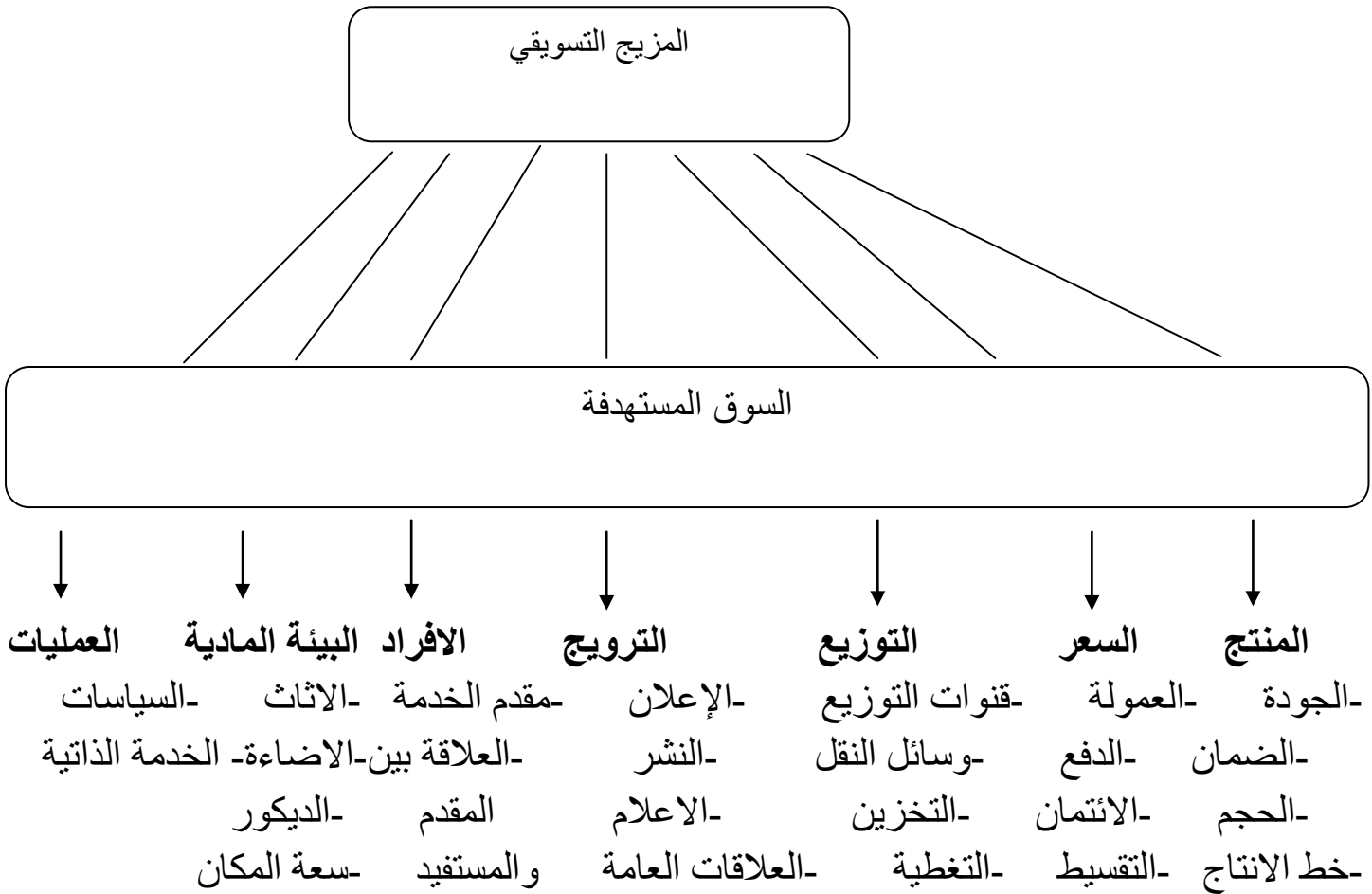
³ دالي احمد، مرجع سابق.

⁴ محمد فريد الصحن، التسويق (المفاهيم والاستراتيجيات) الدار الجامعة، الاسكندرية، ص 23.

1.4. عناصر المزيج التسويقي:

تستخدم المؤسسات أدوات عدة تسمى بالمزيج التسويقي وهي المنتج، السعر، التوزيع، الترويج، بالإضافة الى الافراد البيئية المادية والعمليات، حيث كل عنصر يحتوي على متغيرات كما هو مبين في الشكل.

الشكل (01 - 01): عناصر المزيج التسويقي للسلع والخدمات



المصدر: زكريا عزام وآخرون، مبادئ تسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008م، ص: 48.

المطلب الثاني: تعريف التسويق الزراعي واهدافه

1. تعرف التسويق الزراعي

وردت تعريف عديدة حول التسويق الزراعي، وهذه التعاريف لا تخرج في مفهومها العام عن التعريف التي وردت عن التسويق عامة مادام الأمر يتعلق بوجود محاصيل ومنتجات حقلية تتدخل في مفهوم السلعة ذاتها وأن هناك خدمات يتطلب التعامل معها لا تقل شأنًا عن تلك التي في قطاع الصناعة ويمكن ابراز اهم التعاريف كما يلي:

✓ علم التسويق الزراعي هو العلم الذي تتناول مباحثه المهام المتصلة بتوصيل مختلف أنواع الزروع النباتية والحيوانية من منتجها الأولين إلى مستهلكيها النهائيين¹.

✓ التسويق الزراعي هو ذلك النظام المرن الهادف إلى تسهيل تدفق السلع الزراعية والخدمات المرتبطة بها من أماكن إنتاجها إلى أماكن إستهلاكها، بالأوضاع والأسعار والنوعيات المناسبة والمقبولة من كافة أطراف العملية الانتاجية².

✓ التسويق الزراعي هو مجمل النشاطات التي تجري على السلعة والمنتج الزراعي من بداية العملية الإنتاجية مرورا بالعمليات التسويقية المختلفة إلى أن تصل إلى المستهلك النهائي بالزمان والمكان والشكل المطلوب³.

✓ التسويق الزراعي هو إنجاز الأنشطة التجارية والتي تتم تدفق السلع والخدمات من نقطة ظهور المحاصيل والمنتجات إلى غاية وصولها وبأي شكل كان إلى المستهلك الأخير⁴.

¹ مصطفى فكري، احمد محمد الفيل، مبادئ التسويق الزراعي، دار المطبوعات الجديدة، جامعة الاسكندرية، مصر 1979، ص 18.

² فدوي يحي عبد الرحيم، التسويق الزراعي، المستوى الخامس، الدفعة 18، جامعة الخرطوم، السودان، ص 4.

³ جميل محمد جميل الدباغ، اقتصاديات التسويق الزراعي، دار المرتضى، العراق، بغداد 2014، ص 3.

⁴ ابي سعيد الديوجي، مبادئ التسويق الزراعي، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع 2001، ص 12.

- ✓ كما يعرف GRAFF H L التسويق الزراعي على أنه جميع النشاطات التجارية المتعلقة بتدفق السلع من المنتج إلى المستهلك كما يلي¹:
- ✓ دراسة كاملة لظروف وأوجه المناقشة التي يمكن أن تواجهها السلع المعروضة.
- ✓ دراسة القرارات المتعلقة بالسلعة عن طريق إدخال تحسينات على السلعة.
- ✓ التغليف إذ لا يكفي أن تكون السلعة جيدة بل يجب أن تقدم بغلاف جيد وبشكل يغري المستهلك.
- ✓ الأسعار واثارها على المستهلك.
- ✓ طريقة التوزيع الجيدة للسلعة.
- ✓ طريقة البيع وعرض السلعة.
- ✓ الخطة الإعلانية.
- ✓ التنسيق: اي تنسيق جميع النشاطات لأن جميع الوظائف التسويقية المتداخلة مع بعضها البعض.

2. أهداف التسويق الزراعي

إن الدور الأساسي للتسويق الزراعي هو نقل المنتجات الزراعية من المنتج إلى المستهلك، فأهداف المؤسسات العامة في ميدان التسويق الزراعي يمكن تلخيصها في ثلاث أهداف:

1.2. تركيز وتجميع الانتاج الزراعي²: هو عبارة عن عملية تجميع المواد الأولية الزراعية والمنتجات الاستهلاكية في نقطة محلية ومن ثم مركزية من المنتجين الزراعيين ولذلك بهذه القيام بوظائف تسويقية لازمة لتوصيل هذه السلع من مراكز الإنتاج إلى مراكز الاستهلاك، حيث تقوم المؤسسة العاملة فيميدان التسويق الزراعي بتجميع المنتجات الزراعية سواء من تجار الجملة أو من

¹ محمود ياسين، الاقتصاد الزراعي، ادارة المزارع والتسويق، مصر، مطبعة خالد بن الوليد 1977، ص 140.
² المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الدراسات الاولية للبنيات الانتاجية والتسويقة الزراعية في بعض الدول العربية، الخرطوم 2000، ص 98 - 99.

المنتجين " الفلاحين " مباشرة ثم القيام بالعمليات التسويقية المختلفة على هذه المنتجات (تعبئة، تغليف، تدرج... الخ) لكي تكون مهياً للتسويق المحلي أو الدولي.

2.2. المرازنة بين العرض والطلب (التوفيق): وتعني التحكم في العرض حتى

يتوازن مع الطلب من حيث الزمن والكمية ودرجات الجودة اي ايجاد تعادل بين قوتي العرض والطلب ويرجح الى ان الانتاج الزراعي لا ينتج وفقا لطلب المستهلكين وذوقهم فالانتاج الزراعي يتعرض لتغيرات طبيعية بسبب تاثير العوامل الطبيعية فضلا عن طبيعة الانتاج الموسمية والاستهلاك الدائم فمثلا يمكن تخزين المنتجات الزراعية لمدة معينة كذلك نقلها من مكان الى اخر حسب كمية الطلب وبذلك يمكن تفادي اغراق الاسواق بمنتجات معينة في اوقات معينة واختفاء هذه المنتجات من الاسواق في فترات اخرى مما ينتج عند تقلبات كبيرة في اسعار المنتجات الزراعية وكذلك اضرار مالية بالمنتوج الزراعي ومنه تبرز لنا اهمية التسويق الزراعي كمرحلة تقوم بعمليات التوفيق بين العرض والطلب وتوضح اهمية التخزين ووسائله المختلفة والتي تعمل على تحقيق هذا التوازن المطلوب.

3.2. تصريف وتوزيع المنتجات بعد وصولها الى الاسواق المركزية: فالمواد

الاولية الزراعية تجد طريقها الى المؤسسات الصناعية بينما المواد الغذائية الاستهلاكية توزع بواسطة تجار الجملة والتجزئة للوصول الى المستهلك النهائي وتتمثل عمليات تصريف وتوزيع الانتاج على جميع المراحل التي تجتازها السلعة في مكان تجميعها حتى وصولها الى المستهلك¹.

¹ محمود ياسين، مرجع سابق، ص 149 - 150.

المطلب الثالث: وظائف التسويق الزراعي

يقصد بوظائف التسويق الزراعي اختصاراً لتلك المهام التي تؤدي أثناء انتقال المحاصيل الزراعية من المنتجين إلى المستهلكين.

ويمكن تقسيم هذه الوظائف إلى ثلاث مجموعات رئيسية:

- ✓ الوظائف التبادلية: و. الشراء، و. البيع.
- ✓ الوظائف المادية: و. النقل، و. التخزين، و. التجهيز
- ✓ الوظائف المساندة والتسهيلية: و. المعايرة، و. التدرج، و. التعبئة، و. التغليف، و. المعلومات التسويقية، و. التمويل، و. تحمل المخاطر. وهي كالتالي:

1. الوظائف التبادلية:

وهي وظائف نقل ملكية السلعة من طرف لآخر تشمل وظيفتي البيع وهما وظيفتان متلازمتان حدوث أحدهما يقابله دوماً حدوث الآخر¹.

1.1. وظيفة الشراء: يتم الشراء بقصد إنتاج كما هو الحال بالنسبة للمصنعين أو

بقصد إعادة البيع، وهو ما يقوم به الوسطاء أو بقصد الاستهلاك من قبل المستهلكين، ويتم شراء التجزئة في متاجر التجزئة، أما شراء الجملة فيتم في المزرعة أو أسواق التجميع أو الجملة وبالنسبة لطرق الشراء فأما بالمعاينة المباشرة على أساس العينة الممثلة للبضاعة أو على أساس المواصفات المحددة والمعلنة وتتم عملية الشراء بستة مراحل:

1. تحديد نوع السلعة المطلوبة.
2. تحديد نوعية السلعة.
3. تحديد الكميات.
4. تحديد مصدر البيع.
5. الاتفاق على السعر وشروط الشراء.

¹ عاكف الزعبي، مبادئ التسويق الزراعي، الأردن، دار الراية للنشر، 2006، ص 48.

6. نقل الملكية.

2.1. وظيفة البيع: الغرض من وظيفة البيع هو تصريف السلع بالسعر المناسب وزيادة الطلب عليها لذا يعتبر البيع اهم العمليات التسويقية خاصة بسبب ارتباطه بالعرض في الوقت الراهن وفي المستقبل مما يستدعي دراسة حالة السوق وتحليل العرض والطلب وتشجيع الطلب وفي كل الاحوال فعلى وظيفة البيع ان تؤدي المهام التالية:

- ✓ إيجاد وتشجيع الطلب عن طريق زيادة الرغبة القادرة على الشراء لدى أصحابها.
- ✓ البحث عن مشتري عن طريق الإتصال والاقناع وتهيئة النوعية والسعر المناسبين لها.
- ✓ الإتفاق على السعر وشروط البيع.
- ✓ نقل الملكية أو إتمام صفقة التبادل.

2. الوظائف المادية:

وهي الخدمات التسويقية المتصلة باضافة المنافع المادية المكانية والزمانية والشكلية على السلعة المسوقة، ويمكن تصنيفها إلى¹:

1.2. وظيفة النقل: تعمل على تحويل المنتجات الزراعية من مناطق انتاجها إلى مراكز تجميعها أو إلى أسواق الجملة أو التجزئة. فعن طريق خدمة النقل نشاهد المنتجات الزراعية منتشرة في كافة المناطق الاستهلاكية رغم التخصص الذي يتسم به الانتاج الزراعي.

2.2. وظيفة التخزين: يعمل تخزين المنتجات الزراعية على موازنة الطلب والعرض خلال الفترات الزمنية الممتدة ومن ثم ايجاد نوع من الاستقرار السعري من موسم لآخر من المعروف ان اسعار المنتجات الزراعية تكون منخفضة وقت

¹ صبحي محمد اسماعيل، محمد الحمد القتيبي، التسويق الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض السعودي، ص ص : 40 - 41.

ظهور المحصول وتكون مرتفعة بقية المواسم الاخرى ومنه يتضح دور عملية التخزين في النظام السوقي للمنتجات الزراعية في اجراء بعض التوازنات السوقية.

3.2. وظيفة التجهيز: وهذه تشمل جميع العمليات والوظائف التسويقية التي تؤدي الى تغيير شكل السلعة وتجعلها في شكل اكثر نفع أو اكثر إرضاء لرغبات المستهلكين ومن ثم فهي تضيف البمنفعة الشكلية للسلعة.

3. الوظائف التسهيلية أو المساندة:

وهي تلك المهام التي تساعد في تنفيذ الوظائف المذكورة سابقا ومن خلالها يمكن تحقيق كفاءة الاداء التسويقي في المؤسسات المرتبطة بالمنتجات الرزاعية وتتمثل في:

1.3. التدرج: ويقصد بها عمليات الفرز للمنتجات الزراعية وتقسيمها وفق مواصفات محددة في مجموعات تتجانس فيها الوحدات.

1.3. التمويل: ويقصد به توفير الاموال اللازمة للقيام بالوظائف التسويقية كالنقل والتخزين وغيرها وهذا حتى وصول المنتجات الزراعية الى المستهلك النهائي.

3.3. تحمل المخاطر: ويقصد بها تسيير المخاطر والتأهب لكل منها المحتملة الوقوع اثناء انجاز المهام التسويقية وهذه المخاطر يمكن ايجازها في مجموعتين أساسيتين:

✓ المجموعة الأولى: وتضم المخاطر الخارجية عن سيطرة المؤسسة كالامطار والرياح والفيضانات.

✓ المجموعة الثانية: يمكن للمؤسسة التحكم فيها الى حد ما كما لتغيري اسعار السوق او ظهور منافس جديد.....

4.3. المعلومات التسويقية : والتي تتعلق بالبيئة الخارجية للمؤسسة كإرصاد الفرص والتهديدات ونقاط القوة والضعف للمؤسسة ومراقبة المنافسين والبحث في رغبات الزبائن.....

المبحث الثاني: المنافع الاقتصادية للتسويق الزراعي واثره على الانتاج في الجزائر

يعتبر التسويق الزراعي واحد من الميادين التي تعتني بها الدولة سعيا منها إلى تحقيق إكتفاء وأمن ذاتي، نظرا لما يقدمه " التسويق الزراعي " من منافع اقتصادية من شأنها الاقتصاد الوطني كونه أحد العلوم الاقتصادية التي تبحث في المشاكل المتعلقة بجهود الانسان في مهنة الزراعة.

المطلب الاول: الامن الغذائي

1. مفاهيم اساسية حول الامن الغذائي

ظهر مصطلح الأمن الغذائي في المؤتمر الغذائي المنعقد سنة 1974 بعد ازمة الغذاء العالمية التي حدثت ما بين 1972 و 1974 حيث عرف الامن الغذائي من طرف المؤتمرين بـ " زيادة توفر الغذاء من خلال زيادة الانتاج وتحقيق الاستقرار الاكبر للموارد الغذائية المتاحة¹.

✓ **تعريف البنك الدولي سنة 1996:** الامن الغذائي هو قدرة كل الناس في كل الاوقات على الحصول على الطعام الكافي والذي يضمن لهم حياة صحية نشيطة².

✓ **تعريف مؤتمر قمة الغذاء المنعقد بروما 1996:** الامن الغذائي هو السلامة الغذائية والتوازن في المكونات الغذائية، ويتحقق عندما لدى الجميع وفي كل الاوقات امكانية الحصول المادي على حاجاتهم وتفضيلاتهم لممارسة حياة فاعلة وصحية³.

¹[http://wodjda-portail.net/ma/wp-content-up\(cads\)-16-04-2012eldjanati-jpj](http://wodjda-portail.net/ma/wp-content-up(cads)-16-04-2012eldjanati-jpj)

²Simon. Maxwell end frankenberjer n – d/ part. 3 work bank 1986.

³ تقرير منظمة التغذية والزراعة للامم المتحدة في روما، 1996م.

✓ **تعريف الامن الغذائي:**بشانه " قدرة جهاز الانتاج على تأمين حصة غذائية أساسية لجميع السكان مع الاخذ بعين الاعتبار مستوى التنمية الذي وصل اليه المجتمع¹.

2. مساهمة الزراعة في توفير الغذاء

للزراعة دور وتأثير واضح في التنمية الاقتصادية من خلال توفير الاحتياجات الغذائية للأفراد، فالقطاع الزراعي متنوع في انتاجه الغذائي كمحاصيل الحبوب والخضروات والفواكه والمنتجات الحيوانية بأشكالها المختلفة سواء كانت للاستهلاك الغذائي المباشر أو كمدخلات للصناعات الغذائية، لكن على الرغم من كل تلك الجهود والسياسات المطبقة من جهة والمقومات التي يتوفر عليها القطاع الزراعي في دول المنطقة، من جهة اخرى الا انها لا تزال بعيدة كل البعد عن تحقيق الاهداف المسطرة، ففاتورة الغذاء تعرف سنويا ارتفاعا متزايدا، الجزائر مثلا تصنف منذ سنة 2005 ضمن قائمة الدول الاكثر استيرادا للغذاء²، وفي 2012 صنفتها تقرير دولي حول الامن الغذائي في المرتبة 73 من 107 دولة شملها التصنيف.

فبين عامي 1990 و 2010 يتضاعف حجم الواردات الزراعية ثلاث مرات في أربع بلدان من شمال افريقيا (الجزائر، المغرب، تونس ومصر) الشيء الذي اثر الى حد كبير في الموازات العمومية، ففي سنة 2010 كانت حصة الواردات الغذائية تمثل 18% من مجموع الاستيراد في الجزائر و 23% من مصر و 14% في المغرب و 11% في تونس واستمرت هذه الوضعية في سنة 2014 فالجزائر صرفت 2.8 مليار دولار لشراء ما تحتاجه من القمح³.

¹Mouloud slougoui : politique algerienon matiere de sécurity alimantair cread. Alger. 1986.

P141

²سهام بن عموشة، الامن الغذائي التي يتحقق بمساهمة الخبراء الاقتصاديين، الشعب يوم 28 - 04 - 2014، من

الموقع <http://www.djazairresse.com/echaab/35238>.

³ الامن الغذائي شمال افريقيا، تحليل الحالة واستجابات الدول لعدم الاستقرار الاسواق الزراعية، لجنة الامم المتحدة الاقتصادية لافريقيا، مكتب شمال افريقيا، الطبعة الاولى، الرباط 2012، ص 15.

وتعاني المنطقة من عجز هيكلية في الحبوب وتعتمد بدرجة عالية على الاسواق الدولية لتوفير احتياجاتها من السلع الغذائية الاساسية، حيث ان لدى الوطن العربي عجز حقيقي في توافر احتياجات الغذاء الاساسية سواء كانت هذه المواد تندرج تحت الانتاج النباتي او الحيواني من لحوم بنوعها (اللحوم الحمراء ام البيضاء، كالدجاج والاسماك والبيض والألبان وغيرها ¹.

وتشمل واردات المنطقة نسبة تتراوح من 16% الى 17% من الواردات العالمية من القمح تبلغ منها واردات ثلاث بلدان فقط (الجزائر ومصر والمغرب) بنسبة تتراوح بين 13% و 5%، ووفقا لمنظمة الاغذية والزراعة من المتوقع ان ترتفع درجة هذا الاعتماد في السنوات القادمة بسبب النمو السكاني المتزايد بصورة اساسية والعجز في الانتاجية كما ستظل جميع البلدان مستوردة للحبوب حتى 2030 ولكن بدرجات متفاوتة.

ولا يزال الانتاج الوطني من الحبوب غير كافي لتلبية احتياجات السكان التي تقدر في المتوسط بما يتراوح بين 200 و 210 كلغ (السنة) الفرد (الجزائر ومصر والمغرب) علما بان المتوسط العالمي يبلغ نحو 152 كلغ (السنة) الفرد، فحسب تقرير البنك الدولي انه ينبغي ان يزداد الحبوب بحوالي 50%، وإنتاج اللحوم بحوالي 85% في فترة 2000 – 2030 مؤكدا في الوقت ذاته الى ما يضاف الى هذا الطلب المتزايد على الخامات الرئيسية اللازمة لانتاج انواع الوقود الاخضر وهو ما أدى فعلا إلى ارتفاع أسعار المواد الغذائية على الصعيد العالمي ².

المطلب الثاني: المنافع الاقتصادية للتسويق الزراعي

يمكن تعريف المنفعة على انها قدرة الاشياء (السلع) على اشباع رغبات المستهلكين كما يعرف الانتاج بانه عملية يترتب عليها اضافة المنافع الاقتصادية او زيادتها وعلى

¹ عمران اشرف محمد، اشكالية الامن الغذائي من الموقع الالكتروني : <http://www.nodhoub.com/index.php/food/777> problematique - food - sécurité

²<http://www.alhewar.org/debat/chow.art.asp!aid=144023>

ذلك فان اي نشاط يترتب عليه اضافة منفعة اقتصادية او زيادتها يكون نشاط انتاجي ويمكن تعريف اهم انواع المنافع الاقتصادية كما يلي¹:

1. المنفعة الاولية:

وهي تتمثل في انتاج سلعة اولية لم يكن لها وجود من قبل مثل انتاج القمح.

1. المنفعة الشكلية: وهي تعني تحويل السلعة إلى حالة أكثر قدرة على إرضاء

المستهلك من حالتها الأولى تحويل القمح الى دقيق أو خبز مثلا

2. المنفعة المكانية: وهي تعني نقل السلعة من مكان إنتاجها إلى المكان الذي يحتاجه

فيه المستهلك.

3. المنفعة الزمانية: وهي تعني تخزين السلعة من وقت يقل فيه إحتياج المستهلك لها

إلى وقت يزيد فيه إحتياجه لها عن الوقت الأول مثل، تخزين القمح بعد حصاده ليتم

استهلاكه في الفترات اللاحقة والتي لا يتوفر فيها القمح.

4. المنفعة التملكية: وهي تعني نقل ملكية السلعة إلى من هم بحاجة لها من

المستهلكين وعلى ذلك فإن أي نشاط يترتب عليه إضافة منفعة سواء كنت أولية أو

شكلية أو مكانية أو زمانية أو تملكية من الوجهة الاقتصادية نشاط إنتاجي.

وإذا تأملنا وتتبعنا حركة رغيف الخبز لتبين لنا أن المنتج الزراعي الذي ينتج

القمح في مزرعته يضيف منفعة اولية ثم تتعاقب على القمح سلسلة من الخدمات

والوظائف التي تجري عليه، فعمليات الطحن والخبز تطبيق منافع شكلية ووسائل نقل

التي تنقل القمح أو الدقيق او الخبز تضيف منافع مكانية، كما أن صوامع الغلال

والمخازن على كافة المستويات والمراحل تضيف منافع زمانية كالسلعة المخزنة

وتضيف كافة هيئات البيع والشراء على مستوى المزرعة والجملة والتجزئة تضيف

هي الاخرى منافع تملكية، ففي النهاية يصل الخبز الى المستهلك وهو في حالة ذات

فائدة اعلى للمستهلك لانه قد اصبح في الشكل والمكان والزمان المطلوب.

¹ محمد اسماعيل ومحمد الحمد القنبيط، التسويق الزراعي مرجع سابق الذكر، ص 19.

وبناء على ما تقدم فإن كل من بينهم في زيادة اي منافع من تمويل او اتاحة معلومات او اخبار فهم منتج، وعلى ذلك فان التسويق الزراعي (ومهما اختلفت الاراء حول حدود وابعاده ومراحله) هم عمل انتاجي ومن ثم فان الوسيط شأنه في هذا الشأن الفلاح فكلاهما منتج، فالفلاح منتج في نطاق مزرعته والوسيط منتج في المرحلة بين باب المزرعة ومائدة المستهلك¹.

المطلب الثالث: التسويق الزراعي واثره على الانتاج

تتمثل في:

1. الجدارة الانتاجية للتسويق الزراعي وتتمثل في:²

كثيرا ما سمع الزراع والمستهلكين يوجهون عبارات النقد العنيف للنظام التسويقي وعبارات اللوم إلى القائمين بالعمليات التسويقية، بل كثيرا ما قرانا في الصحف " إن المشكلة التسويقية الزراعية اي مشكلة تصريف الزروع تعتبر واحدة من أهم المشاكل التي يواجهها الزراع في وقتنا الحاضر.... الخ ". فالزراع وهم يسيرون محاربيهم او يروون زروعهم او يتعهدون حيواناتهم يحملون بالا تضيع جهودهم سدا وان تعود عليهم ثمرات كدحهم بخير الجزاء. أي بأعلى الدخول المزرعية وبالربح الوفير وبعد القيام ببيع منتجاتهم عند تمام نضجها إلى الوسطاء الذين يعملون في الجهاز التسويقيينجدهم عندما يذهبون للمدينة يسمعون عجا عن ارتفاع أسعار المنتجات الزراعية ويكشفون أن الأسعار التي باعوا بها منتجاتهم على المزارع لا تمثل إلا شطرا لا يتجاوز نصف السعر الذي يدفعه المستهلك وهنا تبدأ لوازع النقد والالفاظ توجه للنظام التسويقي والقائمين به وضعف الأنظمة الادارية والتسويقية الزراعية لا من الزراع فحسب بل وايضا من المستهلكين الذين يعملون للحصول على اكبر قدر من النعم الزراعية لقاء دخولهم المحدودة.

¹ صبحي محمد اسماعيل، محمد الحمد القتيبيط، "التسويق الزراعي"، ص 19.
² مصطفى فكري، احمد محمد الفيل، مبادئ التسويق الزراعي، مرجع سابق الذكر، ص 33 - 34.

فالنظامين التسويقي والتسويق الزراعي تتخللها وجوه نقص مرتبطة ارتباطا وثيق بأنواع عديدة من التبذير الاقتصادي التي تصاحب العمليات التسويقية، الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع تكاليفها النسبية مقارنة بانخفاض الجدارة والكفاءة الانتاجية. فالانتاج المتسع يهدف الى تقليل عدد العمال اللازمين لانتاج نفس الكميات من السلع والخدمات الامر الذي يقلل من تكاليف انتاج الوحدة في حين ان كل ما طرا من تطور على الوسائل التسويقية خلال العقود الماضية لا يتعدى اتباع بعض الطرق الجديدة في الاعلان وفي البيع ساعدت الى ارتفاع وزيادة حجم المبيعات واتساع نطاق تصريف السلع غير ان هذا التوسع قد جلب معه انواع جديدة من وجوه التبذير الاقتصادي ادت الى ارتفاع التكاليف التسويقية على خلال المتوقع وبالتالي ظهور مشاكل تسويقية جديدة للفلاحين.

2. تكون اسعار المنتجات الزراعية: وتتمثل في¹:

أ. تغيير اسعار المنتجات الزراعية: تتحدد الاسعار وفق الفترات التالية:

✓ **الفترة القصيرة:** هذه الفترة تكون على درجة من القصر بحيث لا يمكن زيادة الانتاج، بمعنى ان عرض السلع الزراعية يكون عديم المرونة مقارنة بالسعر وبالتالي فان الطلب هو الذي يحدد السعر تلقائيا.

بحيث تسود اسعار زراعية كيس لها علاقة بتكاليف الانتاج، ذلك ان السعر يتم تغييره في فترة قصيرة اقل من دورة انتاجية وهذا ناجم عن تلقائيات في الطلب على السلعة نتيجة للنقص في العرض.

✓ **الفترة المتوسطة:** وهي الفترة التي تسمح باجراء تغيير في مستوى الانتاج، ونظرا لمرونة العرض للسلع فان تاثير الطلب في تكون الاسعار محدودا.

¹ منصورى صمودي، التمويل الزراعي للحبوب في اطار السوق الدولية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع تسيير، جامعة الجزائر 3، 2008، ص 12.

✓ **الفترة الطويلة:** هنا في هذه الفترة الاسعار تتجه إلى التعادل مع تكاليف الانتاج الزراعي بحيث تعكس خصائص السلع من حيث قابليتها للتخزين ومقاومتها للعوامل الطبيعية، وكلما كانت السلع قابلة للتخزين فان تاشير عرضها على الاسعار محدودا، وهذه الخاصية التي تمتاز بها الحبوب وخاصة القمح، كما ان التغيرات لمناخية تؤدي الى تغيرات في العرض الزراعي نحو الارتفاع في حالة المواسم السيئة بحيث يتاثر الانتاج كما ان السياسات الزراعية تحدد من الكميات التي يمكن تسليمها بهدف التحكم في العرض، وبالتالي التحكم في الاسعار والمدخيل الفلاحية.

ب. السوق الزراعية واثر كينج¹:

لقد تعرض الاقتصادي الانجليزي جريجوري كينج "Gregove king" خلال القرن 18 الى دراسة العلاقة الموجودة ما بين حجم الكميات المباعة من المنتجات الزراعية واثرها على الاسعار تلك المنتجات وبالتالي على مدخيل المزارعين حسب قانون كينج الذي ينطبق على اسواق كمنتجات الزراعية فان التغيير الحاصل في الكميات المعروضة من المنتجات الزراعية يحدث في المدى القصير تغييرا عكسيا اكبر في مستوى الاسعار

معنى هذا انه عندما يتحقق للمزارعين محصولا زراعييا كبيرا فان مدخلهم ستقل عما لو تحقق لهم محصولا زراعييا سيئا

وملخص قانون كينج او تأثير هو "ان تغيرات الاسعار وتغيرات الانتاج ليست خاضعة لنفس التأثير حيث تتغير الاسعار بشكل اقوى من الانتاج بسبب عدة عوامل كزيادة او انخفاض الطلب وكذلك الازمات الاقتصادية

¹ منصورى صمودى، مرجع سابق ، ص 121.

3. مشاكل المزارع التسويقية :

يواجه المزارع العديد من المشاكل والتحديات من الناحية التسويقية وهي على النحو التالي:¹

1. عدم القدرة على اختيار افضل الموردين للاسمدة والبذور وبالشكل الذي يتناسب مع قدراتهم واحتياجاتهم الفعلية للزراعة بسبب تباين القدرة الشرائية والمالية جنبا لجنب مع ضعف وتباين المعرفة الزراعية والتي تؤدي لخسائر واضحة
2. ضعف القدرات التنافسية لاغلبية الحيازات وخاصة الصغيرة منها فيما يتعلق باسعار المنتجات التي تباع بها
3. معظم المزارعين وخاصة الصغار منهم ليس لديهم سيطرة كبيرة على مدخلات ومخرجات الانتاج الاسباب السابق مثل المناخ الاوبئة.....
4. تغير ادواق المستهلكين يجعل من الصعوبة على المزارعين تعديل برامج الانتاج الزراعي بدون تكلفة مرتفعة حيث لا يكونو مستعدين او غير قادرين عليها في اوقات قصيرة مثل (البذور وكمية المياه)
5. عدم قدرة المزارعين على فرض الاسعار العادلة لمنتجاتهم الزراعية في ظل غياب العمل الجماعي او عدم وجود نقابة تمثل مصالحهم في السيطرة على منافذ التوزيع التسويقية
6. عدم قدرة المزارعي على تكيف اسعار المدخلات الزراعية التي يحتاجونها عند بدء عملية الانتاج مع اسعار المخرجات الزراعية مما يؤدي لتفاقم المشاكل المالية كصغار المزارعين

¹ علي توفيق الحاج محمد سمير حسين محمود عوده التسويق الزراعي دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع الطبعة العربية الاولى عمان الاردن 2011 ص 151

٥. ولتحسين القدرات التسويقية للمزارعين لا بد للجهات المعنية بالانتاج أن تساعد في تحقيق ما يلي:¹

- أ. تحديد ما يجب انتاجه من محاصيل زراعية وبالكميات والنوعيات المطلوبة وحسب القدرات الشرائية كالمستهلكين واذواقهم مع مراعاة القيمة المضافة
- ب. تحديد متى واين ستتم عملية الانتاج الزراعي والمرغوب والمطلوب في الاسواق المستهدفة
- ج. تكييف اساليب الانتاج والتسويق للمنتوجات وبما يخدم أطراف العملية الزراعية وبشكل متوازن وعادل يساعد على زيادة وتحسين الانتاج الزراعي
- د. تحديد مقدار النشاط التسويقي الذي يجب أن يمارسه المزارع والانشطة التسويقية المكملة الاخرى التي يجب على منافذ التسويق تنفيذها
- هـ. تحديد كيفية توسيع السواق للمنتوجات الزراعية والأساليب المستخدمة لتوسيع مساحة تداول هذه المنتوجات على المستويين المحلي والخارجي
- و. تحديد الترتيبات التسويقية الاكثر مرغوبة لاطراف العملية التسويقية من خلال أساليب التسويق والبيع المناسب لتصريف منتوجاتهم الزراعية

¹ علي توفيق الحاج احمد سمير حسين محمود عوده، مرجع سابق ص 152.

المبحث الثالث: خصائص ومشاكل التسويق الزراعي

يعاني التسويق الزراعي في الجزائر مثله مثل الانتاج من مشاكل وعيوب تحول دون وصوله الى المستوى المطلوب فهو يعرف تدني فقي نوعية المنتجات المعروضة في الاسواق وعدم توافر الحد الادنى من الشروط الفنية ونقص كبير في الخدمات التسويقية المتوفرة في مجال البحوث التسويقية.

المطلب الاول: طبيعة وخصائص تسويق المنتجات الزراعية

1. خصائص المنتجات الزراعية:

تتمثل هذه الخصائص في¹:

1.1. المادة الاولية: غالبا ما تتصف المنتجات الزراعية بكونها مواد اولية يتم

استخدامها في العمليات التسويقية المختلفة وتحويلها من صورتها القائمة الى صورة اخرى، وهذه العمليات او الاجراءات قد تكون معقدة اذ يلاحظ جليا في الصناعات الغذائية وتحويل المادة الاولية الى اشكال اخرى مثل عمليات التصنيع التي تحدث للحوم والاسماك وتجفيفها وتعبئتها وما الى ذلك.

2.1. ضخامة الكميات: الذي يلاحظ ومن غالبية المنتجات والمحاصيل

الزراعية ان التعامل معها يكمن في ضخامتها التي تدخل في الانتاج او التعامل في البيع والشراء والنقل والتخزين.

2.3. سرعة التلف: على الرغم من غزارة ووفرة الانتاج الزراعي والحيواني الا ان

صفة السرعة في التلف تبدو واضحة مقارنة ببعض السلع الاخرى التي قد تقاوم لفترة طويلة من الوقت، فهي تتطلب تعاملنا سريعا وعمليات تخزين تهيأ لها الظروف والعوامل المناسبة للمحافظة على هذا النوع من المنتجات كالسمك والفرولة والطماطم وغيرها.

¹ ابي سعيد الديوجي، مبادئ التسويق الزراعي، مرجع سابق، ص 61 - 62.

عكس المحاصيل الجافة كالقمح والشعير والمحاصيل الأخرى المشابهة من الممكن تخزينها بكميات كبيرة ولفترات طويلة نسبياً.

ومع كل هذا فإن المحاصيل والمنتجات تتكون عرضة للتلف وبمعدل أعلى قياسياً للمنتجات الزراعية.

2. خصائص الانتاج الزراعي:

وإذا كانت هذه أهم خصائص المنتجات الزراعية والحيوانية فإن الانتاج الزراعي يمتاز بخصائص معينة يمكن اجمالها في النقاط التالية¹:

1.2. موسمية الانتاج الزراعي: تتأثر العملية الانتاجية في القطاع الزراعي بالعوامل

الطبيعية وذلك لان طبيعة عملية الانتاج تعتبر عملية حيوية بحد ذاتها حيث ان الانتاج يشمل كائنات حية نباتية او حيوانية وهذه الكائنات تعتمد على الظروف الطبيعية المحيطة بها في اتمام دورة حياتها خلال مدة زمنية معينة وهذا الترابط لعملية الانتاج الزراعي يسمى موسمية الانتاج الزراعي.

2.2. امكانية التخصص الانتاجي الزراعي: تختص منطقة ما في انتاج نوع معين من

السلع الزراعية اذا توافرت ظروف مناخية تؤهل هذه المنطقة الى انتاج هذا النوع من السلع بحيث تتوافر الظروف المناخية لمثل هذا الانتاج دون غيره وهذا التخصص يتحدد بوفرة امكانيات الانتاج في موقع الانتاج ومدى قرب او بعد هذا الموقع عن مراكز التسويق.

2.4. ارتفاع الاهمية النسبية للارض الزراعية: تتصف الارض باعتبارها احد اهم

العناصر للانتاج الزراعي بالندرة حيث يصعب تغيير صفاتها من حيث زيادة مساحتها الا برفع التكاليف الاستثمارية كما لا يمكن استبدالها بعناصر انتاجية اخرى الا في حدود ضيقة جداً، هذه الندرة والصفات الأخرى التي تتميز بها

¹ عقال عبد الكريم، البحث عن الامثلة لمردودية الانتاج في القطاع الزراعي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص الاقتصاد القياسي، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 24.

الارض مثل تركيبها وخصوبتها ومقعها الجغرافي تؤثر جميعا في العمليات الزراعية وبالتالي في كمية ونوعية المنتجات واسعار هذه المنتجات في النهاية.

4.2. انخفاض المرونة السعرية للطلب على السلع الزراعية:

تغير المرونة السعرية للطلب على السلع الزراعية عن مدى استجابة الكميات المطلوبة من هذه السلع لعملية التغير في اسعارها، تتميز المرونة السعرية للطلب على السلع الزراعية بانها منخفضة، اي ان التغير في السعر لا يؤثر على الكميات المطلوبة من هذه السلع وذلك لان معظم هذه السلع سلع ضرورية لا يوجد لها بدائل كونها رتيبة في النمط الاستهلاكي للفرد.

a. تفاوت المرونة الدخلية للطلب على السلع الزراعية:

تعتبر المرونة الدخلية على السلع الزراعية عن مدى استجابة الكميات المطلوبة من هذه السلع لعملية الغير في دخول المستهلكين، تتميز المرونة الدخلية في الدول المتخلفة او التي في طريق النمو بانها مرتفعة بعدم سبب عدم الاشباع من هذه السلع رغم انها ضرورية للنمط الاستهلاكي في هذه الدول عكس الدول المتقدمة فهي لا تتاثر بتغير الدخل اما الدول التي قطعت شوطا معقولا في التنمية فان المرونة الدخلية على الطلب للسلع الزراعية فيها تكون متوسطة.

6.2. انخفاض المرونة السعرية للمعرض من السلع الزراعية:

تعتبر المرونة السعرية للمعرض لاي سلعة زراعية عن مدى استجابة الكميات المعروضة من هذه السلع للتغير الذي قد يحدث في سعر هذه السلعة وتتميز المرونة هنا بانخفاض اي ان الكميات المعروضة لا تتاثر بتغير اسعارها. يعود الانخفاض في هذه المرونة الى صعوبة الدخول او الخروج من النشاطات الزراعية المختلفة بسبب ارتفاع الاهمية النسبية، لذا من المال الثابت ف النشاط الزراعي مقارنة براس المال المستثمر، كما ان تاثير العوامل الطبيعية على الانتاج الزراعي يمنع الاستجابة للتغيرات السعرية

التي تحدث خلال فترة الانتاج وكذا عدم توفر المعلومات عن السوق او صعوبة الحصول عليها من قبل ممارس النشاط الزراعي يؤدي الى انخفاض هذه المرونة.

7.2. تنوع خصائص السلع الزراعية:

تتمتع السلع الزراعية بصفات خاصة بها فهي غير متجانسة يصعب التحكم في شكلها او نوعيتها كما هو الحال في السلع الصناعية كما ان بعض السلع الزراعية كبيرة في حجمها مما يرفع تكاليف تخزينها ونقلها بالاضافة الى ان العديد من السلع الزراعية تتاثر بشكل كبير بالتخزين لفترة طويلة مما يؤدي الى تلفها.

المطلب الثاني: مخاطر الانتاج الزراعي واساليب مواجهتها

تتميز عمليات الانتاج في القطاع الزراعي بارتفاع نسبة المخاطرة فيها اثناء الانتاج وعدم التأكد على الرغم من وجود اختلاف بين المخاطرة وعدم التأكد فان كلا منهم قد يؤدي الى تكبيد المزارع خسائر كبيرة اذا لم يتم الالتفات لهما واذا لم تتوفر الوسائل الكفيلة بتعليل الاثار السلبية لكل منهما للوصول الى الهدف الرئيسي من عمليات الانتاج الزراعي بالنسبة للمزارع الا وهو تعظيم الربح¹

1. انواع المخاطر وعدم التأكد

هناك انواع عديدة مثل مجالات المخاطرة وعدم التأكد لقطاع الانتاج الزراعي بل ان هذا القطاع الاكثر قطاعات عرضة لذلك وعموما يمكن تقسيم انواع المخاطرة وعدم التأكد التي تواجه القطاع الزراعي الى نوعين هما:

¹سعيد منصور فؤاد تقييم قنوات توزيع الخضار والفواكه في الجزائر شهادة دكتوراه علوم في علوم تسيير تخصص تسويق جامعة الجزائر 3 2013\2014 ص 26

1.1. المخاطر وعدم التاكيد المرتبطة بظروف الانتاج:

يشمل هذا النوع عناصر المخاطرة وظروف عدم التاكيد التي تنتج عن القيام بعملية الانتاج الزراعي بحد ذاته وم يرافق هذه العملية من ظروف وهي تشمل اي عامل يؤدي بشكل او باخر الى التأثير على الدخل الزراعي الصافي وهذه العناصر تشمل:

✓ **تباين النتائج:** يصعب تحديد عمليات الانتاج من العمليات الزراعية الانتاجية مسبقا وبالتالي الدخل المتاني عليها، وذلك بخضوع العملية الانتاجية لعوامل مرتبطة بالظروف الجوية وكفاءة الانتاجوغرها من العوامل التي يصعب تحديدها او التنبؤ بها خلال العملية الانتاجية كالكوارث الطبيعية مثلا.

✓ **تقلبات الاسعار:** يعتبر التغير المفاجئ احيانا باسعار مدخلات الانتاج الزراعي واسعار المنتجات نفسها من اهم العوامل المؤثرة في الطلب وعرض المنتجات الزراعية وبالتالي تعرضها لظروف المخاطرة وعدم التاكيد قد تؤثر سلبا على حجم الايراد المزرعي.

✓ **البرامج الحكومية:** يؤدي تبني الحكومة لبعض الإجراءات الجديدة المتعلقة بالاسعار والانتاج والتسويق والسياسات النقدية والمالية في بلد ما والمتعلقة بالزراعة الى التأثير على مجمل العملية الانتاجية الزراعية مما يعرضها الى عناصر المخاطرة وعدم التاكيد وخاصة عندما تكون هذه الاجراءات مفاجئة.

✓ **التكنولوجيا الجديدة:** ان استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة وخاصة تلك المتعلقة باساليب الانتاج الزراعي او تجنب استخدام هذه الوسائل قد ينطوي على بعض المخاطر، فاستخدامها ينطوي على توفر التمويل الزراعي اللازم لذلك وقد يكون غير موجود، وعدم استخدامها يؤدي الى مخاطرة التقادم من عدم الاستعمال وخاصة تقادم الاليات والمعدات.

✓ **التغيرات في اذواق المستهلكين:** يؤدي هذا التغير الى التحول الاستهلاكي في منتج زراعي الى اخر مما يؤدي الى اختلالات في التوازن للطلب والعرض

على منتجات زراعية معينة وبالتالي تعرض المزارع لمخاطر الانتاج وعدم التأكد في العملية الانتاجية لنوع معين من المنتجات.

2.1. المخاطر وعدم التأكد المرتبطة بعملية التمويل:

تعكس هذه المخاطر امان الوحدة الانتاجية " اي المزرعة " من حيث المهوم المكاني يمكن تعريف المخاطرة التمويلية بانه اي وضع مالي يعرض السيولة النقدية للمنشأة للخطر، ومن اهم مقاييس المخاطرة التمويلية نسبة الدين الى الموجودات في المنشأة، وهذه المخاطرة تشمل راس المال المملوك والمقترض نتيجة لظروف عمل غير مناسبة¹.

2. أساليب تقليل المخاطرة وعدم التأكد:

هناك العديد من الاساليب للمزارع اتباعها بهدف الحد من المخاطرة وعدم التأكد في النشاط الزراعي اذ لا يمكن باي شكل من الاشكال تجنب حدوث المخاطرة وعدم التأكد لعملية الانتاج الزراعي واهم هذه الاساليب:

1.2. استراتيجيات الانتاج: وهي تشمل على:

- أ. تنوع الانتاج: هنا يقوم المزارع بإنتاج مجموعة من المحاصيل وتجنب الخسائر التي قد تنجم عن انتاج محصول واحد قد يتعرض لظروف المخاطرة، وهنا قد يلجأ المزارع إلى تبني أكثر من نوع من الإستثمار، فمثلا قد يتبنى الإنتاج الحيواني بالإضافة إلى الأنواع للانتاج النباتي.
- ب. اختيار الإستثمار الأكثر ثباتا: هنا يوم المزارع بممارسة النشاط الأكثر ثباتا من حيث العوائد لكل دورة إنتاجية حتى الدورة التي تليها.
- ج. الحفاظ على المرونة في الدورة الزراعية: فالمرونة تعني تخطيط العمليات الانتاجية في المنشأة بحيث يتم التحول من نشاط زراعي الى اخر ومن طريقة

¹ سعيد منصور فؤاد، مرجع سابق، ص 27.

إنتاجية إلى أخرى بسهولة ويسر، ويشمل ذلك المرونة في التكاليف والمرونة في نوع الانتاج والمرونة في زمن الانتاج.

د. **التأمين الزراعي:** يقوم المؤمن عليه هنا بدفع قسط معين لشركة التأمين لقاء المخاطر التي يريد التأمين ضدها، حيث تقوم الشركة بتعويض المؤمن عليه عن الخسائر المتوقعة.

ه. **هناك أساليب أخرى:** تقلل المخاطرة وتتعلق بعملية الانتاج، منها تطبيق الطرق الانتاجية التي تقلل المخاطرة مثل استخدام اساليب الري الحديثة والتسميد السليم ومعالجة الآفات والأعشاب الزراعية الضارة، والإحتفاظ بمخزون كافي من الأعلاف لاستخدامه عند الحاجة وغير ذلك من الأساليب.

2.2. استراتيجيات التسويق

يمكن تبين بعض الاستراتيجيات التسويقية التي تعمل على التقليل من المخاطر التي تواجه القطاع الزراعي، وهي تهدف عموماً إلى مواجهة التباين في أسعار مدخلات الإنتاج وتباين أسعار المنتجات والتميز في أذواق المستهلكين وتتمثل هذه الاستراتيجية على الأعداد وجمع المعلومات والبيانات حول الأسعار وتقلباتها، وكذلك تزود المزارعين بالمعلومات اللازمة عن حالات السوق والعرض والطلب لمحاصيلهم، ونفس الشيء عن سوق مدخلات الإنتاج من حيث أسعارها وعرضها لدى مختلف الموردين لها.

3.2. استراتيجيات التخزين:

تشمل جملة العمليات التي بواسطتها حفظ المحاصيل الزراعية بجودة جيدة الى ان يتم بيعها من المستهلك، وتعتبر عملية التخزين من العمليات الضرورية التي يلجا اليها المزارع بعد تجميع محاصيله وتهيأته للبيع، اذ بواسطة هذه العملية يمكن المحافظة على المحاصيل الزراعية من التقلبات الجوية وحمايتها من التلف قبل نقلها الى الاسواق.

4.2. الاستراتيجية المالية:

تتمثل هذه الاستراتيجية في الحفاظ على مخزون كافي من السيولة النقدية في المنشأة مما يعني نسبة عالية من الاصول التجارية الى الخصوم الخارجية وهذا يحمي المنشأة من العجز المالي فس سداد القروض عند انخفاض التدفق النقدي فيها.

المطلب الثالث: مشاكل ومعوقات التسويق الزراعي في الجزائر

يعتبر التسويق الزراعي من أهم الأسس التي يقوم عليها البنيان الاقتصادي لأي دولة، فالتسويق مكمل لعملية الانتاج لأنه إنتاج أي منتج دون أن يكون هناك تسويق له يضمن إنسيابه من المنتج إلى المستهلك، ومع التطور الذي حدث في المجال الزراعي فقد ظهرت معه مشاكل وعراقيل في تصريف وتسويق هذه المنتجات الزراعية التي نوجزها فيما يلي¹:

1. اتساع الفارق بين أسعار المنتجين وأسعار المستهلكين نتيجة للوسطاء الذين يمعنون في استغلال المزارعين. ولا يكون بالتالي العمل الزراعي ذا مردودية كافية لمعيشة لائقة للأسر الفلاحية، الأمر الذي يؤدي لتركهم العمل الزراعي والهجرة إلى المناطق الحضرية.
2. ضعف استقرار الأسعار وارتفاع نسبة المخاطرة السعرية لدى المنتجين.
3. عدم ارتباط الانتاج بالطلب في السوق.
4. ارتفاع نسبة الفقد والتلف في مراحل التسويق المختلفة.
5. البيئة الاستثمارية اللازمة لقيام القطاع الخاص بدوره في التسويق بشكل فعال.
6. ضيق السوق المحلي الذي يجعل قطاع التسويق اكثر تائرا بالاسواق الخارجية والمنافسة الاقليمية.
7. ضعف قدرة المنتجات المحلية على المنافسة السعرية والتنوعية.

¹ شويخي هناء، اليات تمويل القطاع الفلاحي في الجزائر، مذكرة نخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2012 / 2013، ص 53.

8. عدم قدرة الصادرات على التوسع في الاسواق التقليدية والدخول الملموس للاسواق ذات المداخل العالية حتى الآن.
 9. اخفاق نظام التسويق في ايجاد زراعات تصنيعية وتصديرية متخصصة تقوم على أساس الزراعة التعاقدية.
 10. تنامي منافسة المستوردات للمنتجات المحلية وتنامي المنافسة في الاسواق التصديرية نتيجة لسياسات تحرير تجارة السلع التجارية.
 11. ضعف البنى التحتية وضعف أساليب ونظم إدارة المرافق التسويقية.
- ويمكن إدراج معوقات ومحددات النشاط التسويقي الفلاحي في الجزائر بشكل عام فيما يلي¹:

- ✓ ندرة البذور في بعض الاوقات والغلاء المستمر في أسعار المواد الاولية.
- ✓ نقص الموارد المائية المعدة للسقي والري.
- ✓ عدم استعمال الاساليب الحديثة للري.
- ✓ إعتقاد الفلاح في أغلب الحالات على الوسائل التقليدية في الحرث والجني مع تدني مستويات التعليم والتأهيل للتكنولوجيا الحديثة للفلاحة مما ينجر عنه تدني من قيم المحاصيل.
- ✓ ارتفاع أسعار بعض المواد الأولية كالكهرباء، مما يقلص من فوائد المستثمر الفلاحي خصوصا في أوقات الوفرة للمنتوجات والمحاصيل مما ينجر عنه ندرة كبيرة في المواسم المتتالية.
- ✓ ارتفاع اسعار المعدات والآلات الفلاحية ووقوف الفلاحين أمام عوبة إيجاد طرق التمويل الميسرة.
- ✓ مع وجود هيئات التدريب والإرشاد الفلاحي عبر الوطن نجد أن الفلاحين قليلا ما يطلبون خدمات هذه الاخيرة.

¹ برطي محمد نذير، تحديد المنتجات الغذائية ومشكلة التسويق الزراعي بالجزائر، جامعة ابن خلدون، تيارت، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص تسويق، 2015، ص 45.

✓ قلة وعدم كفاءة استغلال النباتات التخزينية وارتفاع التكاليف مما يقلل من أهميتها خصوصا عدم وجود استراتيجيات مهددة لفترات ندرة المحاصيل، لعدم ارتفاع الأسعار بالنسبة للمستهلك.

✓ قلة الاهتمام بالاستثمار في القطاع الفلاحي كون ذوي رؤوس الأموال يعرفون جيدا أوضاع القطاع والفوضى السائدة في الميدان التجاري للقطاع الفلاحي.

✓ قلة الاهتمام بالتسويق الزراعي والسؤال المطروح بجديّة هنا ؟

• من يقوم بالنشاط التسويقي للمنتجات الفلاحية ؟

هل الفلاح أم جهات تسويقية فلاحية، الوسطاء الموزعون ؟ كل هذه التساؤلات تتيح المجال لخلق مناصب عمل واعطاء النشاط التسويقي الدور الحقيقي له.

✓ قلة الاهتمام وضعف الثقافة التسويقية الفلاحية لكل من المنتجين والموزعين والمنشآت الفلاحية الأخرى وحتى المدارس المختصة في القطاع الفلاحي لا يعطوا للتسويق الفلاحي أهمية بالغة.

✓ عدم انتظام سوق الجملة والتجزئة للمنتجات الفلاحية حتى مع وجود قوانين صريحة تنظم عمليات البيع والمبادلة للمنتجات عبر مختلف الوسطاء وشروط القيام بذلك، والمراقبون تحت وصاية وزارة التجارة واحترام القوانين في هذا الميدان، ولكن المستهلك الذي يقتني كلغ من البطاطا مثلا مع كميات من الأتربة العالقة بها يشكك بسلامة هذا المنتج وسلامة عمليات البيع دون غش.

✓ عدم وجود أسواق تجزئة بشكل كافي مما يجبر المستهلك إلى قطع مسافة زمنية ومكانية كبيرة لاقتناء أهم المنتجات إلا وهي المنتجات الغذائية وهنا يكمن دور التسويق لتضييق الفجوات الزمانية والمكانية بين السلعة والمستهلك.

✓ عدم الاهتمام بجديّة في عمليات التصدير للمنتجات الفلاحية خصوصا امتياز هذه الأخيرة في الجزائر بمواصفات جد مطلوبة عالميا.

✓ ارتفاع تكاليف التسويق وعدم دراستها بشكل جيد يقلل من عمليات التدرّج، التغليف، القياس والترويج ... الخ.

✓ وقوف الفلاحين عاجزين أمام حالات الفائض في الإنتاج هذا ناتج عن نقص المرافق الأساسية مثل التصنيع وتنويع المنتجات وما حال الطماطم المنتجة في الجزائر خلال مواسم الفائض الأخير دليل على ذلك.

✓ تقصير رجال الأعمال. الدولة والمستوردون في عمليات التصنيع للإنتاج الفلاحي والآن الدولة توفر لهم أموال بالعملة الصعبة ليقوم بعمليات استيراد المنتجات مثل الطماطم الصناعية، العسل، البقوليات المعلبة ... الخ.

والنظرية الملاحظة بالواقع ان بإمكان المستوردين بقليل من الذكاء والإرادة ودعم الجهاز الحكومي القيام بعمليات التصدير لهذه المنتجات عوض استيرادها من خلال القيام بتصنيعها بالجزائر مع الإشادة دائما بميزة المنتجات الجزائرية، فكسب سوقي محلي وخارجي يبقى الأهم للفكر التسويقي بداية من مرحلة البحث والابتكار¹.

¹ برطي محمد نذير ، مرجع سابق، ص 46.

خلاصة الفصل

تعد مسألة التسويق الزراعي من المسائل الملحة والهمة لتأثيره المباشر على المنتج والتاجر والمستهلك، وجميع القرارات المتعلقة بالإنتاج تعتمد على التسويق والدراسات التسويقية التي هي الدليل والموجه للقرارات الانتاجية، إذا فإن القرار الإنتاجي الصحيح يجب أن يأخذ بحسبان التوقعات المستقبلية للأسعار والأسواق المحتملة لتصريف المنتوجات والمساحة المتوقع زراعتها والكميات المعروضة وصولاً إلى تحقيق ربح معقول للمزارع. وفي هذا الإطار يجب أن نجد برامج نوعية للفلاحين وتوضح فيها ظروف التسويق داخليا وخارجيا والعمل على إقامة شركات متخصصة بالفرز والتغليف والتخزين وفق الشروط الفنية المطلوبة وإيجاد التشريعات المناسبة والقوانين الخاصة بتشجيع التصدير الى الاسواق الخارجية كما أن عملية التصنيع الزراعي تلعب دورا مهما واساسيا في مسألة التسويق الزراعي، اذ تساهم مساهمة كبيرة في تسويق المنتوجات، ولا بد من اعطائها الاهتمام اللازم وتشجيعها من خلال القيام بمعامل حديثة بعصر وتصنيع بعض المحاصيل الزراعية والفواكه، ووضع رسوم جمركية عالمية لاستيراد العصائر والمركبات الكيماوية والزيوت النباتية، كي يتمكن المنتج المحلي من منافسة المنتوجات المستوردة وفرض نفسه في السوق المحلية بالسعر المناسب للمنتج والمستهلك معا.

الفصل الثاني: واقع الإنتاج الزراعي بالجزائر

المبحث الأول: واقع الإنتاج الزراعي بالجزائر.

المبحث الثاني: مساهمة القطاع الزراعي في الاقتصاد الوطني.

المبحث الثالث: معوقات ومشاكل الإنتاج الزراعي بالجزائر.

المبحث الأول: واقع الإنتاج الزراعي في الجزائر

يمتاز الإنتاج الزراعي في الجزائر بالتنوع نظرا لتعدد المناطق الجغرافية والأقاليم المناخية، وينقسم إلى إنتاج نباتي وإنتاج حيواني، حيث يعتمد الإنتاج الزراعي أساسا على الحبوب والخضر والأشجار المثمرة والتمور.

كما يركز الإنتاج الحيواني على تربية الماشية وتربية الدواجن، الصيد البحري وتربية المائيات، ويمكن تفصيل ذلك على النحو التالي:

المطلب الأول: الإنتاج النباتي بالجزائر

يحتل الإنتاج النباتي بالجزائر مكانة مهمة في الزراعة عموما، لأنه الركيزة الأساسية في توفير الغذاء ويتحقق الأمن الغذائي بدرجة كبيرة إذا كان الإنتاج النباتي وفيرا حيث يضم هذا الإنتاج مجموعة من المحاصيل الزراعية، أهمها الحبوب بأنواعها والباقوليات إضافة إلى مجموعة الخضر والفواكه إلى جانب الزراعات الصناعية.

1. الأراضي المستعملة للزراعة بالجزائر

تعتبر الأرض العنصر الأساسي لأي إنتاج زراعي على أساس نوعيتها تتحدد نوعية وحجم الإنتاج الزراعي، حيث تقدر مساحة الجزائر بـ 2381741 كم² أي 238 مليون هكتار، منها 42 مليون هكتار مشغلة في المجال الزراعي، حيث يبين الجدول التالي تطور الأراضي المستعملة للزراعة بالجزائر خلال سنة 2011 – 2015.

الجدول 2- 1: يبين تطور الأراضي المستعملة للزراعة بالجزائر

الوحدة = هكتار

التعيين	12 / 2011	13 / 2012	14 / 2013	15 / 2014
المساحة الصالحة الزراعية	8454630	8461880	8465040	8487854
أراضي ومروج رعوية	32943690	32969435	32965976	32968513
أراضي غير منتجة للمزارع	1101110	1458095	1457539	1938887
مجموع الأراضي	42499430	42889410	4288855	43395254

المصدر: الديوان الوطني للإحصاءات نتائج 2013 / 2015، ص: 37

يبين الجدول أعلاه الأراضي المستعملة للزراعة خلال فترة 2011 – 2015 حيث تشمل هذه الأراضي المزارع الفلاحية الصالحة للحراثة، إضافة إلى المزروعات الدائمة والمنحدرات ومساحات المدرس وممرات ووديان ... الخ.

ثانيا: الإنتاج الزراعي بالجزائر

هذه المساحة الشاسعة من جدول 2 – 1 أدت إلى تنوع المحاصيل الزراعية حسب تنوع الأقاليم المناخية والمناطق الجغرافية، فكان الإنتاج النباتي بالجزائر بها كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول 2 - 2: تطور الإنتاج النباتي بالجزائر خلال الفترة 2008- 2015

المساحة= ألف هكتار الإنتاجية حجم هكتار الإنتاج = ألف طن

2015			2014			2013			متوسط الفترة 2008- 2012			
الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	الإنتاج	الإنتاجية	المساحة	الحبوب والخضر
2656.73	1464	1814.72	2436.20	1475	1651.31	3295.05	1910	1727.24	3432.23	1764	1945.78	القمح
1030.59	1284	802.34	939.40	1186	791.84	1498.64	16569	897.72	1591.72	1545	1030.48	الشعير
4539.58	29610	153.31	4673.52	29924	156.18	4928.03	30287	162.71	4219.48	30428	138.67	البطاطا
87	1027	85	93.70	1035	90.5	95.83	1128	84.99	84.29	988	85.30	البقوليات
420.33	1034	406.57	274.51	716	383.45	403.81	1160	3487.20	248.01	754	328.38	الزيتون
1163.77	483.49	24.07	1065.60	47046	22.65	975.07	43356	22.49	796.96	36999	21.54	الطماطم
12469.3	24401	511.02	12297.7	24641	499.07	1866.4	23471	505.5	8394.2	19948	420.8	الخضر

المصدر: الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد رقم 36، المنظمة العربية للتنمية الزراعية 2016، ص ص: 38 - 62.

- وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري، 11 / 10 / 2014، 15:44. من الموقع: www.minagri. dz

بين الجدول أعلاه تطور الإنتاج النباتي بالجزائر لفترة 2008 – 2015 حيث نلاحظ أن الإنتاج النباتي متذبذب بين سنة وأخرى نتيجة لتعدد خصائص كل منطقة بالإضافة إلى معدلات التساقط بكميات الأمطار بين الشمال والجنوب، حيث نلاحظ من الجدول ما يلي:

أ. **الحبوب:** تقدر مساهمة الجزائر بحوالي 11 % من مجموع الدول العربية، فيما يخص إنتاج القمح و 22 % فيما خص الشعير¹. يمثل القمح أهم محصول في الحبوب، بلغ إنتاجه سنة 2015 حوالي 37.7 مليون قنطار وهذا بارتفاع طفيف عن سنة 2014 التي بلغ فيها الإنتاج حوالي 33 مليون قنطار بمتوسط إنتاجية 13.5 مليون قنطار خلال الفترة 2000 – 2008 إلى 21 مليون قنطار خلال فترة 2009 – 2015².

كما تجدر الإشارة إلى أن السلطات العمومية قد طرحت مشاريع السقي التكميلي من أجل ضمان حد أدنى من إنتاج القمح، بغض النظر عن الظروف المناخية وزيادة حجم الإنتاج في إطار إستراتيجية الأمن الغذائي.

ب. **الخضر:** بلغت مساحة الأراضي المخصصة لإنتاج الخضر سنة 2015 أكثر من 511.02 ألف هكتار، وقد وصل الإنتاج إلى حوالي 124.7 مليون قنطار ويتمركز إنتاجها في السهول خاصة الغربية منها بسبب خصوبة التربة وارتفاع معدلات تساقط الأمطار في هذه المناطق، وقد تم تسجيل إنتاجه متزايد لها في المناطق الصحراوية في السنوات الأخيرة مع سياسات دعم الدولة لشراء البذور وتحسين نوعيتها، واستعمال السقي بالمياه الجوفية وبناء البيوت البلاستيكية³.

ج. **البطاطس:** تعتبر البطاطس من المحاصيل الفلاحية ذات الاستهلاك الواسع في الجزائر، كما تمثل المادة الأولية للكثير من الصناعات الغذائية، لذلك فقد عرف

¹ تقرير أوضاع الامن الغذائي العربي 2014، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الخرطوم، السودان، 2014، ص: 6.

² الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، اعداد مختلفة، 2014 – 2015، مجلد رقم 34 – 35.

³ نفس المرجع، ص: 52.

إنتاجها اهتماما كبيرا من طرف السلطات العمومية من خلال تقديم إعانات كبيرة لمنتجيتها، مما أدى إلى إحداث قفزة كبيرة في الإنتاج حيث انتقل من متوسط مليون قنطار للفترة 2008 – 2012 إلى أكثر من ... مليون قنطار في الفترة 2015¹.

د. **الطماطم:** تعتبر الطماطم أيضا طلبا كبيرا سواء بالنسبة للمستهلكين النهائيين أو بالنسبة لبعض الصناعات الغذائية، بلغ إنتاجها سنة 2014 حوالي 10.65 مليون قنطار بعد أن كان المتوسط حوالي 7.96 مليون قنطار في الفترة 2008 – 2012 كما انتقلت المساحة المخصصة للإنتاج من حوالي 21.54 ألف هكتار إلى 24.07 ألف هكتار بين الفترتين².

هـ. **البقوليات:** بلغت المساحة المخصصة لزراعة البقوليات سنة 2014 والي 90.5 ألف هكتار، كما بلغ الإنتاج في نفس السنة أكثر من 93.7 ألف طن، وارتفعت مساحة إنتاج البقوليات ارتفاعا ملحوظا حيث انتقلت من متوسط 75.3 ألف هكتار في الفترة الإنتاجية إلى 10.27 قنطار / هكتار سنة 2015، بعد أن كانت عند متوسط 9.88 قنطار / هكتار في الفترة 2008 – 2012³.

و. **الزيتون:** يعتبر الزيتون من المحاصيل المهمة في الجزائر وذلك بتقنية الزيت الذي تمركز زراعات في مناطق القبائل وبعض الولايات الشرقية وصنف زيت المائدة الذي تتمركز زراعته في ولايتي معسكر وغليزان، بلغ الإنتاج الإجمالي سنة 2015 حوالي 4.2 مليون قنطار، وهذا بانخفاض ملحوظ عن سنة 2013 التي وصل فيها الإنتاج إلى أكثر من 5.7 مليون قنطار⁴، إضافة إلى بعض المحاصيل الأخرى.

¹ منظمة الاغذية والزراعة للامم المتحدة (F. A. O). <http://Fenix.Fao.org/Faostat/beta/en/#duta/Qc>.

² الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد رقم 36، مرجع سابق، ص: 53.

³ نفس المرجع، ص: 40.

⁴ منظمة الاغذية والزراعة للامم المتحدة (f. A. O).

ز. **البرتقال:** وصل الإنتاج سنة 2015 إلى حوالي 9.55 مليون قنطار وقدرت المساحة المثمرة نفس السنة حوالي 42.95 ألف هكتار، وهذا بعد أن كان متوسط الفترة 2008 – 2012 حوالي 6 مليون قنطار والمساحة المثمرة 40.9 ألف هكتار¹.

ح. **العنب:** بلغ إنتاج العنب سنة 2014 حوالي 5.18 مليون قنطار وبلغت المساحة المثمرة في نفس السنة بحوالي 66.42 ألف هكتار، وهذا بعد أن كان متوسط الفترة 2007 – 2011 حوالي 5.4 مليون قنطار والمساحة المثمرة 68.67 ألف هكتار².

ط. **التمور:** رغم الجودة الآلية التي تمت بها التمور الجزائرية، إلا أن إنتاج التمور يواجه عدة تحديات لضرورة تجديد غابات النخيل التي تعاني الشيوخوخة بآلاف الأشجار، وتدارك النقائص الكبيرة الموجودة على مستوى وحدات التوضيب وإجراءات التصدير غير المحفزة، بلغ متوسط إنتاج الفترة 2010 – 2013 حوالي 7.51 مليون قنطار³، ثم وصل الإنتاج سنة 2014 إلى حوالي 9.34 مليون قنطار كما بلغ عدد أشجار النخيل المثمرة أكثر من 15 مليون شجرة⁴

نستخلص مما سبق من الإحصائيات السابقة، ومما استعرضناه للإنتاج النباتي بالجزائر لم يعرف نموا وتيرة مستقرة وإنما عرف بالتذبذب من سنة لأخرى، من خلال دراستنا للتركيب المحصولي يتضح، أن مجموعات المحاصيل الزراعية قد عرفت تقلبات متفاوتة الشدة من موسم لآخر تتحدد تبعا للظروف المناخية التي تسود هذا الموسم أو ذلك، ولعل النتيجة التي نخرج بها من وراء هذه الاختلافات وهذا التذبذب الحاصل على مستوى الإنتاج والإنتاجية هي الوضعية السيئة التي يعيشها قطاع الزراعة وخاصة مجال الإنتاج النباتي.

¹ منظمة الاغذية والزراعة للامم المتحدة (f . A . O) . ص: 76.

² نفس المرجع، ص: 72

³ منظمة الاغذية والزراعة للامم المتحدة (F . A . O) .

⁴ مرجع سابق، ص: 68.

وأمام هذه الوضعية المتردية فإن ترقية الإنتاج النباتي قد أصبح ضرورة ملحة، وذلك من أجل التخفيف من وطأة العجز الذي تعرفه البلاد خاصة في مجال الحبوب والبقول الجافة.

المطلب الثاني: الإنتاج الحيواني بالجزائر

يشكل الإنتاج الحيواني جزءا مهما من الإنتاج الزراعي من حيث مساهمته في الناتج المحلي الزراعي، من حيث مساهمته في تغطية الاحتياجات الإستهلاكية للسكان من المنتجات الحيوانية المختلفة، وتزداد أهميته أكثر نظرا لثقله في تركيبه الإنتاجي الزراعي، وأهم ما تتكون منه الثروة الحيوانية ففي الجزائر هي الأبقار والغنم والماعز والخيول والإبل، بالإضافة إلى الدواجن والأسماك، ويمكن معرفة وضعية الإنتاج الحيواني بالجزائر من خلال متابعة تطور الكميات المنتجة من اللحوم بنوعها الحمراء والبيضاء وكذلك تطور إنتاج الحليب والبيض،

الجدول رقم 2 – 3: تطور الإنتاج الحيواني بالجزائر 2008 – 2015

2015	2014	2013	متوسط الفترة 2008 – 2012	البيان
2149.55	2049.65	1909.46	1423.49	عدد البقر
28111.77	27807.73	26572.98	22640.58	عدد الأغنام
5013.95	5129.84	4910.70	4201.36	عدد الماعز
362.27	354.47	344.02	313.79	عدد الجمال
42.37	42.01	45.04	44.79	عدد الخيول

المصدر: الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد رقم 36، المنظمة العربية للتنمية الزراعية 2016، ص: 112

نلاحظ من خلال الجدول السابق تطور اعداد الحيوانات في الفترة 2008 – 2015، فهي في تزايد مستمر لمختلف الاصناف.

الجدول 2 – 4: تطور الإنتاج الحيواني بالجزائر 2008 – 2015

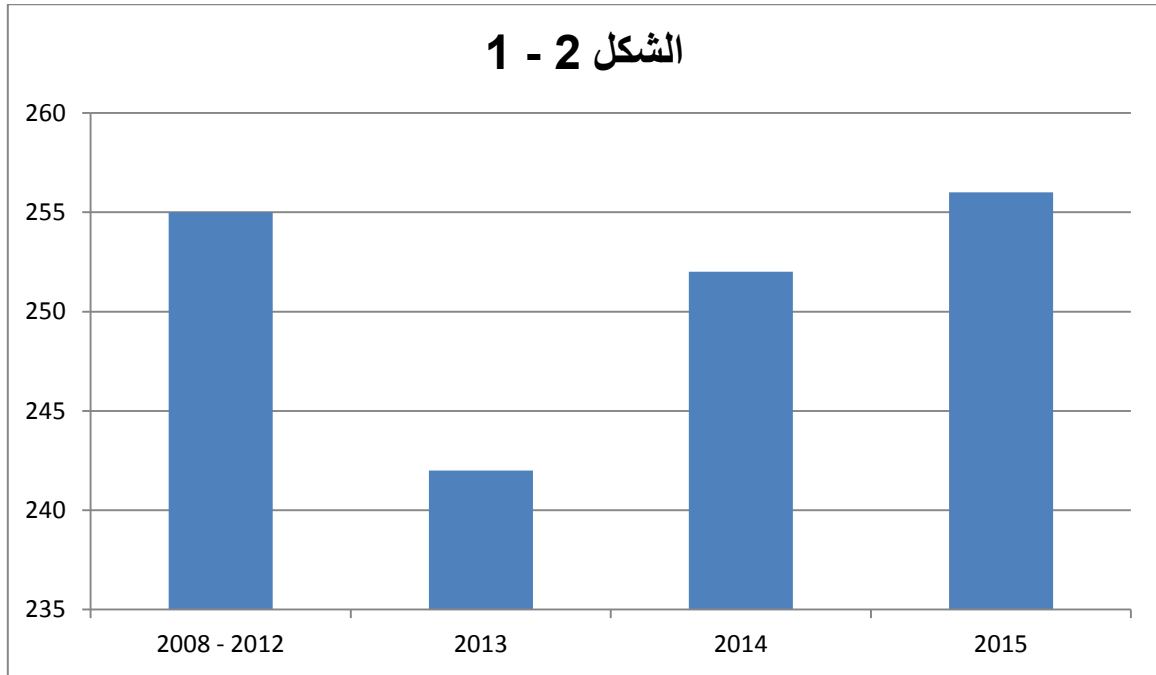
السنوات	إنتاج اللحوم الحمراء	إنتاج اللحوم البيضاء	إنتاج الحليب (لتر)	إنتاج البيض
متوسط 2008-2012	255	265	2667	219
2013	242	218	3400	299
2014	252	463	3648	303
2015	256	512	3895	335

المصدر: الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد رقم 36، المنظمة العربية للتنمية الزراعية 2016، ص: 112.

أ. إنتاج اللحوم:

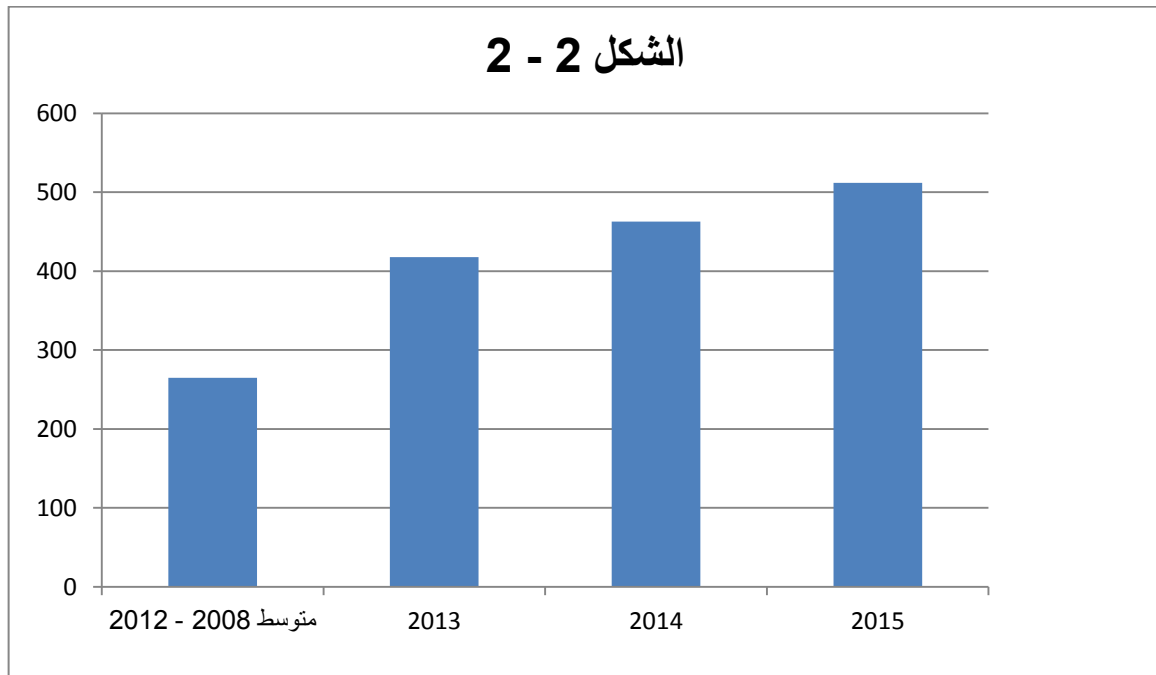
عرف إنتاج اللحوم بنوعيتها الحمراء والبيضاء اهتماما كبيرا، من طرف الوزارة المعنية نظرا للتأثير الكبير لهذه المادة الغذائية على المستوى المعيشي للإفراد والشكلان يوضحان إنتاج اللحوم خلال الفترة 2008 – 2015

الشكل 2 - 1: تطور إنتاج اللحوم الحمراء في الجزائر خلال الفترة 2008 - 2015



المصدر: من أعداد الطالب اعتمادا على معطيات الجدول رقم 1

الشكل 2 - 2: تطور إنتاج اللوم البيضاء في الجزائر خلال الفترة 2008 - 2015



المصدر: من أعداد الطالب اعتمادا على معطيات الجدول رقم 1

نلاحظ انطلاقا من معطيات الجدول رقم 2 - 4، والشكلين الموائين له أن متوسط إنتاج

اللحوم الحمراء في الجزائر في الفترة 2008 - 2012 كان أكبر من متوسط الفترة

2012 – 2015 مما يعني أن إنتاج اللحوم الحمراء قد عرف انخفاضا ملحوظا رغم أنه في سنة 2014، قد عاود الارتفاع وقارب متوسط إنتاج الفترة 2008 – 2012 وفي المقابل نلاحظ أن إنتاج اللحوم البيضاء قد عرف ارتفاعا متواصلا، فبعد أن كان عند حدود 220 ألف طن في متوسط الفترة 2008 – 2012 تجاوز ضعف هذا المتوسط سنة 2015 بإنتاج فاق 460 ألف طن.

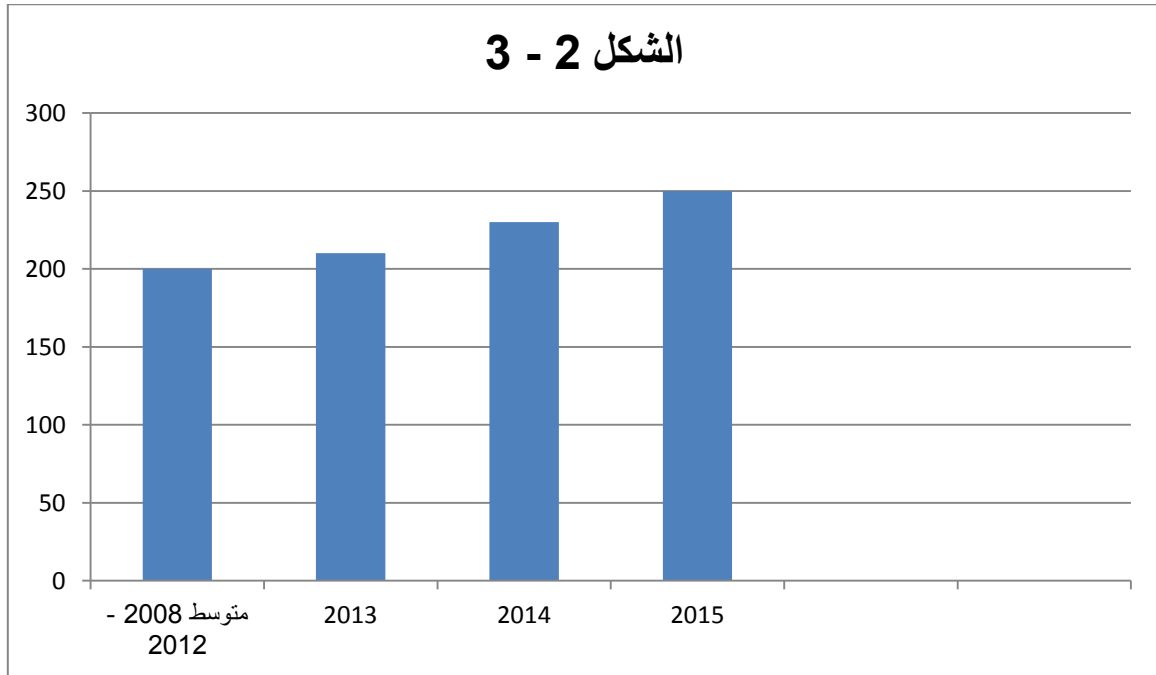
يعود انخفاض إنتاج اللحوم الحمراء في سنتي 2012 و 2013 وبدرجة اقل سنة 2015 إلى نقص الطلب الذي تسبب فيه انتشار بعض الأمراض التي أصابت الأغنام والأبقار، مثل الحمى المالطية، وجنون البقر، حيث أدى تراجع الطلب إلى عزوف الكثير من منتجي اللحوم عند ذبح الماشية رغم أنه تم تسجيل ارتفاع في عدد رؤوس الأغنام والأبقار من حوالي 26.6 مليون رأس في الفترة 2008 – 2012 إلى والي 28.1 مليون رأس في الفترة 2012 – 2015، وارتفع متوسط عدد رؤوس الأبقار من 1.4 مليون رأس إلى حوالي 2.1 مليون رأس بين الفترتين¹، كما يعود ارتفاع الإنتاج من جديد سنة 2015 إلى تحكم السلطات العمومية في انتشار هذه الأمراض من خلال حملات التلقيح، والمتابعة وكذا المراقبة الصارمة للماشية المستوردة.

أما بخصوص اللحوم البيضاء، فقد عرفت ارتفاعا كبيرا ومتواصلا بفضل سياسة دعم المنتجين والموافقة البيطرية بالإضافة إلى تسهيل منح قروض تشغيل الشباب الخاصة بنشاط تربية الدواجن، حيث أدى إلى عصرنة أكواخ الدجاج بما يتماشى مع الشروط البيطرية وتخصص الكثير من المناطق الريفية في هذا النوع من النشاط لفلاحي.

ب. إنتاج البيض: يتمركز نشاط البيض في المناطق الريفية التي يتمركز فيها نشاط تربية الدواجن، وتتواجد عدة أكواخ دجاج البيض بالقرب من أكواخ دجاج اللحم، ويمارس الكثير من الفلاحين النشاطين معا، والشكل الموالي يلخص أكثر تطور إنتاج البيض انطلاقا من معطيات الجدول السابق.

¹ الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد رقم 35، مرجع سابق، ص ص : 113 – 114.

الشكل 2 - 3: تطور إنتاج البيض في الجزائر خلال الفترة 2008 - 2015



المصدر: من أعداد الطالب اعتمادا على معطيات الجدول رقم 1

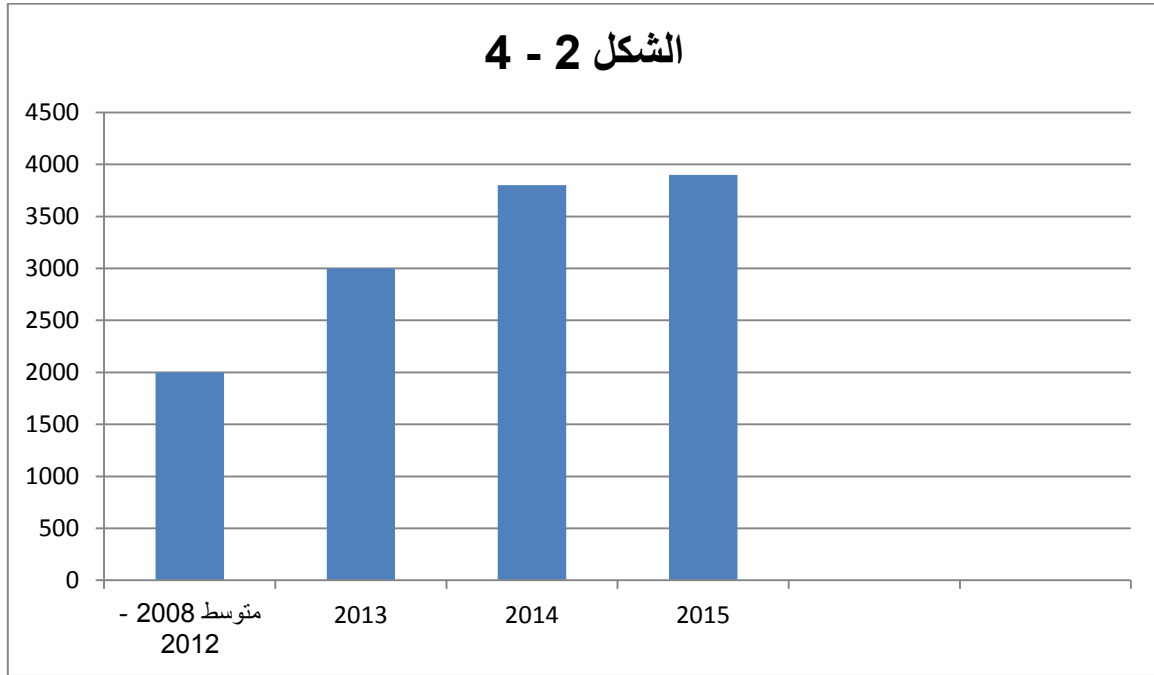
نلاحظ من خلال معطيات الجدول 2 - 4 والشكل السابق تطور إنتاج البيض خلال الفترة 2008 - 2015 حيث نلاحظ أن إنتاج البيض قد عرف ارتفاعا متواصلا، فبعد أن كان في حدود 219 ألف طن في الفترة 2008 - 2012 ارتفع إلى حدود 371 ألف طن في سنة 2015.

تبين المعطيات أن إنتاج آلي مثله مثل إنتاج دجاج اللحم، قد عرف أيضا تطورا ملحوظا بفضل سياسة الدعم المقدمة من قبل الدولة كما ساهمت في هذا السياق، أن مربّي دجاج البيض يواجهون في الكثير من الحالات مشكلة الارتفاع الكبير في أسعار أعلاف وأدوية الدواجن الناتجة من عوامل المضاربة والاحتكار.

ت. إنتاج الحليب: انطلاقا من الأهمية الكبيرة لمادة الحليب على اعتبار أنها من المواد ذات الاستهلاك الواسع، التي تكلف الدولة مبالغ كبيرة من خلال دعم سعر الحليب، فلقد وضعت وزارة الفلاحة تشجيع إنتاج الحليب في صلب اهتماماتها، وهذا من خلال مرافقة ودعم المستثمرين في هذا النشاط من استيراد الأبقار

الحلوب وصولاً إلى عملية الإنتاج، إضافة البلاد ضمان شراء الحبوب المسوقة. والشكل الموالي يلخص تطور إنتاج الحليب.

الشكل 2-4: تطور إنتاج الحليب في الجزائر خلال الفترة 2008 – 2015



المصدر: من أعداد الطالب اعتماداً على معطيات الجدول رقم 1.

انطلاقاً من معطيات الجدول رقم 2 – 4 والشكل السابق نلاحظ أن إنتاج الحليب قد عرف ارتفاعاً متواصلاً خلال الفترة 2008 – 2015 حيث ارتفع الإنتاج بأكثر من 266.7 ألف طن بين متوسط الفترة 2008 – 2012 وسنة 2014 بـ 389.5 ألف طن، لأهمية الإستراتيجية في خفض قيمة الواردات الغذائية وتوفير مناصب العمل وأيضاً دور هذا النشاط الفلاحي في الأمن الغذائي.

المطلب الثالث: الثروة السمكية والإنتاج السمكي

1. الإنتاج السمكي

تتميز مصادر الإنتاج السمكي في الجزائر، بالتنوع من حيث الموارد البحرية، حيث تفوق السواحل البحرية الجزائرية 1200 كم المطلّة على البحر الأبيض المتوسط، هذا ما جعلها تتميز بالتنوع في الموارد البحرية، وكذلك احتلالها للمراتب الأولى بين الدول العربية والدول المتوسطية من حيث الإنتاج السمكي. إذ تعد الثروة السمكية مصدرا هاما للحصول على البروتينات التي يحتاجها الإنسان في غذائه اليومي، كما أنها تساهم في دعم الأمن الغذائي بالجزائر من خلال تأمين احتياجات البلاد من مادة غذائية مهمة، والجدول التالي يوضح تطور إنتاج الأسماك بالجزائر خلال الفترة 2008 – 2015.

الجدول رقم 2 – 4: تطور إنتاج الأسماك بالجزائر خلال الفترة 2008 – 2015

2015		2014		2013		متوسط الفترة 2012 – 2008	
مزارع	مصايد	مزارع	مصايد	مزارع	مصايد		
1,31	104.79	2.41	99.17	2.19	101.86	123,78	

المصدر: الكتاب السنوي للإحصاءات السمكية في الوطن العربي، المجلد رقم 10، المنطقة العربية للتنمية الزراعية، الخرطوم، 2016، ص: 169.

يبين الجدول رقم 2 – 4 تطور إنتاج الأسماك في الجزائر خلال الفترة 2007 – 2014 حيث بلغ متوسط الفترة 2008 – 2012 101.86 ألف طن، ليسجل انخفاض في الإنتاج السمكي بـ 99.17 ألف طن سنة 2014 وذلك على مستوى المصائد، في حين نلاحظ على مستوى المزارع السمكية فسجلت سنة 2014 أعلى إنتاج قدر بـ 2.41 ألف طن مقارنة بالفترتين 2013 و 2015، والتي سجلت على التوالي 2.19 و 1.31 ألف طن.

2. تطور إنتاج السمك في الجزائر:

إن تطور أسعار السمك بالجزائر وتحليلها يسمح بالكشف عن إمكانيات القطاع وقدرته على مواجهة الطلب على المنتجات السمكية وتحديد المشاكل المختلفة التي تعترض

السير الحسن لهذا النشاط الإنتاجي عند التطرق لمسألة أسعار السمك بالجزائر خلال الزمن، وسنحاول أخذ صورة كاملة عن الإتجاه العام لتطور أسعار بعض أنواع السمك من خلال الجدول التالي.

الجدول رقم 2 - 5: تطور أسعار بعض أنواع السمك في الجزائر خلال الفترة 2010 - 2014.

جانفي 2014	فيفري 2013	فيفري 2001.2014	فيفري 2014	جانفي 2014	فيفري 2013	2001	الوحدة	
3.30	2.72	365.95	410.78	397.67	399.89	88.16	كلغ	السردين الطازج
0.63	2.27	223.90	1976.78	1980.23	1924.17	607.52	كلغ	الجمبري الأحمر
5.13	1.73	183.75	1311.23	1247.29	1288.93	462.10	كلغ	سمك سلطان إبراهيم
3.41	7.85	211.27	1003.09	1038.50	1088.58	322.26	كلغ	اسماك السردين متعددة الألوان
2.78	0.04	168.36	1257.09	1223.07	1257.63	468.43	كلغ	سمك البياض

المصدر: نذير غانية، إشكالية التنمية المستدامة لقطاع الصيد البحري في الأقاليم الساحلية الجزائرية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 5 ديسمبر 2016، ص: 65. الديوان الوطني للإحصائيات (O. N. S)، رقم 219 سنة 2014، ص: 5.

تعتبر الثروة السمكية من المصادر الرئيسية للغذاء والبروتين حيث أنها تشكل حوالي 16% من البروتين الذي يستهلكه الإنسان، وهناك أكثر من 2 مليار يستهلكون البروتين من المنتجات البحرية، وفي هذا الإطار يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أسعار الأسماك بالجزائر في تزايد مستمر، خاصة أسماك السردين الذي يعتبر السمك الأول عند الجزائريين يمثل 84% من إجمالي المنتج الوطني، حيث نجد أنه ارتفع من 88.16 دج سنة 2001 كمتوسط في السنة إلى 410.78 دج سنة 2014 أي بنسبة زيادة بـ 365.95% أي نسبة مرتفعة جدا، وفي نفس الشيء بالنسبة للجمبري الأمر، سمك سلطان إبراهيم، أسماك السردين متعدد الألوان، وسمك البياض التي تضاعفت خلال الفترة 2001 - 2014 بالنسب على التوالي 223.90، 183%، 211.27%، و168.36%.

3. معوقات تنمية الثروة السمكية بالجزائر:

من خلال تتبع تطور قطاع الصيد البحري في الجزائر يمكن إبراز أهم العراقيل والمعوقات التي تواجد تطور هذا القطاع¹

✓ الاصطياد الجائر:

أي غير الأمثل وهو الاصطياد العشوائي، الذي لا يأخذ بعين الاعتبار الأسس العلمية كتنمية المصايد البحرية، من خلال عدم الالتزام بقوانين الصيد وتهريب كميات كبيرة من الأسماك عالية الثمن، استخدام المتفجرات أو الدينامين في عمليات الصيد واصطياد أسماك صغيرة الحجم.....الخ.

✓ ضعف الهياكل القاعدية والبنية الأساسية كقطاع:

يعتبر ضعف البنية الأساسية من أهم المشاكل التي يعاني منها القطاع في الجزائر، والتي تتكون من الموانئ المخصصة للصيد البحري وكذلك المنشآت التابعة لها إضافة إلى طرق المواصلات .

¹ - بن لاغة محمد رضا، انعكاسات السياسة الفلاحية- على تطور قطاع الصيد البحري في الجزائر خلال الفترة 2000-2010، ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع تحليل اقتصادي، 2012-2013 ص ص: 125-126.

✓ التلوث:

يعتبر من أهم المشاكل التي تتعرض الثروة السمكية، وذلك لسرعة انتشاره في الماء وتأثيره على الحيوانات والنباتات البحرية، وهذا التلوث ناجم عادة عن الصرف الصحي والزراعي والصناعي والبتترول والمواد الكيماوية التي تفرزها السفن في عرض البحار.

✓ انخفاض الكفاءة الإنتاجية لوحدات الصيد:

ويرجع ذلك إلى:

- عدم تطوير أساليب ومعدات الصيد المستخدمة بما يساعد على الإتجاه نحو مناطق الصيد الغير مستغلة في المياه الأكثر عمقا.
- عدم توفر التدريب والإرشاد السمكي، لإكساب المهارات اللازمة للتشغيل معدات الصيد المتطورة.....الخ.

✓ العجز في التمويل والائتمان السمكي:

إن منح الائتمان السمكي يعتبر أحد المحددات العامة في تطوير هذا القطاع، نظرا لأن هذا النشاط يتكيف بالموسمية في الإنتاج كما يتصف بارتفاع عنصر المخاطرة.

✓ هجرة العمالة السمكية:

العمالة في النشاط السمكي تعتبر من أنواع العمالة الفنية المتخصصة والتي تحتاج إلى كثير من التدريب والخبرة، ولكن مع تدهور معيشة العاملين في هذا القطاع وتدني القيمة الحقيقية للأجور إضافة إلى انعدام المرافق الضرورية للحياة في بعض المناطق، بدأت العمالة تنقل شيئا فشيئا سعيها منها وراء أجور مرتفعة والبحث عن حياة أفضل.

✓ عجز الجانب البحثي والإحصاء السمكي:

يعاني البحث قصورا شديدا في مجالات مختلفة والذي يرجع إلى العديد من المعوقات التي تتفق أمام الباحثين أهمها:¹

- معوقات فنية: نقص الكوادر المؤهلة العاملة في هذا القطاع.
- معوقات مالية: نقص المخصصات المالية لممارسة النشاط البحثي.
- معوقات مؤسسية: انعدام مراكز البحث في هذا المجال
- العجز الواضح في توفير الذريعة خاصة، ما تعلق ببعض الأنواع ذات القيمة التسويقية العالية.

¹ - بن بلاغة محمد رضا. مرجع سابق ص:128.

المبحث الثاني: مساهمة القطاع الزراعي في الاقتصاد الوطني.

إن من أهم القطاعات محل اهتمام الدولة، خاصة في السنوات الأخيرة وتظهر الأهمية الكبيرة لهذا القطاع في الاقتصاد الوطني، من خلال مساهمته في الناتج المحلي والإجمالي وفي تأمين فرص عمل بنسبة كبيرة من السكان خاصة في المناطق الريفية والمساهمة في توفير المواد الغذائية الضرورية لهم، إضافة إلى المساهمة في تطوير القطاعات الأخرى خاصة القطاع الصناعي نظرا للعلاقة المتبادلة بينهما.

المطلب الأول: مساهمة القطاع الزراعي في إجمالي الناتج الوطني وتوفير مناصب شغل.

يعد القطاع الزراعي من القطاعات الهامة في الجزائر من حيث مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي ولما يستوعبه من حجم القوة العاملة الإجمالية خاصة المناطق الريفية وهو ما تناوله فيما يلي:

أولاً: مساهمة القطاع الزراعي في إجمالي الناتج الوطني:

تختلف نسبة مساهمة القطاع الزراعي في إجمالي الناتج الوطني من دولة إلى أخرى، حسب طبيعة اقتصاد كل دولة والأهمية التي توليها الدولة لهذا القطاع مدى تطوره، وفي الجزائر يحتل القطاع الزراعي أهمية حيث مساهمته في تكوين الدخل الوطني، وتوفير الدخل لنسبة كبيرة من السكان وفي الرفع من متوسط نصيب الفرد من هذا الدخل، الذي يعتبر من أهم المؤشرات التي توضح النمو الاقتصادي للبلاد والجدول الآتي توضح تطور ناتج الزراعي في الناتج المحلي الإجمالي بالجزائر.

الجدول رقم 2-6: تطور الناتج المحلي الإجمالي والناتج الزراعي الإجمالي خلال فترة 2013-2015.

مليون دولار أمريكي (بالأسعار الجارية)،

2015	2014	2013	
166894.00	213343.00	209415.56	الناتج المحلي الإجمالي
19718.00	21966.60	20573.39	الناتج الزراعي الإجمالي
493.41	561.60	537.21	نصيب الفرد من الناتج الزراعي

المصدر: الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية، المجلد رقم 36: المنظمة العربية للتنمية الزراعية. الخرطوم. 2016 ص ص: 11-12.

التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2014-2015-2016.

من الجدول نلاحظ أن الناتج الزراعي الإجمالي عرف تذبذبا كبيرا خلال الفترة 2013-2015 حيث ارتفع من 20573,39 مليون دولار إلى 219666,60 مليون دولار خلال الفترة 2013-2014 ليشهد انخفاضا إلى 19718,00 مليون دولار لسنة 2015، وإن الناتج المحلي الإجمالي خلال نفس الفترة هو الآخر عرف تذبذبا إذا ارتفع من 209415,56 إلى 213343,00 مليون دولار خلال الفترة 2013-2014 لينخفض من جديد سنة 2015 ليصل إلى 166894,00 مليون دولار.

وهذا راجع إلى التطور الحاصل في القطاعات الأخرى، خاصة قطاع المحروقات الذي ساهم بكثير في هذه الزيادة خاصة مع ارتفاع أسعاره، خلال الألفية الثالثة مع العلم أن الأسعار عرفت شبه استقرار هذا ما يعني أن الزيادة كانت في حجم الإنتاج أكبر منها في الأسعار

وبالتالي مساهمة الإنتاج الزراعي في الناتج المحلي الإجمالي مساهمة بسيطة جدا، وذلك لما تزخر به الجزائر من موارد بترولية ضخمة.

أما نصيب الفرد من الناتج الزراعي فقد لازم هذا التطور خلال نفس الفترة إذا يسجل ارتفاع 537,21 دولار خلال سنة 2013 إلى 561,60 دولار سنة 2014 ثم انخفض سنة 2015 إلى 493,41 دولار، وهذا التغير مرتبط بأداء النشاط الفلاحي والظروف المناخية وسقوط الأمطار.

ثانيا: مساهمة القطاع الزراعي في توفير فرص العمل:

يهدف القطاع الزراعي عامة إلى توفير فرص العمل للمستغلين بالفلاحة، وفي مجال تخصصها بحيث يكون لها تأثير كبير في زيادة الدخل للعامل والمجتمع ككل، ويمكن ملاحظة مدى استيعاب القطاع الزراعي في الجزائر لحجم العمالة كما هو مبين في الجدول الآتي :

الجدول رقم 2-7: مساهمة القطاع الزراعي في توفير العمالة في الجزائر خلال الفترة 2013-2015.

السنوات	2013	2014	2015
القوى العاملة الكلية (A)	11964	11454	11931
القوى العاملة الزراعية (B)	2528.90	2550.60	2959.80
نسبة المساهمة (B من A) %	21%	22%	24.8%

المصدر: الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية- المجلد رقم 36 المنظمة العربية للتنمية الزراعية -الخرطوم 2016 ص: 4

يتبين من خلال معطيات الجدول رقم (2-7) تغيرات منذ البداية في حجم اليد العاملة في القطاع الزراعي وذلك طيلة 2013-2015 كما و الحال عليه في القوى العاملة الكلية. وهذا راجع لعدة أسباب أهمها:

الهجرة الداخلية من الريف إلى المدينة، وكذا مستوى الأداء الخدماتي للمواطن في الريف مع تطويقه في المدينة (تعليم، صحة، كهرباء).

المطلب الثاني: مساهمة القطاع الزراعي في تغطية الطلب على الغذاء

1. مساهمة القطاع الزراعي في تغطية الطلب على الغذاء

للزراعة دور وتأثير واضح في التنمية الاقتصادية، من خلال توفير الاحتياجات الغذائية للأفراد، فالقطاع الزراعي متنوع في إنتاجه الغذائي كمحاصيل الحبوب والخضروات والفواكه والمنتجات الحيوانية بأشكالها المختلفة، إلا أن ذلك التنوع وتلك الجهودات والسياسات المطبقة من قبل الدولة الجزائرية لا تزال بعيدة كل البعد عن تحقيق اكتفاء ذاتي.

الجدول 2 - 8: تطور مساهمة الإنتاج الزراعي المحلي في تغطية الطلب على الغذاء خلال سنة 2015

البيان	الإنتاج	الصادرات		الواردات		الميزان		المتاح للاستهلاك الذاتي	نسبة الاكتفاء الذاتي
		القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية		
مج الحبوب	3760.90	0.88	3.14	3523.76	13824.26	3522.89	13821.12	17582.07	21.39
البطاطس	4539.58	0.01	0.03	93.38	152.94	93.37	152.91	4682.49	96.74
جملة البقوليات	87.39	0.00	0.00	239.45	228.24	239.45	228.24	315/64	27.69
جملة الخضر	12469.33	5.49	3.55	29.51	30.75	24.02	27.20	12496.53	99.78
جملة الفاكهة	4323.11	34.59	28.52	326.32	440.64	291.73	412.12	4735.25	91.30
السكر (مكرر)		150.53	343.04	717.49	1782.17	566.95	1439.13	1439.13	0.00
جملة الزيوت والشحوم	1090	1.04	0.87	612.57	802.26	11.53	801.40	803.30	0.24
جملة اللحوم	769.00	0.24	1.82	260.46	69.02	260.22	67.20	836.20	91.96
الأسماك	106.10	6.60	1.90	113.95	43.43	107.57	41/52	147.62	71.87
البيض	335	0.00	0.00	1.16	0.23	1.16	0.23	335.23	99.93

53.59	67.52	1168.15	3372.65	1168.59	3373.15	0.44	0.60	389500	الألبان ومنتجاتها
		6886.82		7086.63		199.81			الجملة

المصدر: الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد رقم 36، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الخرطوم، 2016، ص:

293

إحصائيات التجارة الخارجية خلال الأشهر 9 الأولى 2015 من الموقع www.commevce.gov.dz

يسمح الجدول أعلاه باستنتاج الحقائق التالية:

- انخفاض نسبة مساهمة الإنتاج الفلاحي في تغطية الطلب الوطني على السلع الغذائية بالنسبة لبعض المواد التي تضمنها الجدول.
- رغم أن جميع المواد الواردة في الجدول أساسية فإن انخفاض نسبة الاكتفاء الذاتي منها قد مس بدرجة أكبر المواد الأكثر أهمية في الحصة الغذائية السائدة كالحبوب 21.39% والبقول الجافة 27.69% والحليب 53.59%، والزيوت والدهون 0.2% وذا سنة 2015 م سران ما تسنت هذه النسبة لهذه المواد بفعل سياسة التجديد الفلاحي والريفي.
- الاعتماد الكلي على السوق الخارجية في تلبية الطلب الوطني على مادة السكة ورغم ذلك فإن زراعة الشمندر السكري، لم يحض بالعناية اللازمة في المخططات الزراعية. وظلت المساحة المخصصة لزراعته منعدمة، وباختفاء الانتاج الوطني من الشمندر السكري، تحولت مصانع السكر في كل من خميس مليانة ومستغانم وقالمة إلى مجرد معامل للتكرير وتعبئة خام السكر المستورد.
- تحقيق الاكتفاء الذاتي لمنتوج البيض تقريبا لنسبة 100 % بالدرجة الاولى والبطاطس بنسبة 96.74 % بالدجة الآنية بسبب توج وزارة الفلاحة والتنمية الريفية بالدعم، والتكفل بمصاريف النقل والتأمين وهذا الأمر الذي شجع الفلاحين الاقبال على المزيد من الانتاج.
- عرفت اللحوم بنوعيتها الحمراء والبيضاء، تحسن ملحوظا وحققت نسبة اكتفاء ذاتي 91.96 % والاسماك بنسبة 71.87 % وهذا خلال الفترة 2015.
- جملة الزيوت تقريبا حققت اكتفاء ذاتي حوالي 99.78 % وجملة الفواكه بـ 91.30% خلال نفس الفترة.

2. المجهودات المبذولة لتحقيق الامن الغذائي في شمال افريقيا

تسعى شمال إفريقيا، جاهدة لتحقيق الأمن الغذائي ببذل المجهودات وتطبيق سياسات وبرامج سواء على المستوى الفردي أو في اطار التعاوني الاقليمي، حيث اعتمدت عدت بلدان منذ عام 2008 سياسات زراعية جديدة، وشرعت في اصلاحات تهدف الى زيادة الانتاج والانتاجية الزراعية وتحسين ادارة الاراضي والموارد المائية والاراضي الزراعية لتعزيز الامن الغذائي ومن بين هذه البلدان الجزائر¹.

شملت سياسة التجديد في مجالي الزراعة والتنمية الريفية التي نفذت في سياسة التجديد الفلاحي والقروي التي انطلقت في 2009 جاءت في واقع الأمر لتستجيب لكل الاسئلة المتصلة بالامن الغذائي لبلادنا.

يتعلق الجاب الاول من السياسة بقطاع الزراعة فالحكومة تعمل على دعم شراء المدخلات والمعدات الزراعية ودعم السلع الاستراتيجية التي تكون اسعارها مضمونة (الحبوب، الباقوليات، والحليب غير المجهز) وانجاز الهياكل الاساسية الزراعية ومنح علاوات للقروض الزراعية وتمويل نظامن الرقابة على انتاج السلع الاساسية المستهلكة على نطاق واسع (البطاكنس بوجه خاص)، وفي هذا السياقتم اعتماد قانون التوجيه الزراعي في عام 2009 وشيد هذا القانون ايضا على التمويل الريفي والتامين الزراعي، كمات يتعلق الامر بالتجديد الزراعي والريفي ويستند في هذات الى ابرام عقود الاداء التي مع الولايات التي تقدم الاعانات للمزارعين الذين حققوا النتائج المرجوة (الائتمانات بدون فائدة، والاعفاء من الضرائب).

¹ قوريش نصيرة، التنمية الزراعية والتحديات، الامن الغذائي في شمال افريقيا، الملتقي الدولي التاسع، حول – استدامة الامن الغذائي في الوطن العربي في ضوء المتغيرات والتحديات الاقتصادية، جامعة حسبة بن بو علي، الشلف، نوفمبر 2014، : 12.

المطلب الثالث: مساهمة القطاع الزراعي في التجارة الخارجية

يحتل القطاع الزراعي دورا هاما من ناحية قدرته على توفير الموارد النقدية واستخدامها في الاحتياجات الاساسية للتنمية الاقتصادية وذلك من خلال التسويق الخارجي للمنتوج الجزائري.

1. تطور واردات المواد الغذائية الاساسية بالجزائر

لعل اهم ما يتم استيراده من المواد الغذائية الاساسية في الجزائر الحبوب والباقوليات الجافة وذلك للانخفاض الحاصل في الانتاج المحلي وزيادة معدلات الاستهلاك من جهة اخرى اضافة الى انخفاض القدرة الشرائية للمستهلكين من جراء التصحيحات الهيكلية التي عرفها الاقتصاد الجزائري .

كما يعرف الحليب كميات كبيرة في الواردات نظرا لارتباط معدلات انتاجه محليا بالظروف المناخية الغير مستقرة، والجدول الموالي يبين اهم واردات الجزائر خلال الفترة 2013-2015.

الجدول رقم (2-9) تطور واردات المواد الغذائية الأساسية خلال الفترة 2013-2015
الكمية = الف طن القيمة = مليون دولار بالأسعار الجارية

السلعة	متوسط الفترة 2008 – 2012		2013		2014		2015	
	كمية	قيمة	كمية	قيمة	كمية	قيمة	كمية	قيمة
الحبوب	9151.34	3037.27	7501.93	2531.56	12430.5	3167.98	13824.2	3523.76
البطاطس	113.81	83.17	74.96	51.42	123.58	88.12	152.94	93.38
القمح	6175.62	2218.00	422.95	1701.92	7417.01	2060.63	8504.86	2406.00
الزيوت النباتية	662.98	806.52	610.52	658.56	778.64	617.78	802.26	612.57
البقوليات	198.68	209.37	185.89	220.35	192.12	229.38	228.24	239.45
الخضر	30.00	16.64	35.83	32.05	27.65	32.56	30.75	29.51
السكر الخام	1397.05	747.68	1415.04	730.89	1928.3	859.75	1937.14	717.49
اللحوم الحمراء	60.55	187.21	40.70	187.36	80.17	306.92	68.95	260.30
الفاكهة	400.80	259.09	331.95	240.97	494.50	392.65	440.64	326.32
الأسماك	25.46	48.19	30.88	84.17	45.81	144.17	43.43	113.95
الألبان	2816.94	1161.97	1932.95	920.95	3516.68	1769.97	3373.15	1168.59

المصدر: احصائيات وحصائل التجارة الخارجية من موقع www.commerce.gov.dz

احصائيات المركز الوطني للإعلام الآلي والاحصائيات التابع للجمارك 2016

من خلال بيانات الجدول نلاحظ ما يلي:

- ارتفاع واردات الحبوب سواء من حيث الكمية والقيمة للفترة 2008-2015 حيث انتقلت الكمية من 9151.34 الف طن الى 3523.76 الف طن في حين انتقلت القيمة بالزيادة من 3073.27 مليون دولار الى 93.38 مليون دولار خلال نفس الفترة .
- سجلت واردات البطاطس تذبذبا معتبرا من حيث الكمية والقيمة اذ بلغت متوسط الفترة 2008 – 2012 113.81 الف طن لتتخفص في سنة 2013 الى 74.96 الف طن لترتفع الى غاية 152.94 الف طن خلال سنة 2015.
- القمح سجل ارتفاعا في الواردات خلال الفترة 2013 – 2015 لتبلغ ذروتها 8504.86 الف طن اما من جانب القيمة فسجلت 2406.00 مليون دولار خلال نفس الفترة.
- الزيوت النباتية هي الاخرى سجلت ارتفاعا خلال سنة 2013 لتصل الكمية الى 610.52 الف طن لتصل سنة 2015 الى 802.26 الف طن اما متوسط القيمة لسنة 2008 – 2012 فكانت 806.52 مليون دولار لتتخفص الى 612.57 مليون دولار سنة 2015.
- البقوليات عرفت تذبذبا محسوسا بالنسبة للكمية والقيمة خلال الفترة 2008 – 2015 اذ بلغت ذروتها 228.24 الف طن سنة 2015 اما القيمة فوصلت الى 747.68 خلال متوسط الفترة 2008 – 2012.
- سجلت الخضر ارتفاعا خلال سنة 2013 لتصل 35.83 الف طن ثم انخفضت في السنة الموالية الى 27.65 الف طن لترتفع من جديد سنة 2015 لتصل 30.75 الف طن نفسها القيمة سجلت ارتفاعا لتبلغ ذروتها 32.56 مليون دولار سنة 2014.

- سجلت واردات السكر الخام ثبات نسبي في الكمية خلال الفترة 2013 – 2015 بـ 1937.14 الف طن سنة 2015 اما بالنسبة للقيمة فقد انخفضت سنة 2015 بـ 717.49 مليون دولار بدما كانت سنة 2003 730.89 مليون دولار.
- تذبذبت واردات اللحوم الحمراء بين الارتفاع والانخفاض من خلال الفترة 2015 حيث بلغت اعلى كمية 80.17 الف طن سنة 2014 وادنى كمية 40.70 الف طن سنة 2013 في حين كانت اعلى قيمة 306.92 مليون دولار سنة 2014 وادنى قيمة 260.30 سنة 2015 .
- عرفت الفاكهة تذبذبا بين فترة 2013 و 2015 حيث بلغت اعلى كمية 494.50 الف طن خلال سنة 2014 مقارنة بسنة 2013 التي سجلت ادنى كمية بـ 331.95 الف طن خلال الفترة 2013 – 2015 اما القيمة فهي كذلك نتعرف تذبذب بين الارتفاع والانخفاض خلال متوسط (2008 – 2012) و 2015 اذ بلغت اعلى قيمة سنة 2014 بـ 392.65 مليون دولار وادنى قيمة 259.09 مليون دولار خلال متوسط الفترة 2008 – 2012.
- الاسماك من ناحية الواردات عرفت ارتفاعا نسبيا خلال الفترة 2008 – 2015 حيث وصلت اعلى كمية من الواردات السمكية سنة 2014 الى 45.81 الف طن و 25.46 الف طن خلال متوسط الفترة 2008 – 2012. في عرفت القيمة اعلى مستوياتها سنة 2014 بـ 144.77 مليون دولار وادنى قيمة كانت ايضا خلال متوسط الفترة 2008 – 2012.
- تذبذبت واردات الالبان من ناحية الكمية والقيمة خلال الفترة 2008 – 2015 اذ عرفت اعلى قيمة 3516.62 الف طن خلال سنة 2014 وادنى قيمة 1983.95 الف طن خلال سنة 2013 اما القيمة فبلغت 1779.97 مليون دولار خلال 2014 وادنى قيمة 920.95 مليون دولار لال سنة 2013.

2. تطور واردات المواد الغذائية الأساسية:

تعتبر الجزائر من الدول الضعيفة لتصدير المواد الغذائية، حيث ان دور الصادرات الزراعية وان نسبة تغطية الواردات الزراعية بالصادرات الزراعية متدني كما اشرنا سابقا وسنتطرق اداه الى صادرات بعض المواد الغذائية الأساسية خلال الفترة 2008

– 2015

الجدول رقم 2 - 10 تطور الصادرات للمواد الغذائية الأساسية بالجزائر خلال سنة 2008 - 2015
القيمة: مليون دولار بالاسعار الجارية
الكمية: الف طن

2015		2014		2013		متوسط الفترة 2008 - 2012		السنوات
القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	السلعة
0.88	3.14	0.03	0.03	0.39	0.75	3.96	8.18	الحبوب
0.01	0.03	0.25	0.69	0.42	0.82	0.05	0.10	البطاطس
0.00	0.00	0.00	0.00	0.39	0.54	3.96	5.89	دقيق القمح
1.04	0.87	0.26	0.15	0.62	0.31	7.40	8.56	الزيوت النباتية
0.00	0.00	N. A	N. A	0.00	0.00	0.03	0.07	البقوليات
5.49	3.55	2.65	3.24	20.18	4.64	9.95	3.46	الخضر
150.53	372.88	227.90	476.54	273.04	474.62	97.50	134.61	السكر الخام
0.24	1.82	0.24	1.82	0.04	0.37	0.08	0.22	اللحوم الحمراء
34.59	28.52	38.50	25.78	20.52	14.75	19.68	14.38	الفاكهة
6.60	1.90	7.74	1.95	4.76	1.23	9.01	2.02	الاسماك
0.44	0.60	0.25	0.34	0.12	0.18	1.65	11.11	الالبان

المصدر: الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد رقم: 36، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الخرطوم، 2016
صفحات مختلفة، 215 الى 259.

حصيلة التجارة الخارجية للجزائر 2015 من الموقع www.andi.dz/statistique

من خلال الاحصائيات المقدمة في الجدول اعلاه نلاحظ ان:

- عرفت صادرات الحبوب انخفاض من حيث الكمية والقيمة خلال الفترة 2008 – 2015 حيث انتقلت الكمية من متوسط الفترة 2008 – 2012 من 8.18 الف طن الى 0.03 الف طن وذلك لسن 2014. اما الية فد انتلت من 3.96 مليون دولار كمتوسط الفترة 2008 – 2012 الى 0.03 مليون دولار سنة 2014 ايا.
- سجلت ادرات البطاطس انخفاضا في الكمية والقيمة معا حيث بلغت اعلى صادراتها 82..0 الف طن خلال سنة 2013 في حين سجلت سنة 2015 ادنى كمية 0.03 الف طن من جانب كانت القيمة 0.42 مليون دولار سنة 2013. اما الية الدنيا سجلت 0.01 مليون دولار خلال فترة 2015.
- دقيق القمح سجل انخفاضا في الصادرات من حيث الكمية والقيمة معا حيث انتقلت الكمية من 5.89 الف طن خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 لتصل الى 0.54 الف طن سنة 2013 في حين عرفت القيمة انخفاضا من 3.96 مليون دولار خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 الى حين 0.39 مليون دولار سنة 2013
- الزيوت النباتية عرفت تذبذبا بين الارتفاع والانخفاض خلال الفترة 2008 – 2015 حين بلغت اعلى الصادرات خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 لتصل الى اعلى كمية 8.56 الف طن وادنى كمية سنة 2014 بـ 0.15 الف طن. اما القيمة فبلغت 7.40 مليون دولار خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 كاعلى قيمة و 0.26 مليون دولار كادنى قيمة خلال الفترة 2014.
- الخضر تذبذبت في الكمية نسبيا خلال الفترة 2008 – 2015 اذ بلغت اعلى كمية 4.64 الف طن خلال الفترة 2013 وادناها سنة 2014 بـ كمية تقدر بـ 3.24

الف طن. كذلك القيمة انخفضت من 20.18 مليون دولار سنة 2013 الى 2.65 مليون دولار في السنة الموالية.

- عرفت صادرات السكر الخام ارتفاعا معتبرا خلال الفترة 2008 – 2014 حيث سجلت اعلى كمية 476.54 الف طن سنة 2014 ثم انخفض سنة 2015 الى 372.88 الف طن . اما القيمة فا سجلت سنة 2013 صادراتها بـ 273.04 مليون دولار الى ادنى قيمة خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 بـ 97.50 مليون دولار .

- سجلت صادرات اللحوم الحمراء ثباتا نوعا ما خلال الفترة 2014 – 2015 بكمية وقيمة 1.82 الف طن و 0.24 الف مليون دولار على التوالي مقارنة بمتوسط الفترة 2008 – 2012 بكمية 0.22 الف طن 0.08 مليون دولار.

- الفاكهة عرفت ارتفاعا نسبيا خلال الفترة 2008 – 2015 في صادراتها بكمية 28.52 الف طن خلال 2015 وادنى كمية 14.38 الف طن خلال متوسط السنة 2008 – 2012 اما القيمة فسجلت سنة 2015 34.59 مليون دولار وادناها خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 مليون دولار.

- عرفت صادرات الاسماك تذبذبا ملحوظا خلال الفترة 2008 – 2015 فا لكمية سجلت 2.02 الف طن خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 وادناها سنة 2013 بكمية 1.23 ألف طن في حين سجلت القيمة هي الأخرى تذبذبا أيضا فبلغت اعلى قيمة 9.01 مليون دولار خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 واقل قيمة 4.76 مليون دولار.

- الالبان سجلت صادراتها تذبذبا خلال الفترة 2008 – 2015 اذ بلغت اعلى كمية 11.11 الف طن خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 واقل كمية 0.18 الف طن سنة 2013. اما الكمية فعرفت هي الاخرى تذبذبا حيث بلغت اعلى قيمة 1.65 مليون دولار سنة 2013.

3. وضعية الميزان التجاري للسلع الزراعية:

يمثل الميزان التجاري الفرق بين صادرات الدولة من المنتجات الفلاحية وبين وارداتها وبعير الفرق الموجب عن وجود فائض في الميزان التجاري وبصيغة اخرى قدرة الصادرات على تغطية قيمة المنتجات الفلاحية.

والجدول التالي يبين وضعية الميزان التجاري للسلع الزراعية

الجدول رقم (2 - 11) وضعية الميزان التجاري للسلع الزراعية خلال الفترة 2008 – 2015

القيمة: مليون دولار امريكي

البيان	2012 - 2008	2014	2015
الصادرات الزراعية	149.630	277.82	199.81
الواردات الزراعية	6632.330	7610.20	7086.63
الميزان التجاري الزراعي	6482.700-	7332.39-	6886.82-

المصدر: الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية. المجلد رقم 36، المنظمة العربية للتنمية

الزراعية، الخرطوم، 2016، ص ص : 293 - 294.

معطيات المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصاء التابع للجمارك 2015

من خلال تحليل بيانات الجدول نلاحظ ان وضعية الميزان التجاري للسلع الزراعية عرف عجز خلال الفترة 2008 – 2015 ولم تحقق الدولة الجزائرية فائضا في الميزان التجاري خلال تلك الفترة اذ نلاحظ ان الصادرات تحسن سنة 2014 فوصلت الى 277.82 مليون دولار ووصل الميزان التجاري الى 7332.99 مليون دولار مقارنة بفترة الدراسة 2008 – 2015.

المبحث الثالث: معوقات وتحديات الانتاج الزراعي بالجزائر.

لقد مر القطاع الزراعي بالجزائر بعدة تجارب وإصلاحات جعلت منها حقل تجارب وايدولوجيات مستورة لا تتلاءم مع مقومات الفلاحة الجزائرية مما جعلتها تفشل في مجملها ولم تحقق مبتغى الاصلاحات الزراعية الا ان بعض الدراسات والابحاث وجدت عدة حلول ممكنة التي اذا ما اتبعت تجعل من الزراعة بالجزائر تحقق دورها في الوصول الى اكبر قد ممكن من الانتاج الزراعي.

المطلب الاول: مشاكل ومعوقات تتعلق بالموارد الطبيعية:

رغم الاجراءات والقوانين والبرامج التي وضعتها الجزائر للنهوض بها القطاع الا انها لم تصل الى الاهداف المرجوة بسبب عدة مشاكل من بينها:¹

✓ **التقليص العمدي من طرف الانسان :** وهي تشمل مجموعة التجويف والتبوير والبناء على الاراضي الفلاحية وبالتالي نقص الانتاج الزراعي، حيث ادت هذه العملية الى فقدان مساحة كبيرة من اجود الاراضي الزراعية.

✓ **فقدان الاراضي بسبب متطلبات الزراعة:** حيث تساهم الزراعة نفسها في فقدان قدر مهم من الاراضي الزراعية ومنه خفض الانتاج. ولعل اهم اسباب ذلك هو انتشار ظاهرة تفكك الملكيات والحيازات مما ادى الى فقدان الكثير من المساحات الزراعية.

✓ **انتشار الاراضي المتأثرة بالاملاح:** يؤدي ارتفاع مستوى المياه الجوفية الى قرب سطح الارض في الكثير من الاحيان الى تراكم الاملاح وبعض المخلفات الضارة مما يؤثر على خصائص التربة وعلى النباتات التي تنمو فوقها.

✓ **ظاهرة التصحر:** وتعد من المشاكل الرئيسية ذات الاثار السلبية ومن اكبر الكوارث التي تهدد عدد كبير من الدول على غرار الجزائر التي تمثل المساحة

¹ - شويخي هناء،ليات تحويل القطاع الفلاحي في الجزائر، مذكرة شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2012/13 ص 53.

المتصحرة بها 1.97 ألف كلم² من المساحة الاجمالية 2.382 ألف كلم² اي بنسبة 82.7%¹.

✓ **الجفاف:** يعتبر الجفاف من الكوارث الخطيرة المتعلقة بالمياه والتي تهدد المنطقة العربية حاليا ومستقبلا وقد ازداد الجفاف خلال السنوات العشرين الاخرين في المغرب الجزائر وتونس وسوريا وغيرها.

حيث تراجعت لانتاجية الزراعية في الجزائر بنسبة 26 % خلال عشر سنوات الاخيرة.

- ويمكن سرد اهم المعوقات الطبيعية فيما يلي:
- ارتفاع نسبة الملوحة في التربة الزراعية واثر ذلك على تدهور انتاجية الاراضي الزراعية وعدم امكانية زراعة المحاصيل الاستراتيجية وخاصة محصول الحبوب ولا سيما القمح.
- عدم توافر نظم الصرف والري المناسبة مما ساعدة على زيادة نسبة الملوحة في التربة الزراعية عاما بعد اخر الى جانب عدم اتباع الاسس الحديثة في الزراعة.
- تعرض الاراضي الزراعية الموسمية والتي تعد على مياه الامطار الى عوامل التعرية ولجوء المزارعين الى ترك الاراضي وعدم زراعتها.
- نقص العناصر المعدنية اللازمة للزراعة في الكثير من الاراضي الزراعية.
- عدم انتظام سقوط الامطار وتوزيعها الموسمي بما لا يتناسب مع احتياجات المحاصيل المزروعة للمياه.

وبالرغم من توافر مساحات شاسعة من المراعي الطبيعية، الا ان كثيرا منها يعتبر مراعي صحراوية حيث ان معدلات سقوط الامطار فيها اقل من 100 ملمتر

¹ -سيار زوبيد، دون اهمية التنمية الزراعية في الحد من ظاهرة الفقر في الوطن العربي، جامعة الجزائر 3 2014/2013 ص: 99

سنويا مما يؤثر تأثيرا بالغا حمولة المراعي من الحيوانات الزراعية علاوة على مشكلة الرعي الجائر وتعرية الغطاء الطبيعي للتربة الزراعية،

- طبق في المجال الزراعي حيث لا يتعدى 4% من المساحة الكلية.
- المناخ الجاف وتذبذب التساقط.
- رداءة شبكة الري.
- تراجع المساحات الزراعية بسبب التوسع المراني على حسابها لا عتمادها على الزراعات المطرية.

فالعائق الطبيعي متصل بالخصوصية المناخية والجغرافية اللتان تحددان المناطق الفلاحية وتوزيعها حسب طبيعة الانتاج الزراعي التي توفره مناطق التل والسهوب والواحات بالجنوب الجزائري

المطلب الثاني: مشاكل ومعوقات تكنولوجيا

تلعب التكنولوجيا المستعملة في الزراعة دورا اساسيا في تحديد معدل الانتاج والانتاجية والذي يعود اساسا حول نوعية التكنولوجيا بسيطة او تقليدية او حديثة

1. مشاكل ومعوقات تتعلق بمستلزمات الانتاج

يستخدم الانتاج الزراعي الحالي كميات قليلة للانتاج من الاسمدة الكيماوية والمبيدات والبذور المحسنة والجرارات والالات الزراعية فضلا انه يستخدمها استخداما سيئا. فالبذور وانتقادي المستخدمة لا تناسب مشاكل البيئة الانتاجية كانهخفاض معدلات الامطار مثلا التي تصيب المحاصيل الزراعية.

وتؤثر مستلزمات الانتاج الزراعي ومدى توفرها بكمياتها المطلوبة وفي مواقيتها المناسبة وبمواصفاتها النوعية الجيدة تأثيرا مباشرا في كمية الانتاج الزراعي ونوعية ومن مستلزمات الانتاج ذات التأثير الكبير على حجم ونوعية انتاج السلع الغذائية تشير الى الاصناف والبذور المحسنة والاسمدة والمبيدات والمعدات اللازمة من جرارات وحصادات وما الى ذلك.

والجدول رقم (2-12) الاتي يبين مستلزمات الانتاج الزراعي بالجزائر خلال الفترة
2015-2013

العدد بالوحدة

2015	2014	2013	متوسط الفترة 2012 - 2008	
108551	105789	103635	103793	عدد الجراراتالزراعية
9785	9713	9619	10135	عدد الحاصدات الزراعية
900.00	900.00	900.00	879.00	انتاج الاسمدة الأزوتية
800.00	800.00	800.00	899.64	انتاج الاسمدة الفوسفاتية

المصدر: السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد رقم 35، المنظمة العربية للتنمية الرزراعية
الخرطوم، 2015 ص ص: 119-122

✓ العتاد الفلاحي:

لقد ساهمت ميكنة زراعة العديد من دول العالم مساهمة فعالة في تنمية زراعتها وتحولها من ازراعة البدائية لانتاج الكفاف الى زراعة آلية لانتاج الكفاية والزيادة، ولكن مسعى الجزائر في هذا المجال لم يكمل بالنجاح لان الانجازات كانت اقل من المخطط. حيث نلاحظ من خلال الجدول السابق رقم 2 – 12 الذي يبين العدد الكبير من الجرارات والحاصدات وتطورها من الفترة 2008 الى 2015.

حيث نلاحظ بالنسبة لعدد الجرارات خلال الفترة 2008 – 2015 ارتفاع العدد من متوسط الفترة 2008 – 2015 103793 ودة الى 108551 وحدة سنة 2015.

في حين نلاحظ تذبذب في عدد الحاصدات من سنة الى اخرى حيث كان 10135 وحدة خلال متوسط الفترة 2008 – 2012 لينخفض العدد في السنة 2013 الى 9619 وحدة

ثم يرتفع تدريجيا ما بين السنتين 2014-2015 من 9713 وحدة الى 9785 وحدة

وتتصف عموما حضيرة العتاد الفلاحي بالجزائر يعدة نواقص وسلبيات من بينها¹

¹ عيسى بن ثامر، مشكلة الغذاء في الجزائر، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في العلوم الاقتصادية فرع اقتصاد، جامعة مشوري قسنطينة.

1- سوء توزيع العتاد الفلاحي بين المناطق والقطاعات الزراعية والاستغلال الزراعي داخل القطاع الواحد، رغم ان القطاع الزراعي الخاص يستحوذ على حوالي 60% من الاراضي الصالحة للزراعة. وكذلك تعاني العديد من المستثمرات الزراعية الجماعية والفردية من نقص في العتاد الفلاحي وخاصة الجرارات، ثم ان معظمها "المستثمرا"

2- عدم تكييف العتاد الزراعي مع خصائص التربة الوطنية وتضاريسها في معظم الاحيان لان اغلب العتاد الفلاحي مستورد من جهات متعددة، كذلك بسبب سوء التوزيع للعتاد عبر التراب الوطني، فمثلا نجد المناطق السهلية للجزائر تستفيد باعدا معتبرة من الجرارات، لكن لمناطق الجبلية التي لا تتجاوب معها تحرم منها وكذلك نجد الجرارات ذات العجلات صغيرة الحجم الملائمة للمناطق الجبلية اكثر انتشارا في المناطق السهلية على المناطق الجبلية.

3- يعاني العتاد الفلاحي بالجزائر خاصة الجرارات من ارتفاع معدل العطالة ونقص العناصر الفنية اللازمة للتشغيل والصيانة للآلات الزراعية وعدم توفر قطع الغيار.

4- تسرب نسبة معتبرة من الجرارات للعمل خارج القطاع الزراعي وخاصة قطاع البناء والأشغال في الفترة ما قبل رفع الدعم عن مستلزمات الإنتاج الزراعي بما فيه العتاد الفلاحي.

✓ إنتاج الاسمدة:

يعد استعمال الاسمدة من اهم العوامل التي تزيد الانتاج الزراعي، اذا كانت الكميات المضافة في حدود المستويات التي تنص عليها الابحاث والتجارب، الا ان استعمالها في الزراعة الجزائرية لازالت متدنية وخاصة في الاستغلالات الزراعية الخاصة ذات المساحة الصغيرة ومحاصيل الحبوب، حيث نلاحظ من خلال الجدول السابق ان الانتاج سواء للاسمدة الآزوتية والفوسفاتية عرف ثبات نسبي نوعا ما خلال الفترة

2008 – 2015 وهذا راج ربما الى ضعف ربحية اضافة الاسمدة وخاصة محاصيل الحبوب او ارتفاع اسعارها بسبب تحرير مختلف اسعار عناصر الانتاج، ويرجع ذلك الى نقص استعمال المبيدات الكيميائية من ناحية وعدم استخدامها وفق الاسس العلمية التي تضمن المعالجة السليمة للأمراض والآفات التي تصيب المحصول من ناحية ثانية وعدم ملائمتها لكثير من الامراض والآفات مع التأخر في استلامها انتظارا لوصولها من الخارج من ناحية ثالثة، ويعزز ذلك غياب خطة محكمة للتقصي والبحث ومكافحة الامراض والآفات واتخاذ الاجراءات الوقائية اللازمة مثل مكافحة الوقائية لمنع التسرب للأمراض والآفات الجديدة القادمة من الخارج وخاصة عن طريق البذور المستوردة.

المطلب الثالث: محدودية دور الارشاد الزراعي

يمثل الارشاد الزراعي حلقة الوصل بين مراكز البحوث الزراعية والمصادر التقنية الاخرى والمنتجين الزراعيين، فتنفذ مؤسسات الارشاد الزراعي على عاتقها مسؤولية تدريب المزارعين واقناعهم بتبني النماذج والتقنيات الزراعية الحديثة الا انها واجهت مشاكل عديدة من بينها¹:

1. ضعف العلاقة بين البحث والارشاد الزراعي:

ان ضعف حلقات الربط وانعدامها بين مؤسسات الارشاد ومؤسسات البحوث الزراعية ومصادر انتقاله الاخرى يعرقل اسباب المعلومات بين الجهات ذات العلاقة، ويعطل العمل المؤسسي ويفتح الباب امام الاجتهادات والمبادرات الشخصية.

2. غياب الربط بين الارشاد الزراعي واجهزة البحث العلمي:

يعاني الارشاد الزراعي تبعات عدم وجود صلة قوية بين الجهاز الارشادي الزراعي من ناحية واجهزة البحث العلمي من جهة اخرى سواء في وزارة الفلاحة او معاهد ومراكز الفلاحة، هذا بالاضافة الى قلة عدد اختصاص الموارد والارشاديين الذين

¹ فوزية غربي: الزراعة الجزائرية بين الاكتفاء والتبعية، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع: اقتصاد، 2007 / 2008، ص ص: 283 – 284.

يعملون كهزمة وصل بين اجهزة البحث الزراعي والمرشدين الزراعيين على مختلف المستويات خصوصا على المحلي لنقل نتائج البحوث والمشاكل الزراعية الميدانية الى اجهزة البحوث لايجاد الحلول لها.

3. تدني مستوى البحث الزراعي:

يبدو ان البحث الزراعي وكأنه يعمل دائما في حلقة مفرغة اذ تبقى المشاكل الفنية للمنتجين، ولمدة طويلة تراوح مكانها ولا تلقى آذانا صاغية تستمع لما يطرح وتحاول ايجاد الحلول، وهذا ليس محض صدفة وانما نتيجة منطقة للدعم المتواضع جدا والذي تخصصه الجهات المعنية للباحثين.

ويمكن القول انه رغم الاهمية التي يتميز بها الارشاد الفلاحي بالنسبة للنشاط الزراعي فان السياسة الزراعية في الجزائر لم تولي الاهمية الكافية لهذا المجال، الى جانب ما نسجله من وجود صعوبات وعوامل ساهمت في اداء المرشدين الفلاحيين التي تعود الى غياب تحديد دقيق لمهمة المرشد الفلاحي وتحميله في الغالب بمهام غير ارشادية الى جانب نقص مستلزمات العمل وعدم الاستجابة يعود اساسا الى "1:

- ضعف الرواتب والحوافز.
 - نقص معدات العمل ومستلزماته وبعد مكان الاقامة.
 - ضعف الاشراف المناسب والملل من العمل المكتبي.
- وإذا حاولنا تقييم عوامل الضعف وعدم فعالية الارشاد الفلاحي، الذي يعتبر ركيزة اساسية في تحقيق تنمية فلاحية وفق استراتيجيات تعتمد على الخبرة والمعرفة العلمية نرى انه لتحقيق وبعث الارشاد الفلاحي يتعين تحقيق الشروط والعوامل التالية:
- النظر للفلاح انه عون اقتصادي من خلال اعادة الاعتبار للمهنة الفلاحية.

¹ احمد باشي: القطاع الفلاحي بين الواقع ومتطلبات الاصلاح، مجلة الباحث عدد 02 / 2003، جامعة الجزائر، ص ص: 114 - 113.

- ايجاد علاقة تكاملية بين الارشاد الفلاحي من شأنها المساهمة في تحقيق التنمية الفلاحية وذلك بتوفير الوسائل والميكانيزمات الضرورية لذلك.
- ان تكون برامج التكوين في المعاهد الفلاحية مرتبطة بالواقع الفلاحي وتستجيب لمتطلباته وذلك نجلب فروع متخصصة وذات مردود اقتصادي يلبي احتياجات التشغيل في القطاع الفلاحي مع العمل على خلق قنوات اتصال من شأنها ان تفيد القطاع الفلاحي في برامج الارشاد الفلاحي.

خلاصة الفصل

نستخلص من هذا الفصل أن الإنتاج الزراعي بالجزائر بشقيه النباتي والحيواني إتصف بالتذبذب وعدم الاستقرار من سنة إلى أخرى بصفة عامة ومحاصيل الحبوب والبقول الجافة على وجه الخصوص نظرا اعتماد الدولة الجزائرية عليه في تغطية الطلب على الغذاء. إلا أن هذا القطاع عرف تحسنا كبيرا في زيادة الإنتاج في معظم السلع الزراعية وفي توفير مناصب الشغل وتحسن في المشاريع الزراعية والتنمية الريفية رغم المشاكل التي يعيشها سواء كانت طبيعية أو تنظيمية أو تسييرية والتي تؤدي إلى كلفة إنتاج عالية وتدني في مستوى الإنتاجية كما ونوعا مما يترك أثره السلبي المباشر على الأمن الغذائي بالبلد.

الفصل الثالث: دراسة حالة في تعاونية الحبوب والخضر الجافة - تيارت -

المبحث الأول: دراسة عامة حول تعاونية CCLST

المبحث الثاني: واقع تسويق المنتج الفلاحي بتعاونية CCLST

المبحث الثالث: ايجابيات وسلبيات حول نشاط التعاونية

تمهيد:

يعد أن تطرقنا في الجانب النظري إلى تسويق والإنتاج الزراعي بالجزائر سنحاول في هذا الفصل إسقاط الدراسة السابقة على إحدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية والمتمثلة في مجال إنتاج وتوزيع وتسويق الحبوب وسنتطرق في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث

المبحث الأول: دراسة عامة حول تعاونية الحبوب والخضر الجافة - تيارت

المبحث الثانية: واقع تسويق المنتج الفلاحي بتعاونية الحبوب والخضر الجافة -

تيارت

المبحث الثالث: ايجابيات وسلبيات حول نشاط التعاونية.

المبحث الأول: دراسة عامة حول تعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت CCLST

تعتبر تعاونية الحبوب والخضر الجافة بتيارت مؤسسة اقتصادية جزائرية تسعى إلى تحقيق أرباح من خلال قيامها بنشاطات مختلفة مثل شراء المحصول الزراعي من الفلاحين وتهيئة البذور وتسويقها وتخزين الحبوب وتسويق للأسمدة والمبيدات الكيماوية وغيرها وهذا بغية تحقيق احتياجات الفلاحين والمستهلكين بصفة عامة

المطلب الأول: مفاهيم حول التعاونية**1. تعريف التعاونية:**

إن خلق هذه التعاونية كان على يد الاستعمار الفرنسي وكانت تسمى سابقا دار المستعمر وكانت تمول المدارس والمنشآت الفرنسية في المنطقة وهذا من اجل من الثوار والوطنيين من التزود بالمؤونة لأن هذا الجهاز كان المسؤول الوحيد على توزيع الحبوب ولما كان أصل هذه الحصص المشارك بها هو الفلاح الجزائري، فان المستعمر كان يمنح للفلاحين البذور على احسب علاقاتهم بالفرنسيين

في 1962/7/1 أنشأت وزارة الفلاحة الديوان المهني للحبوب وفي مرسوم صادر في 1970/6/1 وبغية لتوحيد تجارة الحبوب قام الديوان الجزائري بإنشاء 42 منظمة تخزين تسمى CCLS تعاونية الحبوب والخضر الجافة تجمع جميع الفلاحين في شراء حصة اشتراكية بعقد رسمي

أ- تكون تعاونية مسؤولة عن جمع الحبوب والخضر التي ينتجها الفلاحون بعد الحصاد وجنى المحصول

ب-مسؤولة عن تحضير البذور وتمويل الفلاحين المشتركين

ج- هي الممول الوحيد بالقمح لوحدة ERIAD (مطاحن) وإنتاج السميد والطحين

د- تمويل وحدة إنتاج أغذية القطعان (العلف)

تعمل التعاونية تحت سلطة رقابة الديوان الجزائري للحبوب والمتمثل دورة في تعديل السوق من حيث العرض والطلب فيما يخص الحبوب ومتابعة أسعار الحبوب

عند الاستيراد المؤسسة منظمة تسويق السلع والخدمات: المؤسسات الأولى تعتبر كمنظمات فلا حية صغيرة الحجم وقليلة التقنية التكنولوجية والعلاقات فيها بين اصحاب هذه المؤسسات والعمل مباشرة

مع مرور الزمن والتطورات تطور وضع المؤسسة وذلك راجع إلى بعض المعطيات من بينها

- كبر واتساع حجمها
- كثرة النزعات الاجتماعية
- تعقب أنماط التسير

ومع ظهور المنافسة والاجتهاد وضرورة تحقيق الإنتاج بأقل التكاليف الممكن تحقيقها وتسير الموارد البشرية تطورات الميكانزمات والقوانين المتعلقة بأنماط التسير المختلفة ومن بين هذه المؤسسات أو المنظمات تعاونية الحبوب والخضر الجافة

2. تسمية التعاونية

المادة 1: متكونة من مشرعين يتبعون هذا التشريع، وهي مؤسسة مدنية من إطارات متخصصة وذات رأس مال وعمال متغيرين

تأسست وفق الوصفة رقم 23 /72 المؤرخة في 7 جوان 1972

تحمل التشريع العام للتعاونية والمرسوم رقم 72-106 المؤرخ في 1 جوان 1972 وتحمل نظام التعاونية الفلاحية كذلك المشرعين الحاضرين

المادة 2: التعاونية تحمل اسم تعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت دائرتها الإقليمية تضم دائرة تيارت والسوقر

المادة 3: مقرها الاجتماعي موجود بولاية تيارت دائرة تيارت بلدية تيارت 1 شارع نجم مولاي ويستطيع المجلس التسييري أن مقرها إلى مكان آخر على مستوى الوطن

3. بطاقة تقنية للتعاونية

أ- **جمع وتوزيع المحصول:** يتم توزيع مجموع البذور حوالي 100000 قنطار خلال موسم 2017 ويتم جمع 2400.000

ب- **المشاركون:** التعاونية تكسب حوالي 4850 فلاح مشارك من بينهم 56 مربي حبوب تابعون لمديرية الدعم للإنتاج

ج- **طاقة تخزين التعاونية:** تعاونية تيارت تملك طاقة تخزين تقدر بـ 246000 قنطار موزعة في:

- أربعة مطامر مبنية فيها 400000 قنطار
- مطمورة معدنية واحدة فيها 50000 قنطار
- أربعة (4) محطات بذور الحبوب والخضر الجافة فيها 20000 قنطارا
- اثنا عشر (12) مخزن ذو قاعدة مسطحة فيها 592000 قنطار
- المنشآت الأرضية الضرورية للتخزين مجهزة بجسم متحرك متأرجح للتعاونية تقوم أيضا بإجراءات مخابر لتحليل الحبوب شرعا أي الحبوب التي تعطي منتج غزير

د- **طاقة النقل:** طاقة نقل التعاونية تتكون من

- 35 عربة ثقيلة لـ 10 أطنان
 - 45 عربة حديثة و 13 قديمة
- هذه الحمولة ملحقه بعربة متحركة من زيادة 100 طن كي تعطي مجموع عام للنقل بما يعادل 510 طن

ه- **اليد العاملة:** هذه التعاونية يعمل فيها حوالي 346 عامل موزع كالتالي:

49 إطار

110 عامل مؤهل

187 عامل تنفيذ

و- **الدعم التقني:** الرعاية التقنية المقدمة للفلاحين مدعمة بحظيرة ذات أهمية للحراثة الآلية والتي على 18 حاصدة و12 رباطات تبين محراث هوائي والكثير من الأدوات اللازمة للعمل 38 جرار.

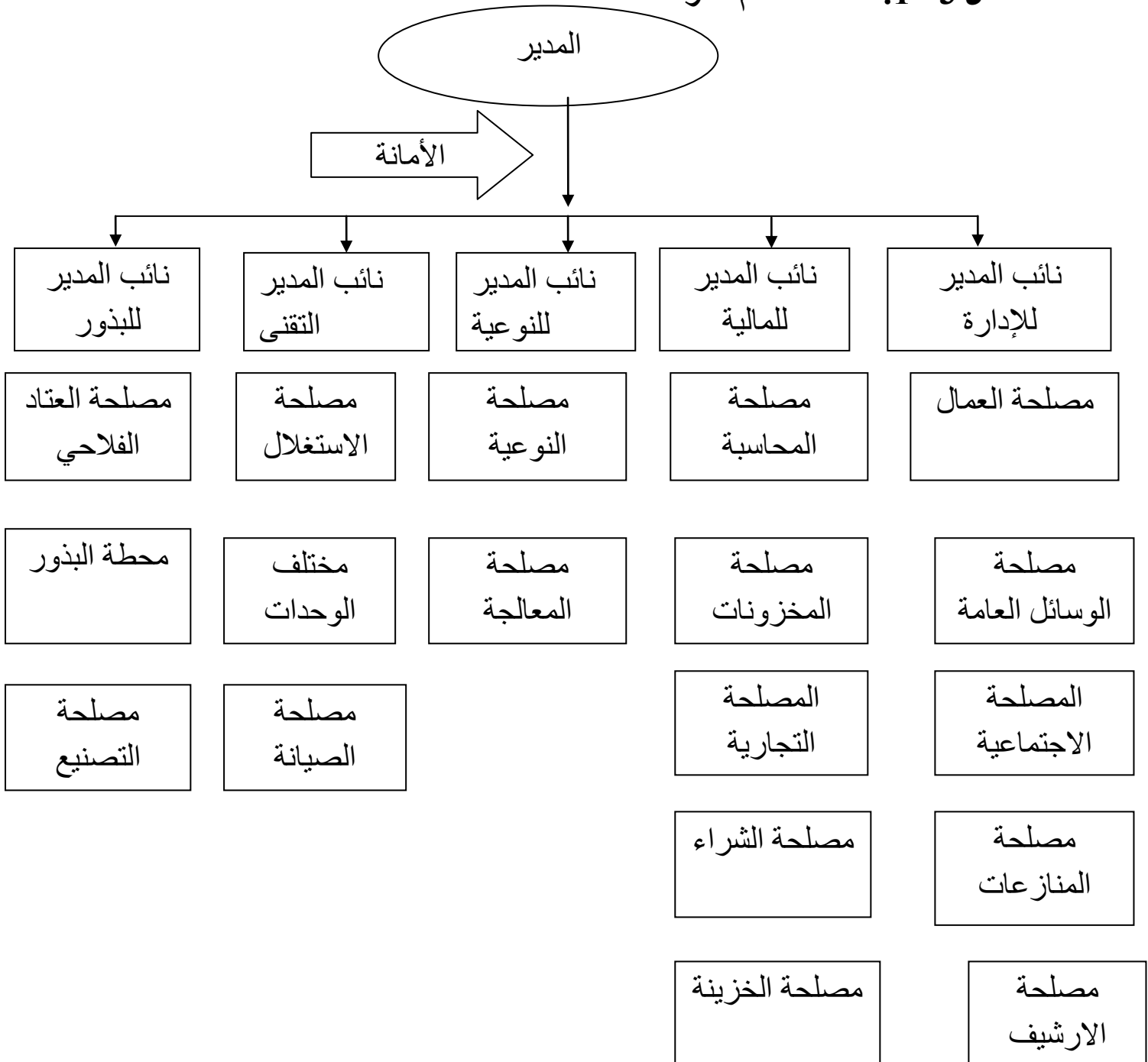
ي- **الرعاية التقنية:** زيادة على ذلك التعاونية تملك ورشة لإمدادات والترميم وتصليح قسم الصيانة و فحص الأسس للتعاونية بالإضافة إلى مركز تخزين الأكياس

ملاحظة: هذه الأرقام المعطاة هي أرقام غير ثابتة متغيرة كل مرة

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للتعاونية:

يختلف الهيكل التنظيمي من مؤسسة لأخرى نظرا لطبيعة نشاطها وإمكاناتها والمصالح المتوفرة بها والمحيط الذي تنشأ فيه

الشكل 3 - 1: المخطط العام للمؤسسة



المصدر: تعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت

شرح المخطط التنظيمي للمؤسسة:

إن نظام الترتيب المعمول به في المؤسسة شكله كالآتي:

تحتوي على خمسة مديريات والتي بدورها تنقسم إلى مصالح وهذه الأخيرة تضم فروع ثانوية ويمكن إعطاء شرح ميسر لهذا المخطط الرتبتي:

1- **المدير:** يعتبر المسؤول عن المؤسسة وفق القانون الداخلي بواسطة الأجهزة التالية:

أ- **أمانة المديرية:** تختص بمراقبة كل عمليات التسيير سواء تعلق الأمر بالجانب التطبيقي الداخلي او الخارجي، فالاتصالات الداخلية تكون بين الامانة وبين نيابات المديريات اما الاتصالات الخارجية فتكون بينها وبين التعاونيات والمديريات الاخرى لذا تعطي لها الاهمية الكبيرة في تنظيم المعطيات والمعلومات المتدفقة يوميا على التعاونية، وتعالجها في شكل مراسلات (رسائل، فاكس، تلكس) وقد تتصف هذه المراسلات احيانا بالسرية حسب اهميتها هذا بالاضافة الى المكالمات الهاتفية.

ب- **نيابات المديرية:** من اجل ايجاد رسائل تنظيمية فعالة كان لزوما خلق فروع ادارية تنوب عن المديرية في مسائل التسيير ويمثل ذلك نيابات المديرية وعندما تعددت اختصاصات التعاونية اصبح من الضروري توفر عدة نيابات متخصصة ونذكر منها:

- **المديرية الادارية:** يسهر هذا الفرع على السير الحسن داخل جهاز الادارة وتختص بالتعيينات والنظر في مدى صحة المعلومات الداخلية والخارجية للمؤسسة وتتفرع الى ثلاثة مصالح:

- مصلحة الوسائل العامة
- مصلحة الاعلام الالي
- مصلحة الامن والتبرعات

- **المديرية المالية:** تسيير ميزانية المؤسسة عن طريق مراقبة العمليات ذات الطابع المالي (شراء، بيع، اجور العمال) تنفرع هذه المديرية الى ثلاث مصالح:
- مصلحة المستخدمين
- مصلحة التجارة
- مصلحة المحاسبة
- **مديرية الحبوب:** (انتاج وتدعيم الانتاج) ان اختصاص هذه الاخيرة يتمثل في ضمان السير الحسن لكل المعاملات ذات الطابع الفلاحي من حيث نوع البذور ونوعية وسائل الانتاج، وتحتوي على:
- مصلحة الارشاد الفلاحي
- مصلحة تكييف البذور
- مصلحة تسيير العتاد الفلاحي
- **المديرية التقنية:** يتمثل دورها في السير الحسن لوسائل النقل عند عمليات التبادل سواء داخل المؤسسة او خارجها وذلك بالنسبة للمعاملات التجارية والعتاد الفلاحي وهي تنفرع الى:
- مصلحة الاستثمار
- مصلحة المرآب
- **نيابة مديرية الانتاج والبذور:** تسهر المديرية على توفير البذور والاسمدة للمزارعين وفق احتياجاتهم من خلال الانتاج او شرائها من التعاونيات الاخرى في حالة عدم قدرة التعاونية على الانتاج

المطلب الثالث: ادوار التعاونية وعلاقتها بالمحيط الخارجي

1. ادوار التعاونية

المادة 4: التعاونية تنظم لهدف اقتصادي كما ان لها دور يتمثل في:

- ✓ تسهيل عمليات الانتاج والتحويل
 - ✓ تسهيل شراء المبيعات
 - ✓ دفع الطاقات لتطوير التعاونية
 - ✓ تحسين نوعية المنتوجات المباعة للمستهلكين
 - ✓ كما ان لها هدف اخر هو تحسين شروط الحياة والعمل لاعضائها ولهذا فهي تقوم
- بـ:

- ✓ تنظيم الحياة الاجتماعية بقوانين لصالح العمال وعائلاتهم
- ✓ خلق اسس حيوية ذات اشغال لصالح العمال لتحسين حياتهم الاجتماعية
- ✓ اخذ كل الاحتياطات لتحسين المستوى الثقافي وعائلاتهم للعمال
- ✓ ملكيتها تفوق كل الطاقات المخصصة لكل الاعضاء، والمشاركين، البحث، الدراسة والابداع، كل الوسائل التقنية، والصناعية والتجارية لصالح المشاركين
- ✓ استقبال المنتجات محلية كانت او مستوردة
- ✓ تخزين المنتجات من خضر وفواكه
- ✓ الفرز اي كل نوع على حدى
- ✓ توفير الحبوب والخضر للفلاح ولمعالجتها
- ✓ القيام بعملية البيع سواء للفلاح او لغيره
- ✓ موازنة سوق الحبوب والخضر الجافة
- ✓ جمع الانتاج الوطني بالتعامل مع المنتج حيث جزء موجه للاستهلاك الانساني والحيواني والجزء الاخر تتم معالجة في شكل بذور

✓ شراء الحبوب والخضر الجافة القادمة من الاستيراد عن طريق الوسيط اتحاد التعاونيات الفلاحية والذي يوفر كل الامكانيات للمنتج من الات فلاحية وفي كل وقت

2. علاقة المؤسسة بالاطراف الخارجية:

لتعاونية الحبوب والخضر الجافة علاقات واتصالات متعددة في الاطار الفلاحي تتمثل في:

1.2. علاقات ذات طابع اداري:

يقصد بها تلك الاتصالات وتبادل المعلومات بين التعاونية وكل الادارات التي لها علاقة بالقطاع الفلاحي ونخص بالذكر:

أ- **الديوان القومي للحبوب** : اذ يعتبر المشرف الرئيسي والهام على كافة اشطة التعاونية على مستوى القطر الوطني اذ يكمن دوره في الرقابة المالية والتقنية والادارية للتعاونية وهو ايضا الة للتوازن فيما يخص التوزيع في اطار التجارة الداخلية والخارجية في مجال الحبوب والخضر الجافة، والاهم من ذلك انه يغطي حاجيات البلاد من المواد الغذائية

ب- **مديرية الفلاحة SDA** : على المستوى الولائي والقطاعات الفلاحية وعلى المستوى الدائرة وتتجسد هذه العلاقة ف شكل تبادل المعلومات المرتبطة بالجانب الفلاحي بالاضافة الى الاوامر والقرارات الوزارية في مجال التنسيق الاداري

ج- **الغرفة الفلاحية**: هذه الهيئة ينحصر دورها في حماية فوائد الفلاحين، ففي هذا المجال تتم العلاقة على ضوء الحملات الفلاحية تسهر على ان تكون العلاقة ما بين الفلاحين والتعاونية لانقص ولا غش وتشارك معه التعاونية في برامج الارشاد الفلاحي والتنسيق معها اثناء موسمي الحرث والبذر والحصاد

2.2. علاقات ذات طابع تجاري:

يدخل في هذا الاطار كل العقود التجارية الموقعة من طرف التعاونية ومختلف المؤسسات التجارية ومن بين هذه المؤسسات نجد:

- أ- **الديوان الوطني لتربية الانعام:** هذه العلاقة تكون علاقة تجارية بحيث ان هذا الديوان يؤمن من طرف التعاونية بشتى انواع الحبوب كالشعير والذرى وغير ذلك من المواد التي تدخل في تهيئة العلف الحيواني خاصة المواشي والدواجن
- ب- **الرياض:** هو الزبون الرئيسي والمهم للتعاونية بحكم انه ممول بنسبة 100 % من طرف التعاونية بالحبوب الموجهة لصنع الدقيق وتبيع لها القمح الصلب
- ت- **الفلاحة:** تبيع التعاونية له البذور والاسمدة ومبيدات الاعشاب، بالاضافة الى كراء العتاد الفلاحي

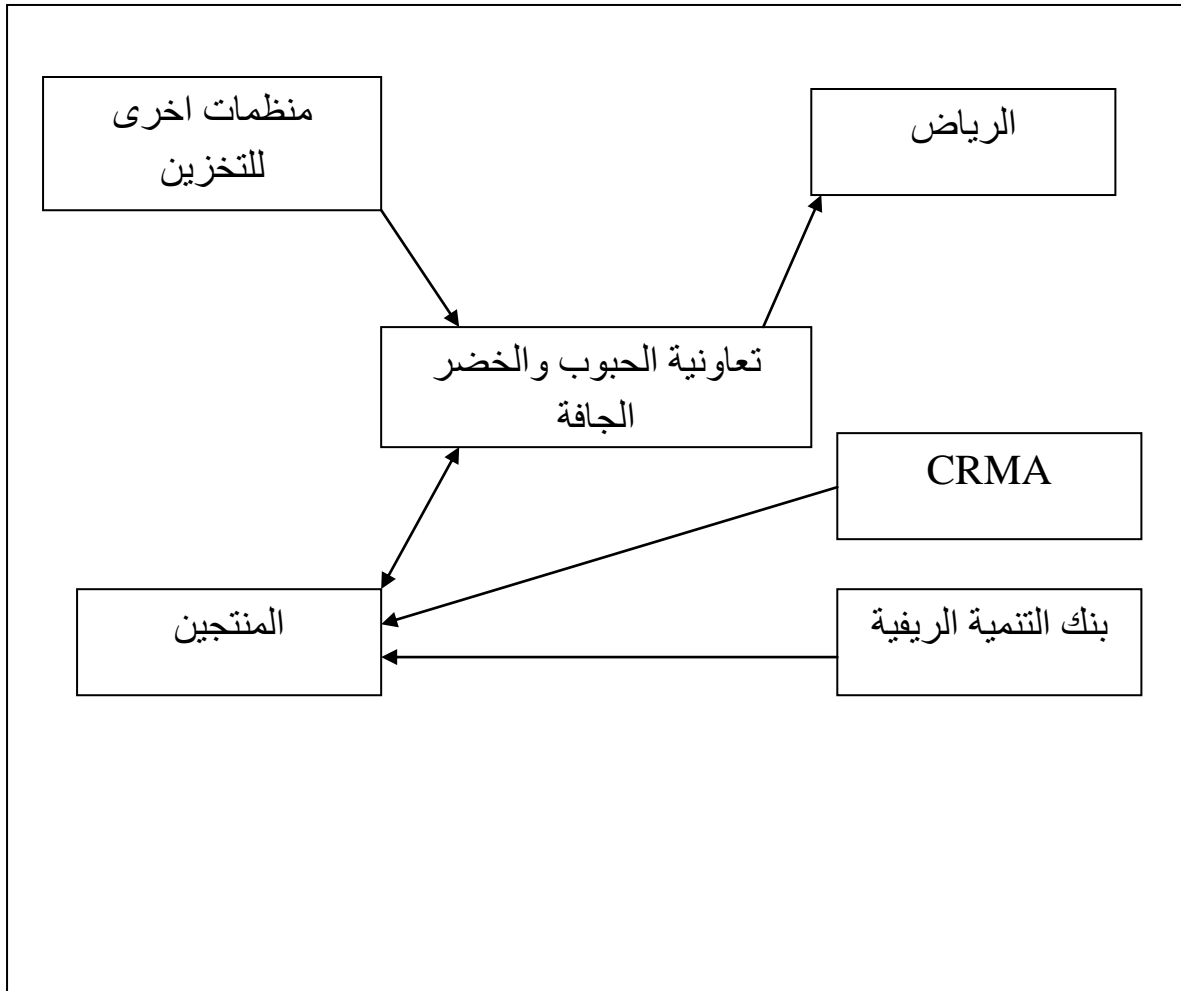
3.2. علاقات ذات طابع تقني:

- أ- **المعهد التقني للمحاصيل الكبرى:** يوجد للتعاونية برنامج انتاج البذور تشترك فيه مع المعهد كارشاد وتوعية الفلاحين بطرق سليمة.
- ب- **المعهد الوطني لحماية النباتات:** عبارة عن مراسلات تعمل على التوجيه التقني بين التعاونية والمعهد اذ يختص بالنصائح والارشادات لحماية المحصول الزراعي ومحاربة الاضرار
- ج- **المركز الوطني لاعتماد البذور:** عبارة عن مخبر وطني يقوم بتحليل كميات الحبوب التي يراد تحويلها الى البذور حيث تقوم التعاونية بارسال عينات من البذور الى هذا المركز من اجل تحليلها ومعرفة مدى صلاحيتها
- د- **المعهد التقني للمحاصيل الحقلية:** للتعاونية اتصال وثيق وهام جدا مع هذا المعهد في اطار مراقبة نوعية وجود البذور بالاضافة الى ادماج انواع جديدة تتكيف اكثر مع مناخ المنطقة

4.2. علاقات ذات طابع مالي:

بنك البدر BADR: عمال التعاونية والفلاحون يتقاضون مستحققاتهم منه

الشكل 3 - 2: علاقات المؤسسة بالمؤسسات الأخرى



المصدر: عن تعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت

المبحث الثاني: واقع تسويق المنتج الفلاحي بتعاونية الحبوب والخضر الجافة:

تعتبر تعاونية الحبوب والخضر الجافة بتيارت مؤسسة تنشط محليا تابعة للديوان الجزائري المهني للحبوب، وعلى اعتبارها مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي فهي تسعى الى تلبية حاجات المزارعين من بذور واسمدة وادوية حسب الطلب.

المطلب الاول: تسويق الحبوب بتعاونية CCLST

تتوفر التعاونية على انواع عديدة من البذور مقسمة الى مجموعتين : مجموعة العلف والخضر الجافة ومجموعة البذور حيث تقوم المؤسسة بتسويق المجموعتين حسب كل اتفاق مع الفلاحين والمزارعين وفق شروط مطبوعة

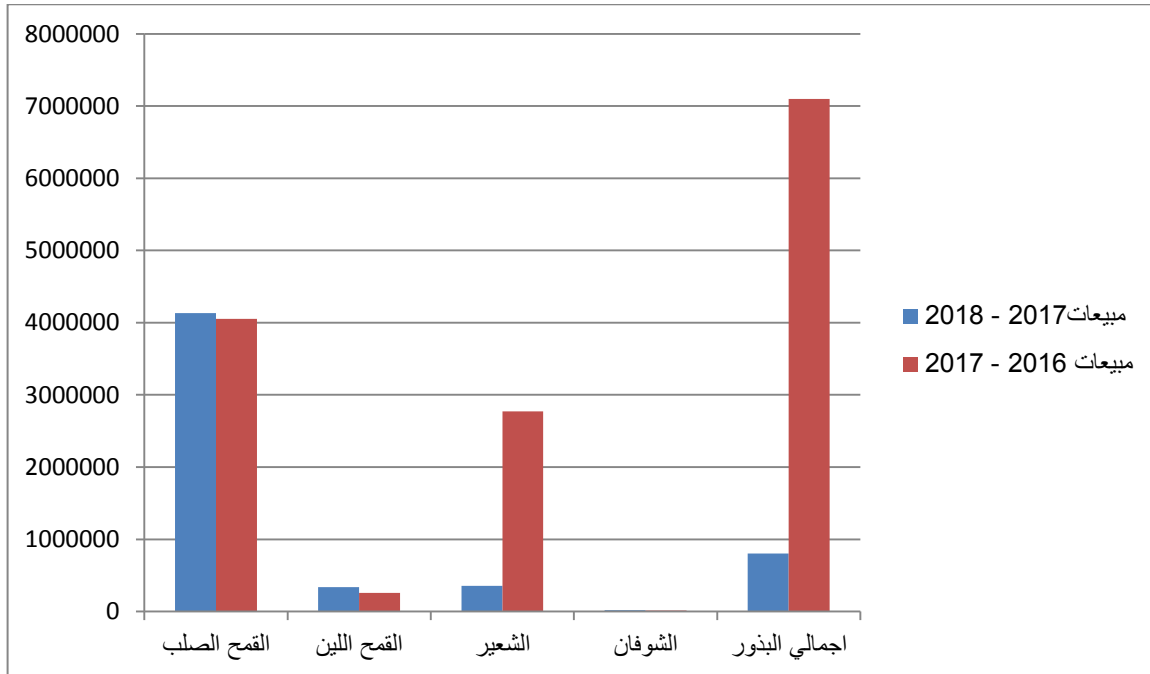
1. تسويق الحبوب بتعاونية CCLST:

تضم هذه المجموعة انواع عديدة من الحبوب وهي: القمح الصلب واللين والشعير والشوفان اذ يتم التسويق لهذه الانواع بطريقة مباشرة للمزارعين

الجدول 3 - 1 تطور مبيعات الحبوب خلال آخر حملتين 2016-2017 و 2017 و 2018 -

النوع	مبيعات 2017 - 2018	مبيعات 2016 - 2017
القمح الصلب	41334.00	40527.00
القمح اللين	3390.00	2590.50
الشعير	35512.9	27719.50
الشوفان	166.50	129.00
اجمالي الحبوب	80403.4	70966.00

الشكل 3 - 3 تطور مبيعات الحبوب خلال آخر حملتين 2016-2017 و 2017 و 2018



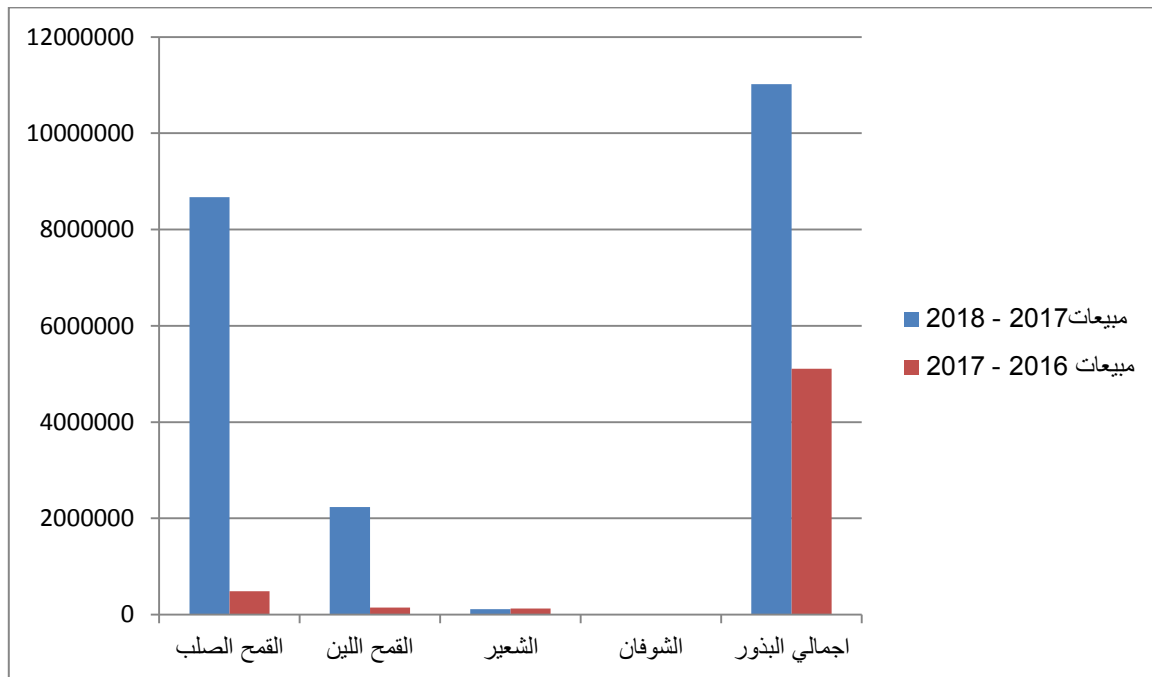
نلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين تطور مبيعات الحبوب خلال السنتين الماضيتين ارتفاع نسبي لمجموع الانواع المذكورة اعلاه اذ بلغت اجمالي المبيعات 80.403.4 طن سنة 2018 /2017 مقارنة بالنسبة التي قبلها التي كانت 70.966.00 وهذا ما يدل على تشجيع الدولة للفلاح من خلال تسهيل طرق التواصل والتسويق بين الطرفين.

هذا ما ادى الى ارتفاع انتاج الحبوب بمختلف انواعها الذي تجاوز توقعات مديرية القطاع المحددة ب 3.5 مليون قنطار بعد ان وصل 3.6 مليون قنطار ويعود هذا الى اعتماد الفلاحين على السقي التكميلي بالدرجة الاولى عبر 10 الاف هكتار من الاراضي الزراعية وهو ما سمح بتحقيق مردود يصل الى 50 قنطار في الهكتار لدى بعض المنتجين.

الجدول 3 - 2: تطور انتاج الحبوب في الموسمين 2016 - 2017 و 2017 - 2018

النوع	2018 - 2017	2017 - 2016
القمح الصلب	867458.8	483018
القمح اللين	223252.3	14491.2
الشعير	11203.8	12549.8
الشوفان	260.8	486.2
اجمالي الحبوب	1102175.7	510545.2

الشكل 3 - 4: تطور انتاج الحبوب في الموسمين 2016 - 2017 و 2017 - 2018



من الجدول والشكل السابقين نلاحظ ان الانتاج ارتفع بالضعف تقريبا خاصة للقمح الصلب حيث انتقل من 4830118 طن الى 8674588 طن والقمح اللين انتقل من 14491.2 طن الى 223252.3 طن فيما انخفض الشعير من 12549.8 طن الى

11203.8 طن كما انخفض الشوفان من 486.2 طن الى 260.8 طن وهذا راجع الى كمية التساقط ونوعية البذور والاسمدة المستعملة

2. تسويق العلف والبقول الجافة:

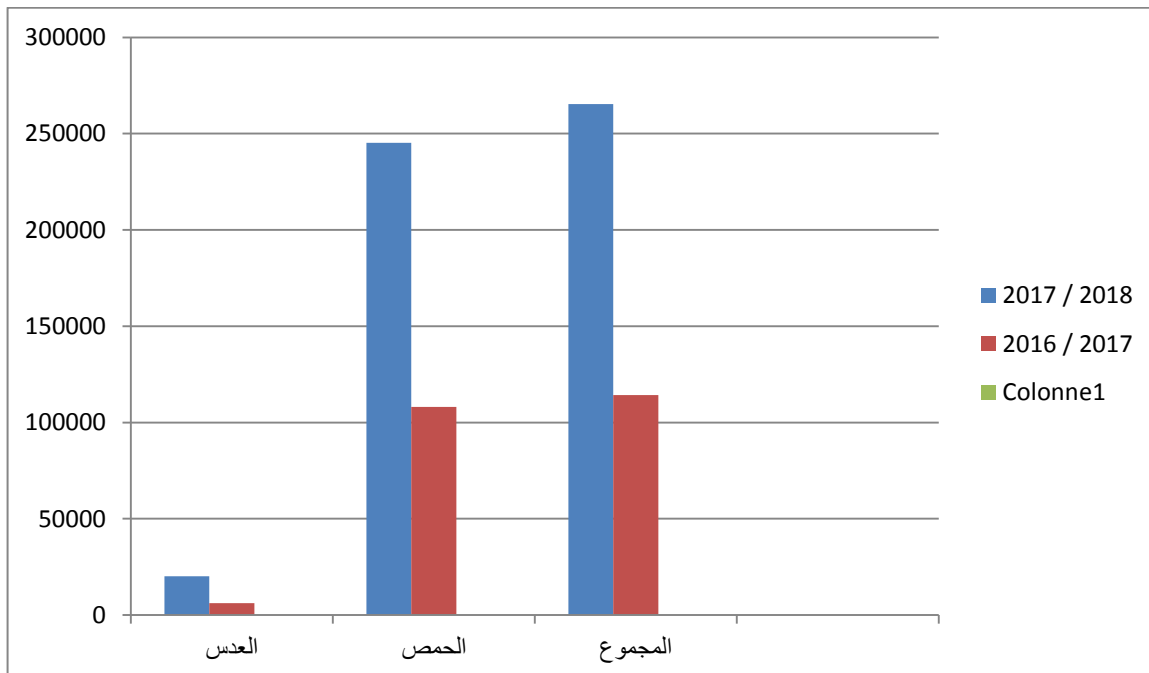
وتضم هذه المجموعة نوعين من البذور وهي العدس والحمص، حيث نلاحظ من خلال الجدول الموالي ارتفاع نسبة المبيعات للنوعين معا خلال الفترة 2018/2017 مقارنة بالفترة 2017/2016.

الجدول 3 – 3: تطور مبيعات العلف والخضر الجافة في 2016 – 2017 و 2017 – 2018

النوع	2018 / 2017	2017 / 2016
العدس	202.00	62.00
الحمص	2452.00	1081.00
المجموع	2654.00	1143.00

الشكل 3 – 4: تطور مبيعات العلف والخضر الجافة في 2016 – 2017 و 2017 – 2018

2018



نلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين ان اجمالي الخضر الجافة وارتفع من 1143.00 خلال الفترة 2017/2016 الى 2654.00 قنطار والتي بلغ فيها بيع العدس 2452.00 قنطار بعد ان كان 1081.00 قنطار السنة التي قبلها، والحمص انتقل من 62.00 قنطار الى 202.00 طن

الجدول 3 - 4: تطور انتاج العلف والخضر الجافة خلال الفترة 2016 - 2017 و 2017 - 2018

النوع	2018 / 2017	2017 / 2016
العدس	6709.6	147.2
الحمص	67.9	209
المجموع	6777.50	356.20

هذه المبيعات تمكن من تحقيق ناتج قياسي في العدس بـ 6709.60 قنطار مقارنة سنة 2018 / 2017 مقارنة سنة 2017 / 2016 كان فيها الانتاج 147.2 فيما انخفض انتاج الحمص من 209 قنطار سنة 2017 / 2016 الى 67.9 سنة 2018 / 2017 والتي بلغت انتاج اجمالي البقول الجافة 6777.5 قنطار بعد ان كانت 356.20 قنطار خلال السنتين الاخيرتين.

المطلب الثاني: تسويق الاسمدة بتعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت:

تحتاج الارض الى الاسمدة اللازمة لاعطاء منتج وفير كمية كبيرة من شأنها تغطيه الطلب وتلبية حاجيات المستهلكين وهذا ما تسعى اليه تعاونية الحبوب والخضر الجافة بتيارت بغية تحقيق الرضا وكسب ولاء زبائنها

1. تعريف الاسمدة الكيماوية:

طبعا الاسمدة الكيماوية هي التي تدخل بالدرجة الاولى في تسميد النباتات التي تزرع بصورة تجارية لانها تزيد الانتاج وخصوصا في اصناف النباتات الهجينة التي تحتاج الى تغذية عالية

والسماد الكيماوي يتكون من ثلاث عناصر وهي النيتروجين ، الفوسفور والبوتاسيوم مركبة مع بعضها بالاضافة الى العناصر الصغرى غالبا ويكون احتياج النبات اليها في ثلاث مراحل:¹

المرحلة الاولى: من حياة النبات يحتاج لعنصر الفسفور لتشجيع نموه والمساعدة على امتصاص الجيد للماء من التربة
المرحلة الثانية: يحتاج النبات فيها لجرعات زائدة من السماد الازوتي ونسب ضئيلة من الاسمدة الفوسفورية

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة التزهير وعند تكوين الثمار وفرها يحتاج النبات لكمية كبيرة من الاسمدة البوتاسية لانها تساعد على تحسين عملية تلقيح والاصحاب والعقد للزهار والثمار وبالتالي يزيد الانتاجية

2. تسويق الاسمدة الكيماوية بالتعاونية CCLST

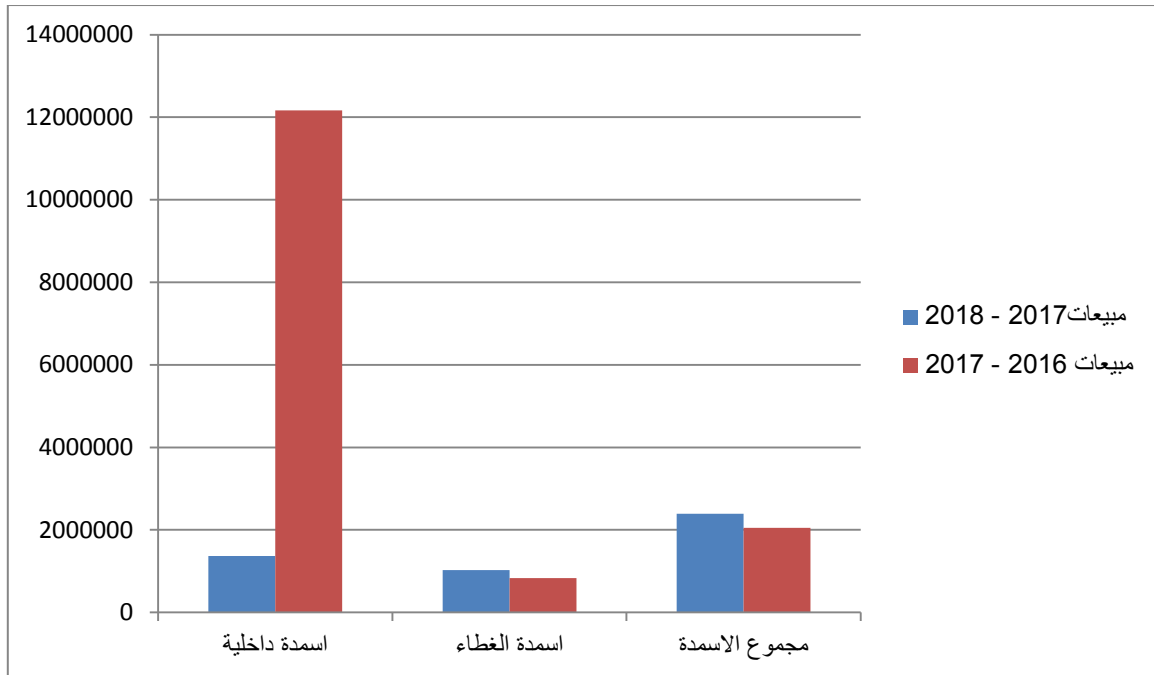
تعد دراسة انواع الاسمدة امر ضروري لتعاونية الحبوب والبقول الجافة بتبارت وتحليل تربة الاراضي الزراعية لاقتناء الاسمدة اللازمة وتوفيرها حسب طلب المزارعين والفلاحين الذين يتعاملون معها، وبالفعل تمكنت التعاونية من تسويق نوعين الاسمدة لزبائنها وهي اسمدة داخلية واسمدة الغطاء وطل نوع يضم انواع مختلفة من الاسمدة والجدول التالي يبين انواع الاسمدة التي تسوقها التعاونية والمبيعات المحققة منها خلال الموسمين الاخرين

¹ من الموقع 18/05/2018 ، 10:30 <http://ar.wikipedia.org>

جدول 3 - 6: تطور مبيعات الاسمدة الكيماوية داخل تعاونية CCLST:

Stock initial	Reçu UC	ENTRÉE AOS	QTT restituée	Mobilisation Total	Qtt Facturée	Qtt Enlevée	Stock restant	Qtt Enlevée PMS	Rappel 2016/2017	Besoin 2017/2018	Fournisseur
أسمدة داخلية											
TSP 46%				4 989,50		1 274,50			1 329,00		FERTIAL
SSP SUPER 20%				6,50		0,00			0,00		FERTIAL
FOSFACTYL				1 196,50		169,50			2 524,00		TIMAC AGRO
Phosfert (MAP)				30,00		30,00			1 093,00		PROFERT SPA
NUTAGRA (MAP)				3 845,50		3 691,50			2 034,00		OCP SA
MATRIX STARTER				9 433,50		8 344,00			4 829,50		SODAGRI
weatfert				151,50		80,50			358,00		PROFERT SPA
ACTHVA				856,40		10,00			0,00		AGRICHEM
TOTAL ENGRAIS DE FOND				19 653,00		13 600,00			12 167,50	0,00	
أسمدة الغطاء											
Urée Asfert				9 634,00		8 775,50			4 358,50	3 000,00	ASFERT RADE PLAL
Urée CEVI AGRO				0,00		0,00			0,00		
Urée Perilée				1 779,00		0,00			0,00		
Urée Prille				0,00		0,00			0,00		
N-FORCE 40				2 403,00		2 403,00			2 969,00	2 500,00	SODAGRI
Sulfammo				0,00		0,00			0,00	1 000,00	TIMAC AGRO
Sulfazot				27,50		0,00			0,00	2 000,00	FERTIAL
Azosul				1 577,00		1 091,00			1 019,50	0,00	PROFERT SPA
Azofert 21%				24,00		0,00			0,00	2 500,00	PROFERT SPA
TOTAL ENGRAIS DE COUVERTURE				15 444,50		12 269,50			8 347,00	11 000,00	

الشكل 3 - 7: تطور مبيعات الاسمدة الكيماوية داخل تعاونية CCLST:



من الجدول اعلاه والشكل نلاحظ ان تعاونية الحبوب والبقول الجافة تيارت حققت كمية مبيعات مرتفعة لسنة 2018/2017 مقارنة بالنسبة التي قبلها وذلك في كلا النوعين من الاسمدة حيث نلاحظ ان مبيعات الداخلية ارتفعت من 12167 قنطار سنة 2017 /2016 الى 13640 قنطار في السنة الموالية وارتفعت كذلك كمية اسمدة الغطاء من 8347 قنطار لسنة 2016 /2017 الى 10240.5 قنطار لسنة 2018/2017

هذا الرقم المحقق ناتج من استجابة التعاونية لطلبات زبائنها الفلاحين والمتعاملين معها وبالتالي تحسين صورتها الذهنية وكسب حصة سوقية جديدة من شأنها تحقيق الاهداف المسطرة من جهة ومواجهة المنافسة من جهة اخرى

المطلب الثالث: تسويق الادوية الكيماوية بتعاونية CCLST:

تسعى تعاونية الحبوب والخضر والفواكه الجافة الى تزويد فلاحها بمختلف الطلبات المقدمة منهم من بذور وأسمدة وادوية ضد الاعشاب الضارة وغيرها

1. تسويق الادوية ضد الاعشاب الضارة بالتعاونية¹

تعمل تعاونية على استيراد من المؤسسة الام ثلاث انواع من الادوية ضد الاعشاب الضارة واعادة بيعها الى زبائنها والمستثمرين المتعاملين معها وهذه الانواع هي كالتالي:

✓ تسويق مبيد الاعشاب الضارة ضد النباتات احادية الفلقة

✓ تسويق مبيد الاعشاب الضارة ضد النبات ثنائية الفلقة

✓ تسويق مبيد الاعشاب الضارة ذات العمل المزدوج

في الاول لا باس ان نعطي تعريف للنوعين من النباتين السابقتين

- **النباتات احادية الفلقة:** هي اعشاب لها اوراق رفيعة وازهار مركبة غالبا من

ثلاث اجزاء ولها سيقان اسطوانية وجذور متفرعة كفصيلة النجليات (

الخرطال، السيبوس، المدهون، البصيلة، البرواك، النجم.....) ويشمل هذا

الصنف اهم فصيلة نباتية وهي الفصيلة النجيلية التي تضم اهم محاصيل الحبوب

في المعالم مثل القمح والشعير، والذرة والشوفان.....

- **النباتات ثنائية الفلقتين:** هي نباتات عريضة ولها ازهار مركبة اكثر من ثلاث

اجزاء ولها جذور وندية كفصيلة الطيبات والمركبة والخشخاشيات مثل بلعمان

، الكلكار، الجمرة، الحريكة، الحميضة، الخبيزة.....

فالفلاح يعاني من هذه الاعشاب واحرس ما حتم عليه الوضع لاقتناء المبيدات

اللازمة حسب كل صنف وحسب نوعية محصوله الزراعي وهذا ما تسعى تعاونية

¹عباس طنجي، مكافحة الاعشاب في محاصيل القمح، والشعير، وزارة الفلاحة والتنمية القروية والصيد البحري، المغرب، 2006 ص:5

الحبوب والخضر الجافة الى توفير نظرا للمشاكل التي تخلفها هذه الاعشاب سواء في تنافسية المحاصيل الزراعية او جودتها او حتى اثناء الحصاد وما تتسببه في تعطيل للحصادات ولهذا فالتعاونية تسوق لزيائنها هذه المبيدات بغية انتاج وفير وتشجيع لمواصلة هذه المهمة وهذه الانواع المسوقة تستعمل حسب كل مبيد وحسب نوع المحصول اي بوحدة للتر في الهكتار او الغرام في الهكتار او الكيلو غرام في الهكتار

الجدول 3 - 8: حالة مبيدات الاعشاب الضارة بالتعاونية لموسم 2017 - 2018

	Unité	Type d'emba	Stock initial	Qtt déposée	Qtt restituée	Mobilisation Total	Équival. hectare	Qtt Facturée	Qtt Enlevée	Stock restant	Équival. hectare	Qtt Enlevée PMS	Équival. hectare PMS	Fournisseur
Traxos	(L)	Bid 5 L	0,00	1 040,00	515,00	525,00	1 035,00	520,00	525,00	0,00	525,00	445,00	445,00	PROFERT
Axial	(L)	Bid 5 L	0,00	300,00	280,00	20,00	259,00	20,00	20,00	0,00	26,64	5,00	6,66	PROFERT
Brumby 80 EC	(L)	Bid 5 L	0,00	200,00	195,00	5,00	160,00	5,00	5,00	0,00	6,66	0,00	0,00	ACI
Ravinol	(L)	Bid 5 L	195,00	0,00	0,00	195,00	64,74	0,00	0,00	195,00	0,00	0,00	0,00	SODAGRI
AKOPIK	(L)	Bid 1L	0,00	36,00	0,00	36,00	28,80	0,00	0,00	36,00	0,00	0,00	0,00	SRID
FOCUS	(L)	Bid 1L	0,00	97,00	0,00	97,00	97,00	90,00	90,00	7,00	90,00	46,00	46,00	SRID
		Bid 5 L	0,00	100,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	100,00	25,00	25,00	SRID
FUSILADE	(L)	Bid 5 L	0,00	1 100,00	240,00	860,00	1100,00	860,00	860,00	0,00	860,00	515,00	515,00	AGRICHEM
CHALLENGE	(L)	Bid 5 L	0,00	2 400,00	1 585,00	815,00	278,33	825,00	815,00	0,00	218,57	515,00	147,14	AGRICHEM
S/Total équivalent hectare Anti Monocotylédones							3 122,87	2 420,00	2 415,00	238,00	1 826,87	1 551,00	1 184,80	
Anti Dicotylédones														
Zoom	(Kg)	Bte 120g	0,000	50,040	45,960	4,080	45,840	4,080	4,080	0,00	33,99	0,12	1,00	PROFERT
Zoom	(Kg)	Bte 1,08kg	0,00	238,68	92,88	145,80	1 554,33	145,80	145,80	0,00	1 214,51	63,72	530,79	PROFERT
Sekator	(L)	Bid 1,05L	0,00	126,00	73,50	52,50	840,00	52,50	52,50	0,00	350,18	17,85	119,06	AGRICHEM
RAPID	(Kg)	Bte 60g	0,00	2,400	0,000	2,400	200,000	1,020	1,080	1,320	90,00	0,24	20,00	
Dialen Super	(L)	Bid 5 L	0,00	950,00	605,00	345,00	85,00	325,00	345,00	0,00	345,00	20,00	20,00	PROFERT
Mustang	(L)	Bid 5 L	20,00	1 600,00	265,00	1 355,00	2 168,00	1 355,00	1 355,00	0,00	2 168,00	540,00	864,00	PROFERT
Granstar	(g)	Bte 100g	0,00	35,00	1,30	33,70	2 450,00	33,70	33,70	0,00	2 696,00	1,00	80,00	ACI
		Bte 25g	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	ACI
LANCELOT	(g)	Sach 0,165g	0,00	6,6	3,30	3,30	100	0,66	0,66	2,64	20,00	0	0	SRID
S/Total équivalent hectare Anti Dicotylédones							1 917,76	1 937,82	3,96	6 917,67	642,93	1 634,85		
Double Action														
Cossack	(L)	Bid 5 L	0,00	2 000,00	875,00	1 125,00	2 000,00	1 125,00	1 125,00	0,00	1 125,00	165,00	165,00	PROFERT
PALLAS 45 OD	(L)	Bid 5 L	0,00	60,00	55,00	5,00	80,00	5,00	5,00	0,00	10,00	0,00	0,00	PROFERT
HUSSAR evol	(L)	Bid 5 L	0,00	2 000,00	750,00	1 250,00	2 000,00	1 230,00	1 230,00	20,00	1 230,00	1 045,00	1 045,00	CASAP
TRAXOS ONE	(L)	Bid 5 L	0,00	2 300,00	560,00	1 740,00	1 865,00	1 740,00	1 740,00	0,00	1 740,00	1 030,00	1 030,00	PROFERT
BROME (PALLAS+MUSTANG+HELIOSOL)	(L)	PACK	0,00	7,00	5,00	2,00	20,00	2,00	2,00	0,00	20,00	2,00	20,00	PROFERT
DISCOVERY (TRAXOS+MUSTANG)	(L)	PACK	0,00	70,00	43,00	27,00	300,00	27,00	27,00	0,00	270,00	16,00	160,00	PROFERT
S/Total équivalent hectare Double Action							4 129,00	4 129,00	30,00	4 395,00	2 258,00	2 420,00		
Total équivalent hectare							8 466,76	8 481,82	271,96	13 139,54	4 451,93	5 239,65		

المصدر: عن تعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت

يبين الجدول اعلاه الاصناف الثلاثة التي تسوقها التعاونية المذكورة سلفا لحالة مبيدات الاعشاب الضارة لموسم 2016 / 2017 اذا يضم كل صنف انواع عديدة من المبيدات وموضحا مقدرا استخدامها في الهكتار والعلامة لكل نوع والطرق المزود لها

كما تحت التعاونية متعاملها الى الاستعمال العقلاني لهذه المبيدات وطرق الوقاية منها نظرا لخطورتها على المنتج وبالتالي الخطورة النهائية هي بالطبع على المستهلك وما تتسبب من امراض

المبحث الاول: ايجابيات وسلبيات حول نشاط التعاونية

يتمثل نشاط تعاونية الحبوب والبقول الجافة بتيارت في تخزين وتسويق الحبوب والخضر الجافة وهو النشاط الرئيسي لها تقوم بتسويق البذور الاسمدة وبعض عوامل الانتاج الفلاحي الا انها تعاني من بعض السلبيات كما لديها ايجابيات مختلفة وهذا ما سنتطرق اليه في هذا المبحث:

المطلب الاول: ايجابيات تعاونية الحبوب والخضر الجافة تيارت.

ان مختلف ايجابيات التعاونية ناجمة من تفاعلها وتعاملها مع الفلاحين والمزارعين الذين يتعاملون معها من خلال محاولة اسباع حاجاتهم وبالتالي فهي تسعى الى تقديم الافضل ومن بين الايجابيات مايلي:

- ✓ المعاملة الحسنة بين العمال في اطار العمل داخل التعاونية
- ✓ التجاوب الذي وجدناه عند العمال في مساعدتنا في الحصول على المعلومة
- ✓ تقوم التعاونية في مواسم الحرث والبذر والحصاد بتقديم خدمات اخرى والمتمثلة في تاخير الالات الفلاحية حصادات، جرارات، رباطات....، الى الفلاحين وباسعار معقولة جدا،
- ✓ تعتبر التعاونية المنفذ التسويقي الاول للفلاحين نظرا لضعف التسويق اثناء توفر المنتجات الزراعية بكميات كبيرة وبالتالي تصريف هذه المنتوجات يكون على مستوى هذه الاخيرة

✓ الفلاحون يجهلون تقنيات المعالجة بالاسمدة وبالتالي التعاونية تسعى الى تقديم الارشادات اللازمة وذلك عن طريق تقديم مطويات للتوجيه والارشاد، او الشرح المباشر.

✓ استفادة 647 فلاح من القرض الرفيق وهذا كخطوة من التعاونية لتشجيع الفلاحين ودعمهم لزيادة الانتاجية

✓ اعفاء الفلاحين من الرسم على القيمة المخافة على البذور والاسمدة ومبيدات الحشرات

✓ اصدار بطاقة الكترونية للفلاح وبالتالي تقليص مدة الانتظار والقضاء على البيروقراطية في الحصول على البذور والاسمدة فالان يتم التعامل بملف واحد عكس الاعوام الماضية حيث كان الفلاح مجبرا على ايداع الملف 5 دقائق في العام وتمكن البطاقة سحب فاتورة المواد في اقل من 5 دقائق على خلاف ما كان معمول به اي فترة 15 يوم

✓ تتوفر التعاونية على عدة وحدات موزعة على مختلف المناطق في الولاية لضمان القرب من المناطق ذات الصلة بموضوع النشاط الفلاحي ومنه تقريب الادارة من الفلاحين

المطلب الثاني: سلبيات في انتاج وتسويق الحبوب:

كباقي المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعاني تعاونية الحبوب والخضر الجافة من عدة عراقيل نوجزها في مايلي:

- نقص كبير في الكوادر البشرية المتخصصة والمؤهلة في انتاج وتسويق منتوجات المؤسسة وفي مجال الارشاد الانتاجي للفلاحين،
- عدم تدريب الفنيين والعاملين اضافة الى ضعف المختبرات
- ضعف التسويق بين مختلف الجهات والوحدات ذات العلاقة بانتاج وتسويق الحبوب بالتعاونية.

- ارتفاع تكاليف والاسمدة والادوية المستوردة مما يشكل عبئا ماديا للمزارعين ذوي الامكانيات المادية الضعيفة بجانب عدم توفر مستلزمات الانتاج الاخرى
- الاسعار المعمول بها لا تغطي الاسعار المرجعية الامر الذي يؤدي الى عدم وجود منافسة حقيقية ودخول القطاع الخاص في عمليات التسويق
- كثرة الاعطاب التقنية على الرغم من توفر الصيانة والوقاية المبرمجة
- الضغط الذي يحدث على عمال المصلحة خاصة في فصل الخريف "موسم الزرع" وفصل الصيف" موسم الحصاد"
- قلة وعي الفلاح الذي يسبب متاعب لعمال التعاونية
- تاخر سداد الديوان يؤدي الى تاخر في سدادها من ربح التعاونية (هامش الربح " البيع، التحويل، حق التخزين..)
- الاخطاء الادارية في الوثائق والملفات
- تاخر شديد للمستحقات
- عدم الاهتمام بالقرارات الادارية من طرف الزبائن واللجوء الى الفزاع
- صعوبة الرقابة الداخلية والخارجية

المطلب الثالث: الحلول المقترحة بتعاونية CCLST

في ضوء ما تطرقنا اليه اثناء تريضنا بتعاونية الحبوب والخضر الجافة بتيارت لا باس ان نقترح حلول وتوصيات حول واقع تسويق المنتج الفلاحي بالتعاونية والمساهمة في تحقيق اهدافها.

ومن بين هذه الاقتراحات والحلول مايلي:

- ✚ باعتبار التعاونية مؤسسة انتاجية وتجارية بدرجة الاولى لا بد لها من تكثيف حملاتها الترويجية والتعريف اكثر بمنتجاتها المختلفة من خلال

- تتسبب المبيعات والمشاركة في المعارض الوطنية والدولية او الترويج عبر رسائل الاتصال المختلفة
- يجب على تعاونية الحبوب والخضر الجافة بتيارت الاعتماد على الدراسات التسويقية وبحوث التسويق والتخطيط الدقيق
- وضع خطة استراتيجية طويلة المدى وتخفيض سعر تكلفة المنتج مما يحقق لها اعلى عائد ممكن
- العمل على ارضاء العملاء الحاليين ومحاولة كسب زبائن جدد
- توسيع نطاق التخزين وتقديم المساعدة لتسهيل عمليات الانتاج
- تكوين عمالها ووضع نظام محفز لهم
- تهيئة البذور في وقتها المحدد وتسويقها للفلاحين
- محااربة المضاربين وفتح تحقيقات حول شكاوي الفلاحين فيما يخص حصولهم على بذور مغشوشة
- ضمان التوازن بين الانتاج الوطني وحاجة السكان من الحبوب وضمان تخزين الحبوب والخضر الجافة
- تمويل عمليات تداول استعمال البذور الجيدة والتي تعتبر وسيلة لتكثيف الانتاج ورفع الانتاجية
- توحيد قنوات التوزيع والتخزين
- توحيد اسعار الحبوب والبقول الجافة الموجهة للاستهلاك والعمل على استقرارها
- رفع الانتاجية عن طريق البحث والتطوير
- تشجيع ودعم الفلاحين
- انشاء وتهيئة المخابر اللازمة
- العمل على توسيع نطاق نشاطها ومجالها الجغرافي

✚ بناء هياكل جديدة وصيانة القديمة منها لاحتواء الانتاج المتزايد

والاستغلال الامثل للمخازن

✚ احترام معايير الجودة والنوعية في تسويق الاسمدة والبذور

✚ على التعاونيين ان تكون همزة وصل بين المؤسسة الام والفلاح

✚ المحافظة على الهياكل باعتبارها البنى التحتية للتعاونية

✚ تلبية احتياجات الموردين والزبائن للطلبات وبالجودة المطلوبة والوقت

المطلوب

✓ حوصلة حول التربص الميداني:

إن اجراء تربص قد اتي ثماره حيث ان المتربص من خلال مثل هذه التجارب اخذ صورة حقيقية عن الواقع العملي وكيفية سير الامور داخل المؤسسات بصورة واضحة بعيدا عن الافتراضات التي يملئها الواقع النظري الاكاديمي، ويمكن للمتربص اخذ خبرة مهنية تمكنه من الولوج في عالم الشغل وقد اختزل جل الفجوات بين الواقع النظري والواقع العملي، فدخل المهنة متربصا اسهل منه عاملا مرصما، وعلى الرغم من استفادتنا من هذا التربص الا انه كانت هناك بعض العقبات التي كانت حاجزا جون الوصول الى التوصل الى دراسة جميع النقاط المرسومة من خلال خطة العمل، وترتكز مجمل هذه المشاكل في ضيق الوقت المخصص للتربص بالاضافة الى التحفظ من قبل عمال المؤسسة بالادلاء باي معلومات في ظل توجه المؤسسات الغربية الى الافصاح عن جميع المعلومات لجلب مستثمرين، اما المشكل الرئيسي فكان في عدم اعطاء اهمية كبيرة للتسويق من جانبه التطبيقي وذلك لغياب هذا النوع من النشاط

✓ دور المعلومات السابقة في التربص:

إن مدة التكوين التي تلقيناها والتي دامت لشهر قد ساعدنا على الاندماج بصورة عادية في المؤسسة خلال اجرائنا للتربص، ذلك ان كل ما يتم على مستوى المؤسسات ماهو الا واقع نظري قد تم التعامل مع بعض الفروقات التي تملئها البيئة العملية والتي يتم التعامل معها وجبرها اما بالممارسة المتكررة، او بالحنكة المكتسبة من الخبرة المهنية.

خلاصة

لقد وصلنا من خلال تربصنا في التعاونية الى ان اجراء اي تكوين وفي اي مجال من المجالات لا ياتي ثماره ويبقى مجرد معارف مكتسبة جافة لا تساعد المتكون على تحقيق الهدف المرجو منها، وذلك اذا لم يتم ارفاقها بتربص يساعد المتكون على تطبيق المعارف النظرية المكتسبة لتحقيق المنفعة المرجوة وذلك خطوة بخطوة، حتى إذا تم له الإلتحاق بمنصب الشغل يجد نفسه متمكن من المجال الذي يتخصص فيه نظريا وتطبيقيا، وبخصوص إشكال موضوعنا حول واقع تسويق المنتج الفلاحي بالتعاونية فنقول ان التعاونية لا تعطي الاهمية الكبيرة للتسويق وغيابه في حالات عديدة خاصة اثناء مراحل البيع والشراء للمنتجات، وفي علاقتهم مع الفلاحين في ظل وجود مشاكل عديدة يوما بعد يوم .

خاتمة

يعتبر النشاط التسويقي للمنتجات الفلاحية من اهم الرهانات التي يجب على المهتمين بالقطاع الزراعي النجاح في استعماله وتحقيق الاهداف المسطرة خصوصا ونحن ندرك مدى حساسية هذا القطاع بالجزائر من سوء التسيير الناجم عن افتقاره للنشاط التسويقي من تراكم وفيات الانتاج وما ينجر عنها من خسائر بالاضافة الى عدم استغلال الفرص الاستثمارية التي يخلفها والوقوف امام حقيقة تثبت جودة بعض المنتجات الجزائرية لاكتسابها خصائص نسبية مقابل ضعف قيمة التصدير للعالم الخارجي

ولعل من أهم الاسباب التي أدت إلى عدم انتاج التسويق الزراعي في الجزائر تذبذب الانتاج من سنة لاخرى مع ضعف المنافسة المحلية بين المنتجين

ما يبرر هذا ارتفاع اسعار هذه الاخيرة طول فترات السنة مع استخدام طرق التسعير المستندة لسعر التكلفة بالاضافة الى هامش الربح ويظهر هذا جليا في منتجات اللحوم الحمراء حيث نجد ان الدولة الجزائرية تستعين بالاستيراد لتغطية الحاجات الوطنية خصوصا في فترات ذروة الطلب من جهة اخرى نجد هناك منتجات ذات طلب سوقي مرتفع مع تور الجزائر على قدرات انتاجية عالية مقابل سلبية تكمن في عدم امكانية تصديرها مما ينجز عنها خسائر للمنتجين والمستهلكين والاقتصاد الوطني بصفة عامة

فالنشاط التسويقي للمنتجات الفلاحية على وجه الخصوص يهدف الى التفكير الاستراتيجي قبل بدا عمليات الانتاج حيث يظهر التوقعات المستقبلية الواقعة لحجم الطلب والعرض كما نجد من مهامه البحث عن احسن الطرق والكيفيات التي تكمن في تصريف هذه المنتجات من خلال كل القنوات التوزيعية المحلية والدولية.

إختبار الفرضيات التالية:

✚ التسويق الزراعي يهدف الى توفير وتنوع المنتجات الفلاحية في الاسواق

الفرضية الصحيحة اذا انه كلما كان التسويق فعالا في بلد ما كلما حقق اكتفاء اكبر من المنتجات الى السوق المحلية او الدولية وبالتالي زيادة الوفرة والقضاء على مختلف التبعية الدولية

✚ يقلل التسويق الزراعي من مخاطر الفلاحة المحتملة

صحيحة تماما حيث ان التسويق الفلاحي يهتم بتوجيه جميع الانشطة الفلاحية قبل واثناء عملية الانتاج الى غاية تصريفها وتقديمها في احسن الظروف للمستهلكين او الزبائن المحتملين وبالتالي التخلص من الفائض مما يشجع الفلاح على مواصلة مهنته مستقبلا

القطاع الزراعي يساهم في الاقتصاد الوطني

تعتبر الفرضية صائبة الى حد كبير اذا تم تمويل القطاع بالشكل اللازم نظرا لحساسيته وخصائصه ومميزاته وارتفاع نسبة المخاطرة فيه، حيث ان اهتمام الدولة الجزائرية به قد يخفف من التبعية لقطاع المحروقات بشكل خاص والمساهمة في زيادة الانتاج الوطني بشكل عام

نتائج البحث:

من خلال بحثنا هذا توصلنا الى جملة من النتائج وهي:

- يعتبر التسويق ذا أهمية بالغة في الوقت الراهن من أجل الاستثمارات الاقتصادية.
- لا يمكن ترقية القطاع الفلاحي بدون الاستعانة بالأداء التسويقي الحديث خصوصا مع النهج الاقتصادي الحر.
- التسويق الزراعي يساهم بشكل كبير في النهوض بالتجارة الخارجية وبالتالي ترقية الصادرات خارج المحروقات بالجزائر
- رضا المستهلكين المحليين والدوليين متوقف على مدى نجاعة الأنشطة التسويقية
- غياب الثقافة التسويقية لمعظم المنتجين الفلاحيين بالجزائر
- الإنتاج الزراعي بالجزائر شهد تحسن ملحوظا خلال السنوات الأخيرة رغم المشاكل والعقبات التي يعاني منها.

التوصيات والاقتراحات:

- يجب على المؤسسات الفلاحية الاعتماد على الدراسات التسويقية والتخطيط الدقيق
- على السلطات المعنية تنظيم عدة معارض دولية من أجل التعريف بمنتجاتها الفلاحية

- ✚ يجب على الجامعات الجزائرية إدماج مقرر جديد لدراسة التسويق الفلاحي مع وجود مقررات تدرس أقل أهمية من القطاع الفلاحي
- ✚ دعم المنتج المحلي وتشجيعه والتقليل من الاستيراد للمنتجات الفلاحية

آفاق البحث:

في نهاية بحثنا لا يمكننا القول أننا ألممنا بكل جوانب الموضوع وأنا وفيينا بالإشكال حقه من البحث وتحليل هذا الموضوع يتطلب جهد كبير لأنه موضوع شائك وواسع لا يمكن التطرق إلى جميع جوانبه لذلك إرتأينا إقتراح معالجة بعض المواضيع.

- ✚ ترويج المنتجات الفلاحية في الجزائر
- ✚ واقع تسويق الفلاحية في الجزائر
- ✚ دور التسويق في تخفيض التكاليف
- ✚ آثار تحرير الاسواق العالمية أمام تدفق المنتجات الفلاحية
- ✚ هل يمكن الإعتماد على القطاع الزراعي كبديل للنفط؟

قائمة المصادر والمراجع

قائمة الكتب

1. أبي سعيد الديوجي، مبادئ التسويق الزراعي، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع 2001.
2. جميل محمد جميل الدباغ، إقتصاديات التسويق الزراعي، دار المرتضى، العراق، بغداد 2014.
3. زكرياء عزام وآخرون: مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، عمان، دار الالميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الاولى، 2008، ص 37.
4. صبحي محمد اسماعيل، محمد الحمد القنييط، التسويق الزراعي، كلية الزراعة، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض السعودي.
5. عاكف الزعبي، مبادئ التسويق الزراعي، الأردن، دار الراية للنشر.
6. علي توفيق الحاج محمد سمير حسين محمود عوده التسويق الزراعي دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع الطبعة العربية الاولى عمان الاردن 2011.
7. فدوي يحي عبد الرحيم، التسويق الزراعي، المستوى الخامس، الدفعة 18، جامعة الخرطوم، السودان.
8. الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، اعداد مختلفة، 2014 – 2015، مجلد رقم 34 – 35.
9. الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد رقم 36، المنظمة العربية للتنمية الزراعية 2016.
10. الكتاب السنوي للإحصاءات السمكية في الوطن العربي، المجلد رقم 10، المنطقة العربية للتنمية الزراعية، الخرطوم، 2016.
11. محمد فريد الصحن، التسويق (المفاهيم والاستراتيجيات) الدار الجامعة، الاسكندرية.
12. محمود ياسين، الاقتصاد الزراعي، ادارة المزارع والتسويق، مصر، مطبعة خالد بن الوليد 1977.
13. مصطفى فكري، احمد محمد الفيل، مبادئ التسويق الزراعي، دار المطبوعات الجديدة، جامعة الاسكندرية، مصر 1979.
14. نزار عبد المجيد البرواوي، احمد محمد فهمي البرزنجي، استراتيجيات التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطبعة الثانية.
15. نعيم العبد عاشور، رشيد نصر عوده، مبادئ التسويق، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2006.

أطروحات الدكتوراه والرسائل العلمية

1. - بن لاغة محمد رضا، انعكاسات السياسة الفلاحية- على تطور قطاع الصيد البحري في الجزائر خلال الفترة 2000-2010، ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع تحليل اقتصادي، 2012-2013.
2. برطي محمد نذير، **تحديد المنتجات الغذائية ومشكلة التسويق الزراعي بالجزائر**، جامعة ابن خلدون، تيارت، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص تسويق، 2015.
3. سعيد منصور فؤاد تقييم قنوات توزيع الخضر والفواكه في الجزائر شهادة دكتوراه علوم في علوم تسيير تخصص تسويق جامعة الجزائر 3 2013\2014.
4. -سيار زوبيد، دون اهمية التنمية الزراعية في الحد من ظاهرة الفقر في الوطن العربي، جامعة الجزائر 3 2013/2014
5. شويخي هناء، اليات تمويل القطاع الفلاحي في الجزائر، مذكرة نخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2012 / 2013.
6. عقال عبد الكريم، البحث عن الامثلة لمردودية الانتاج في القطاع الزراعي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص الاقتصاد القياسي، جامعة الجزائر 3، 2011.
7. عيسى بن ثامر، مشكلة الغذاء في الجزائر ، اطروحة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في العلوم الاقتصادية فرع اقتصاد، جامعة مشوري قسنطينة.
8. فوزية غربي: الزراعة الجزائرية بين الاكتفاء والتبعية، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع: اقتصاد، 2007 / 2008.
9. منصور صمودي، التمويل الزراعي للحبوب في اطار السوق الدولية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع تسيير، جامعة الجزائر 3، 2008.

المجلات والملتقيات

1. Simon. Maxwell end frankenberjer n – d/ part. 3 work bank 1986.
2. 1 تقرير أوضاع الامن الغذائي العربي 2014، المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الخرطوم، السودان، 2014، ص.
3. Mouloud slougou : politique algerienon matiere de sécurity alimantair cread. Alger. 1986.
4. احمد باشي: **القطاع الفلاحي بين الواقع ومتطلبات الاصلاح**، مجلة الباحث عدد 02 / 2003، جامعة الجزائر.

5. الامن الغذائي شمال افريقيا، تحليل الحالة واستجابات الدول لعدم الاستقرار الاسواق الزراعية، لجنة الامم المتحدة الاقتصادية لافريقيا، مكتب شمال افريقيا، الطبعة الاولى، الرباط 2012، ص.
6. تقرير منظمة التغذية والزراعة للامم المتحدة في روما، 1996م.
7. دالي احمد " واقع المؤسسات الاقتصادية في ظل هيمنة التسويق، ملتقى دولي حول المؤسسات الاقتصادية، واقع وافاق.
8. قوريش نصيرة، التنمية الزراعية والتحديات، الامن الغذائي في شمال افريقيا، الملتقى الدولي التاسع، حول – استدامة الامن الغذائي في الوطن العربي في ضوء المتغيرات والتحديات الاقتصادية، جامعة حسبة بن بوعلي، الشلف، نوفمبر 2014.
9. المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الدراسات الاولية للبنيات الانتاجية والتسوية الزراعية في بعض الدول العربية، الخرطوم 2000.

المواقع الالكترونية

1. <http://www.alhewar.org/debat/chow.art.asp!aid=144023>
2. [http://wodjda-portail.net/ma/wp-content-up\(cads\)-16-04-2012eldjanati-jpj](http://wodjda-portail.net/ma/wp-content-up(cads)-16-04-2012eldjanati-jpj)
3. Mouloud slougoui : politique algerienon matiere de security alimantair cread. Alger. 1986
4. Simon. Maxwell end frankenberjer n – d/ part. 3 work bank 1986.
5. 1 سهام بن عموشة، الامن الغذائي التي يتحقق بمساهمة الخبراء الاقتصاديين، الشعب يوم 28 – 04 – 2014، من الموقع <http://www.djazairresse.com/echaab/35238>.
6. 1 عمران اشرف محمد، اشكالية الامن الغذائي من الموقع الالكتروني : <http://www.nodhoub.com/index.php/food/777> problematic - food - security
7. 1 من الموقع 10:30، 18/05/2018 <http://ar.wikipedia.org>
8. 1 منظمة الاغذية والزراعة للامم المتحدة (F. A. O). <http://Fenix.Fao.org/Faostat/beta/en/#duta/Qc>
9. وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري، 11 / 10 / 2014، 15:44. من الموقع: www.minagri.dz
10. إحصائيات التجارة الخارجية خلال الأشهر 9 الأولى 2015 من الموقع www.commevce.gov.dz
11. حصيلة التجارة الخارجية للجزائر 2015 من الموقع www.andi.dz/statistique

12. إحصائيات وحصائل التجارة الخارجية من موقع
www.commerce.gov.dz

الديوان الوطني للإحصاءات نتائج 2013 / 2015، O. N. S.

الملاحق



Double Action Protection



 **Amistar Top**[®]

syngenta.



TM

Le **pionnier**
des **fongicides**
céréales en Algérie !
رائد المبيدات الفطرية في
محاصيل الحبوب في الجزائر !

 **Arteia® 330 EC**

syngenta.

TM

رايبيد 750 DF

رايبيد 750 دف يبيد عشبي جهاري اختياري لمكافحة الأعشاب الضارة ذات اللقنتن في محاصيل القمح والشعير.










التركيب
رايبيد 750 دف يحتوي على 750 غ / كغ من مادة التيربوترون مثلن على شكل حبيبات قابلة للإذحلال في الماء.
يتنمي رايبيد 750 دف إلى العائلة الكيمية سولفونيلوري.

مجالات الفعالية
رايبيد 750 دف يستعمل لمكافحة العديد من الأعشاب الضارة عريضة الأوراق في محاصيل الحبوب الربيعية و الشتوية مثل، الخردل، كيس الراعي، الخشخاش، اللوزي، بقلة الماء، الأعموان،....

طريقة التأثير
يعمل رايبيد 750 دف على منع إنتاج اللقائن و الأحماض الأمينية المهمة، مما يؤدي إلى توقف الإقسام الخثري وبالتالي توقف نمو النبات.
التيربوترون مثلن يمتص بسرعة من طرف الأوراق و الجذور متغلطة بذلك داخل كامل النبتة مما يؤدي إلى التوقف الفوري لنمو التبركات الضارة بعد المعالجة و تموت بعد 3 إلى 4 أسابيع.

الانتقائية
يتميز رايبيد 750 دف بانتقائية عالية تجاه الحبوب المعالجة. الفع الصلب، القمح اللين والشعير.

مميزات
رايبيد 750 دف يستعمل بمقدار صغير على الأعشاب الضارة عريضة الأوراق.
رايبيد 750 دف ذو نطاق استعمال واسع ضد الأعشاب الضارة عريضة الأوراق.
رايبيد 750 دف سهل الاستعمال.

تصرف للبيع في الجزائر رقم : 06 44 122

Autorisation de vente en Algérie N°: 06 44 122
Fabricant : ROTAM AGROCHEMICAL CO. LTD
TM Marque enregistrée de la société ROTAM

Produit importé et distribué en Algérie par :
SARL GREEN NANCIAL

Adresse : Cité du 20 août 1955, BT 01 N 3
Constantine 25000, Algérie
TEL : 0550 55 69 70 / FAX : 031 66 37 35



RAPID 750 DF

رايبيد 750 دف

Herbicide anticotylédones sélectif des céréales
مبيد الأعشاب الانتقائي للحبوب
ضد ثنائيات الملقة



ROTAM

La **référence** contre
les **dicotylédones**

المرجع ضد الأعشاب
الضارة عريضة الأوراق



 **Zoom**[®]

syngenta.

TM

Nouvelle référence
herbicide pour le
désherbage de la
culture d'**Orge**

 **Axial® 045 EC**

syngenta.

TM

Le **spécialiste**
pour le **contrôle** des
graminées adventices
المبيد المتخصص في
مكافحة النجيليات الضارة



 **Traxos**[®]

syngenta.



TM

La nouvelle technologie
pour en finir avec les graminées
adventices



 **Traxos**[®]

syngenta.

TM

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى إيضاح الصورة حول الجهاز التسويقي ومسألة الانتاج الزراعي بالجزائر حيث نستنتج من هذه الدراسة إلى ان التسويق الزراعي يتمثل في تسويق المنتجات الزراعية من المنتج الى المستهلك وان جودة المنتوجات الزراعية تتاثر بالظروف المناخية بشكل كبير نظرا لخصوصياتها كما نستنتج ضعف الارشاد ونقص التنظيم مما جعله يبقى يتخبط في مشاكل وعراقيل حتمت على الجزائر اللجوء الى الاستيراد لتحقيق اكتفاء ذاتي.

Cette étude vise à clarifier la situation au sujet du système de commercialisation et la question de la production agricole en Algérie, où nous concluons de cette étude que la commercialisation des produits agricoles est la commercialisation des produits agricoles du produit au consommateur et que la qualité des produits agricoles touchés par les conditions climatiques en grande partie en raison des particularités que nous concluons la direction faible et l'absence de réglementation, ce qui en fait Reste en difficulté et les obstacles ont forcé l'Algérie à recourir à l'autosuffisance.