



جمهورية العراق  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة القادسية  
كلية الآداب  
قسم الجغرافية

# التحليل المكاني لتسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية

اطروحة تقدم بها

**طراد كزار عبد العارضي**

الى مجلس كلية الآداب/ جامعة القادسية وهي جزء من متطلبات درجة  
الدكتوراه/ فلسفة في الجغرافية

**إشراف**

الأستاذ الدكتور

**صلاح ياركة ملك الخميسي**

٢٠٢٣ م

١٤٤٥ هـ

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿ فَلَمَّا دَخَلُوا عَلَيْهِ قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسْنَا

وَأَهْلْنَا الضُّرُّ وَجِئْنَا بِبِضْعَةٍ مُّزْجَتٍ فَأَوْفِ لَنَا


الْكَيْدَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللّٰهَ يَجْزِي

الْمُتَّصِدِّقِينَ ﴿

(يوسف : ٨٨)

## إقرار المشرف

أشهدُ أنّ إعداد الأطروحة الموسومة ((التحليل المكاني لتسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية)) والمقدمة من طالب الدكتوراه (طراد كزار عبد العارضي) قد جرى تحت إشرافي في قسم الجغرافية / كلية الآداب / جامعة القادسية ، وهي جزء من متطلبات شهادة الدكتوراه في فلسفة الجغرافية.

الإمضاء : 

المشرف : أ.د. صلاح ياركة ملك الخميسي

كلية الآداب / جامعة القادسية

التاريخ : ٢٠٢٣ / ٨ / ٤

توصية رئيس قسم الجغرافية

بناءً على التوصيات المتوافرة أُرشح هذه الأطروحة الى لجنة المناقشة لدراستها وبيان الرأي فيها .

الإمضاء : 

أ.د. رافد موسى عبد

رئيس قسم الجغرافية

التاريخ : ٢٠٢٣ / ٨ / ٤

## إقرار المقوم اللغوي

أشهد أنّ هذه الأطروحة الموسومة بـ (التحليل المكاني لتسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية) المقدمة من طالب الدكتوراه (طراد كزار عبد العارضي) في قسم الجغرافية كلية الآداب جامعة القادسية ، وبعد الاطلاع عليها وقراءتها وتصحيح ما جاء فيها من أخطاء لغوية ونحوية ، أصبحت سليمة من الناحية اللغوية.

الإمضاء :

الاسم :

التأريخ : / / ٢٠٢٣

# إقرار المقوم العلمي الأول

أشهد إنني قد اطلعت على اطروحة الدكتوراه الموسومة (التحليل المكاني لتسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية) وقومتها علمياً فوجدتها صالحة للمناقشة.

الإمضاء:

الاسم:

التاريخ: / / ٢٠٢٣

# إقرار المقوم العلمي الثاني

أشهد إنني قد اطلعت على اطروحة الدكتوراه الموسومة (التحليل المكاني لتسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية) وقومتها علمياً فوجدتها صالحة للمناقشة.

الإمضاء:

الاسم:

التاريخ: / / ٢٠٢٣



امعة القادسية/ كلية: الآداب  
 دراسات العليا

لها دكتور عبد

اننا اعضاء لجنة مناقشة طالب الدكتوراه:

الجغرافية

اطلعنا على التصحيحات والتعديلات التي تم اجرائها من

الطلاب والتي تم اقرارها في المناقشة من قبلنا فهي جديرة بدرجة

بجغرافية الزراعة

وعليه وقعنا.

اعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	التوقيع	اللقب العلمي	الاسم	ت
رئيسا		أستاذ محترم	د. محمود بدر علي	١
عضوا		أستاذ	د. حناف محمد زوزور	٢
عضوا		أستاذ	د. أنتظار إبراهيم هسيين	٣
عضوا		أستاذ مساعد	د. رهن ربال هسيين	٤
عضوا		أستاذ مساعد	د. هيدر عبود كزار	٥
عضوا ومشرفا		أستاذ	د. هلالح ياركة ملك	٦

صادق مجلس كلية الآداب / جامعة القادسية على قرار اللجنة

أ.د. نبيل عمران موسى

العميد

٢٠٢٣ / / ١١

## الإهداء

إلى.....

من تباركت الجنة بهم شهداء العقيدة والوطن  
اسكنهم الله في عليين

إلى.....

رمز التضحية التي لا حدود لها والذي  
طيب الله ثراه

إلى.....

منبع الخير والعطاء والذي  
براً وأجلاً

إلى.....

من بذلوا جهداً في مساعدتي وكانوا خير سند  
(أسرتي، أخوتي، أخواتي)  
اهدي هذا الجهد المتواضع

الباحث



## شكر وتقدير

الحمد لله حمداً يليق بقدرته، وجلاله والذي بنعمته تتم الصالحات لما رزقني من الصبر والارادة كي انجز هذه الاطروحة. وما توفيقى الا بالله عليه توكلت واليه أنيب وأصلي وأسلم على خير الأنام محمد المصطفى عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم وعلى آل بيته الطيبين الطاهرين.  
أما بعد .....

إنه لمن دواعي سروري أن اتقدم بالشكر الجزيل الى كل من أسهم في اخراج هذه الاطروحة بصورتها الحالية وبالأخص استاذي المشرف الاستاذ الدكتور صلاح ياركة ملك الخميسي، لقبوله الاشراف على هذه الاطروحة ومتابعتها في اثناء مسيرتي البحثية حيث كان لجهوده المتميزة الاثر الكبير في الوصول بالبحث الى هذا المستوى فله خالص الشكر والتقدير.

ومن واجب الوفاء الى من كانوا لي سنداً وعوناً ومداداً علمياً زاخراً اساتذتي الكرام في قسم الجغرافية/ كلية الآداب / جامعة القادسية ، فلهم مني كل الشكر والاحترام.

كما اقدم شكري الجزيل الى من سهل لي عملي بالحصول على المصادر والمراجع الخاصة بالبحث من موظفي المكتبات العلمية في قسم الجغرافية وكلية الآداب والمكتبة المركزية في جامعة القادسية وموظفي شعب الاحصاء وشعب التخطيط والمتابعة وشعبة التسويق الزراعي في مديرية زراعة محافظة القادسية لتزويدي بالعديد من البيانات وتقديمهم النصح والارشاد مساهمين في توجيه الباحث نحو اهداف بحثه كما اتقدم بشكري الى زملائي اللذين كانوا خير عون لي.

والحمد لله على فضل نعمائه وفيض آلائه

الباحث

## المستخلص :

يعد البحث في تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨ - ٢٠٢١) ذات اهمية من اجل الوقوف عند الكميات المنتجة من المحاصيل الزراعية والمسوقة ومقدار تباينهما ، فضلاً عن حركة الإنتاج لكل محصول ابتداءً من موقع الانتاج وانتهاءً بالمستهلك النهائي، مروراً بالمراحل التسويقية جميعها التي يمكن ان يتوقف فيها المحصول لأغراض الخزن او التعبئة او التغليف. فالتسويق يمثل المرحلة النهائية لمجمل النشاط وعمليات الانتاج الزراعي، من هذا المنطلق العلمي تتمثل مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس (ما مدى تأثير العوامل الجغرافية في تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية) اذ تم ذلك من خلال دراسة العوامل الطبيعية والمتمثلة بـ(الموقع الجغرافي والمساحة والسطح والمناخ)، فضلاً عن دراسة العوامل الجغرافية البشرية والمتمثلة بـ(حجم السوق والنمط الغذائي للسكان وطرق النقل وراس المال)، إذ تستهدف الاطروحة الكشف عن العوامل الجغرافية المؤثرة في التسويق معتمدين التحليل والتفسير عبر التعليل الموضوعي وعلى المرتكزات العلمية، فضلاً عن الكشف عن سبل التنمية للارتقاء بعمليات التسويق.

اما الاهمية فتكمن في الاجراءات التطبيقية للمقترحات عبر صانعي القرارات وصانعي السياسات الزراعية بوصفها استشارات ناضجة بإعادة ترتيب التنظيم المكاني للهيكل المركب للعمليات التسويقية وتوظيف العوامل الجغرافية لخدمة مجمل عمليات الانتاج الزراعي (النباتي) وصولاً للسلعة النهائية.

اعتمد البحث على المنهج النظامي الذي يدرس العوامل الجغرافية المؤثرة في تسويق الانتاج الزراعي النباتي واعتمد المنهج المحصولي ليكون مكملاً للمنهج النظامي لدراسة المحاصيل الزراعية مستعيناً بالأسلوب الكمي في تمثيل البيانات ضمن جداول توضح مدى انتشار الانتاج ومناطق تسويقه.

قسمت الدراسة الى مقدمة وخمسة فصول، تناول الفصل الاول (الاطار النظري للدراسة)، اما الفصل الثاني فقد تناول (العوامل الجغرافية المؤثرة في تسويق الانتاج الزراعي - النباتي - في محافظة القادسية)، اما الفصل الثالث فقد درس (التحليل المكاني للتركيب النوعي للإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١))، اما الفصل الرابع فقد ناقش (مؤسسات وطرائق تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية)، بينما وظف المبحث الثالث منه من اجل تحليل للعلاقات المكانية بين الكميات المسوقة للمحاصيل الزراعية النباتية والمتغيرات المؤثرة فيها في محافظة القادسية، اما الفصل الخامس فقد اهتم بتحديد (مشكلات تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية، وسبل تنميتها). وتوصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات، اهمها أن للعوامل البشرية الأثر

الأكبر في العملية التسويقية والتحكم في قيمة العرض والطلب في الاسواق، في حين كان تأثير العوامل الطبيعية محدوداً وذلك لمحدودية التباين في تلك العوامل والنتائج عن صغر مساحة المحافظة.

تضمن البحث التركيب النوعي للإنتاج الزراعي (النباتي) وضم أربع مجموعات من المحاصيل، وأوضحت الدراسة ان محاصيل الحبوب شكلت نسبة (٨٧%) من مجموع المساحة المستثمرة بالمحاصيل الزراعية، فيما شكلت المحاصيل الأخرى نسبة (١٣%)، وقد تضمنت هذه النسبة محاصيل الخضر التي شكلت نسبة (٥,٥%) من إجمالي المساحة المزروعة، فيما شكلت منها المساحة المزروعة بمحاصيل البستنة نسبة (٤,٦%) من إجمالي معدل المساحة المزروعة في عموم محافظة القادسية، اما محاصيل العلف فقد شكلت نسبة (٢,٩%). كما تناول البحث التوزيع الجغرافي لمؤسسات تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في المحافظة وآلية عملها فضلاً عن كفاءة أداء كل مؤسسة.

شمل البحث دراسة طرائق تسويق الإنتاج الزراعي النباتي اذ بلغت معدل الكميات المسوقة من محاصيل الحبوب (الحنطة والشعير والشلب) (٣١٧٨٤٧,٣ طناً) استأثر محصول الحنطة بنسبة (٥٦,٩٢%) منها بينما شكل محصول الشلب نسبة (٢٣,٢٣%)، اما محصول الشعير فشكل نسبة (١٩,٨٤%)، فيما شكلت الكميات المسوقة لمحاصيل الخضر الصيفية نسبة (٧٨,٦٥%) من مجموع إنتاج محاصيل الخضر المسوقة في محافظة القادسية، في حين شكلت الكمية المسوقة من محاصيل الخضر الشتوية نسبة (٢١,٣٥%) من المجموع نفسه، وظهر ان ما يسوق من محاصيل البستنة ينحصر في محاصيل (التمور والفواكه) بلغ (٤٤٧٨٢,٠٧ طناً)، اما محاصيل العلف فقد بلغ معدل الكميات المسوقة (١٨٦٠٧,٧ طناً).

اظهر البحث أن عملية التسويق تواجه جملة من المشكلات التسويقية والصعوبات التي يعاني منها النظام التسويقي وبمقدمتها ضعف البنية التحتية للمراكز التسويقية، وضعف الوظائف التسويقية في محافظة القادسية ومحاولة ايجاد الحلول لها وتميئتها واستراتيجية تطويرها.

## فهرست المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	إقرار المشرف
ت	إقرار المقوم اللغوي
ث	إقرار المقوم العلمي الاول
ج	إقرار المقوم العلمي الثاني
ح	الإهداء
خ	الشكر والتقدير
د - ذ	المستخلص
ز - س	فهرست المحتويات
ش - ع	فهرست الجداول
غ - ف	فهرست الخرائط
فا	فهرست الاشكال
فب	فهرست الصور
فج	فهرست الملاحق
١ - ٢	المقدمة
٣ - ٢٢	الفصل الأول الإطار النظري للبحث ومفهوم التسويق الزراعي ووظائفه وأهميته وأهدافه
٤ - ١٦	المبحث الأول : الإطار النظري للبحث
٤	أولاً : مشكلة البحث
٤	ثانياً : فرضيات البحث
٥	ثالثاً : هدف البحث ومبرراته
٥	رابعاً : منهج البحث
٥	خامساً : أهمية البحث
٦ - ٩	سادساً : حدود البحث
٩ - ١٠	سابعاً : مصادر البحث
١٠ - ١١	ثامناً : هيكلية البحث
١١ - ١٤	تاسعاً : الدراسات السابقة والمثابهاة
١٤ - ١٦	عاشراً : المصطلحات والمفاهيم
١٧ - ٢٢	المبحث الثاني : ومفهوم التسويق الزراعي وأهدافه وأهميته ووظائفه

١٨ - ١٧	أولاً: مفهوم التسويق الزراعي
١٩-١٨	ثانياً: اهداف التسويق الزراعي
١٩	ثالثاً: أهمية التسويق الزراعي
٢٢ - ٢٠	رابعاً: وظائف التسويق الزراعي
٦٤ - ٢٣	الفصل الثاني العوامل الجغرافية المؤثرة في تسويق الإنتاج الزراعي - النباتي في محافظة القادسية
٣٧ - ٢٤	المبحث الأول : العوامل الجغرافية الطبيعية المؤثرة في تسويق الإنتاج الزراعي - النباتي في محافظة القادسية
٢٥ - ٢٤	أولاً: الموقع الجغرافي والمساحة
٣١ - ٢٥	ثانياً: السطح
٣٧ - ٣١	ثالثاً: المناخ
٦٤ - ٣٨	المبحث الثاني : العوامل الجغرافية البشرية المؤثرة في تسويق الإنتاج الزراعي - النباتي في محافظة القادسية
٤٦ - ٣٨	أولاً: حجم السوق الاستهلاكية
٤٧ - ٤٦	ثانياً: النمط الغذائي للسكان
٥٥ - ٤٨	ثالثاً: طرق النقل ووسائطه
٥٧ - ٥٥	رابعاً: رأس المال
٦٤ - ٥٧	خامساً: السياسة الحكومية تجاه العملية التسويقية
١٢٤- ٦٥	الفصل الثالث التحليل المكاني للتركيب النوعي للإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)
٨٩ - ٦٦	أولاً: محاصيل الحبوب
٩٨ - ٨٩	ثانياً محاصيل الخضار
١٠٦ - ٩٩	ثالثاً محاصيل البستنة
١٢٤ - ١٠٦	رابعاً: محاصيل العلف
٢٢٥ - ١٢٥	الفصل الرابع التحليل المكاني لمؤسسات وطرائق تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية
١٥٤ - ١٢٦	المبحث الاول : التحليل المكاني لمؤسسات تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية
١٤٤ - ١٢٧	أولاً: مؤسسات تسويق محاصيل الحبوب
١٥٤ - ١٤٤	ثانياً: مؤسسات تسويق محاصيل الفواكه والخضار
١٩٨ - ١٥٥	المبحث الثاني: التحليل المكاني لطرائق تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية
١٧٨ - ١٥٥	أولاً: طرائق تسويق محاصيل الحبوب

١٨٦ - ١٧٩	ثانياً: طرائق تسويق محاصيل الخضر
١٩٤ - ١٨٦	ثالثاً: طرائق تسويق محاصيل البستنة
١٩٨ - ١٩٤	رابعاً: طرائق تسويق محاصيل العلف
٢٢٥ - ١٩٩	المبحث الثالث: التحليل الكمي للعلاقات المكانية بين الكميات المسوقة للمحاصيل الزراعية النباتية والمتغيرات المؤثرة فيها في محافظة القادسية
٢١٢ - ١٩٩	أولاً: نموذج التحليل الاحصائي لتسويق محاصيل الحبوب
٢١٩ - ٢١٣	ثانياً: نموذج التحليل الاحصائي لتسويق محاصيل الفواكه والخضر
٢٢٢ - ٢١٩	ثالثاً: نموذج التحليل الاحصائي لتسويق محاصيل التمور
٢٢٥ - ٢٢٢	رابعاً: نموذج التحليل الاحصائي لتسويق محاصيل العلف
٢٥٧ - ٢٢٦	الفصل الخامس المشكلات التي تواجه تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية وسبل تنميتها
٢٤٣ - ٢٢٧	المبحث الاول : المشكلات التي تواجه تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية:
٢٣٢ - ٢٢٧	أولاً: المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الحبوب
٢٣٩ - ٢٣٣	ثانياً: المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الفواكه والخضر
٢٤٣ - ٢٣٩	ثالثاً: المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل البستنة (التمور)
٢٥٧ - ٢٤٤	المبحث الثاني : الآفاق المستقبلية لتنمية تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية
٢٤٥ - ٢٤٤	اولاً: التسويق الزراعي وتأثيره على التنمية الزراعية
٢٤٦ - ٢٤٥	ثانياً: اهمية التسويق الزراعي في عملية التنمية الزراعية
٢٤٧ - ٢٤٦	ثالثاً: المعوقات التي تواجه التنمية الزراعية في مجال التسويق في محافظة القادسية
٢٤٧	رابعاً: السياسة الزراعية واثرها في عملية تنمية التسويق الزراعي
٢٥٧ - ٢٤٨	خامساً: الحلول المقترحة للمشكلات التي تواجه تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية
٢٦٣ - ٢٥٨	الاستنتاجات والمقترحات
٢٨٠ - ٢٦٤	المصادر والمراجع
٢٨٨ - ٢٨١	الملاحق
B - A	المستخلص الإنجليزي

## فهرست الجداول

الصفحة	العنوان	ت
٩	الوحدات الادارية لمحافظة القادسية ومساحتها عام ٢٠٢٢	١
٣٢	معدلات زوايا سقوط الاشعاع الشمسي وساعات سطوع الشمس النظرية والفعلية وكمية الاشعاع الشمسي في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٠ - ٢٠٢٠)	٢
٣٥	المتوسط الشهري والسنوي لدرجات الحرارة العظمى والصغرى في محافظة القادسية للمدة (٢٠٠٤ - ٢٠١٩)	٣
٣٧	المتوسط الشهري والسنوي لكمية الأمطار المتساقطة (ملم) في محافظة القادسية للمدة (٢٠٠٤ - ٢٠١٩)	٤
٣٩	حجم السكان وتوزيعهم المكاني في محافظة القادسية للمدة (١٩٨٧ - ١٩٩٧) والمتوقع لعام ٢٠٢١ م	٥
٤١	التوزيع البيئي لسكان محافظة القادسية بحسب الوحدات الادارية وفق تقديرات عام ٢٠٢١ م	٦
٤٤	التباين النسبي لمتوسط الدخل الشهري لمجتمع العينة في محافظة القادسية لعام ٢٠٢١	٧
٥١	أطوال الطرق الرئيسية في محافظة القادسية واتجاهاتها لعام ٢٠٢١	٨
٥١	أطوال الطرق الثانوية في محافظة القادسية واتجاهاتها لعام ٢٠٢١	٩
٥٢	اتجاهات وطول الطرق الريفية ضمن محافظة القادسية لعام ٢٠٢١	١٠
٥٣	الأبعاد بين الأراضي الزراعية وطرق النقل المعبدة (بالأمتار) لعينة الدراسة عام ٢٠٢١	١١
٥٤	التوزيع الجغرافي لسيارات الحمل ونسبتها الاستعمالية وملكيته في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية لعينة الدراسة عام ٢٠٢١	١٢
٦٧	معدل مساحة المحاصيل الرئيسية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٣
٧٠	التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الحنطة في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٤
٧٥	التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الشعير في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٥
٨٠	التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الشلب في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٦
٨٥	التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٧
٩١	التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحاصيل الخضر الصيفية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٨
٩٦	التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحاصيل الخضر الشتوية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٩

٢٠	التوزيع الجغرافي لمعدل مساحة البساتين وعدد النخيل والإنتاج والإنتاجية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٠٢
٢١	التوزيع الجغرافي لأعداد أشجار الفاكهة في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية لعام ٢٠٢١	١٠٧
٢٢	التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الذرة البيضاء في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١١١
٢٣	التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الجت في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١١٦
٢٤	التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول البرسيم في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٢١
٢٥	مخازن القطاع الخاص العاملة بتجارة الحبوب ومجموعة طاقتها الاستيعابية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٤٣
٢٦	التوزيع الجغرافي لأسواق الفواكه والخضر في مركز قضاء الديوانية والاحياء السكنية المستفيدة منها لغاية عام ٢٠٢٢	١٥٠
٢٧	معدل الكميات المسوقة من محاصيل الحبوب (الحنطة والشعير والشلب) بحسب المؤسسات التسويقية الموردة لها للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٥٦
٢٨	معدل الكميات المسوقة من محصول الحنطة بحسب المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٥٨
٢٩	معدل الكميات المسوقة من محصول الشعير بحسب المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٦٣
٣٠	معدل الكميات المسوقة من محصول الشلب بحسب المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٦٧
٣١	معدل الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء بحسب المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٧٤
٣٢	معدل الكميات لمحاصيل الخضر الصيفية والشتوية المسوقة الى الاسواق المحلية بحسب النوع في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٧٩
٣٣	معدل الكميات المسوقة من محاصيل الخضر الصيفية والشتوية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٨١
٣٤	أهم أنواع اشجار النخيل في محافظة القادسية لعام ٢٠٢١	١٨٧
٣٥	معدل كميات التمور المسوقة في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٨٨
٣٦	معدل الكميات المسوقة الى الاسواق المحلية (العلاوي) من محاصيل الفاكهة في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٩٢
٣٧	معدل الكميات المسوقة من محاصيل العلف في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	١٩٥



٢٠٠	العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول الحنطة ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٣٨
٢٠٠	قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول الحنطة والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٣٩
٢٠١	نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محصول الحنطة والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٤٠
٢٠٢	تحليل التباين للكميات المسوقة من محصول الحنطة في محافظة القادسية	٤١
٢٠٢	قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول الحنطة في محافظة القادسية	٤٢
٢٠٣	العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول الشعير ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٤٣
٢٠٤	قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول الشعير والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٤٤
٢٠٤	نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محصول الشعير والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٤٥
٢٠٥	تحليل التباين للكميات المسوقة من محصول الشعير في محافظة القادسية	٤٦
٢٠٥	قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول الشعير في محافظة القادسية	٤٧
٢٠٦	العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول الشلب ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٤٨
٢٠٧	قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول الشلب والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٤٩
٢٠٧	نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محصول الشلب والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٥٠
٢٠٨	تحليل التباين للمتغير المستقل (سعر الطن الواحد) لمحصول الشلب في محافظة القادسية	٥١
٢٠٨	تحليل التباين للمتغير المستقل (تكاليف النقل) لمحصول الشلب في محافظة القادسية	٥٢
٢٠٩	تحليل التباين للمتغير المستقل (عدد المركبات) لمحصول الشلب في محافظة القادسية	٥٣
٢٠٩	قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول الشلب في محافظة القادسية	٥٤
٢١٠	العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٥٥
٢١١	قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٥٦
٢١٢	نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٥٧

	(٢٠٢١)	
٢١٢	تحليل التباين للمتغير المستقل (تكاليف النقل) لتسويق محصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية	٥٨
٢١٢	قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية	٥٩
٢١٣	العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحاصيل في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٦٠
٢١٤	قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة محاصيل الفواكه والخضر الصيفية والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٦١
٢١٥	نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحاصيل في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٦٢
٢١٦	تحليل التباين للكميات المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية في محافظة القادسية	٦٣
٢١٦	قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية في محافظة القادسية	٦٤
٢١٧	العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الشتوية ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٦٥
٢١٨	قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الشتوية والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٦٦
٢١٩	نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محصول الحنطة والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٦٧
٢١٩	تحليل التباين للمتغير المستقل (تكاليف النقل) لتسويق محاصيل الفواكه والخضر الشتوية في محافظة القادسية	٦٨
٢١٩	قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الشتوية في محافظة القادسية	٦٩
٢٢٠	العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول التمور ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٧٠
٢٢١	قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول التمور والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٧١
٢٢٢	نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محصول التمور والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)	٧٢
٢٢٢	تحليل التباين للكميات المسوقة من محصول التمور في محافظة القادسية	٧٣
٢٢٢	قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول التمور في محافظة القادسية	٧٤
٢٢٣	العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محاصيل العلف ومجموعة المتغيرات المستقلة	٧٥

	(Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	
٢٢٤	قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محاصيل العلف والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٧٦
٢٢٥	نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محاصيل العلف والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٧٧
٢٢٥	تحليل التباين للمتغير المستقل (سعر الطن الواحد) من محصول التمور في محافظة القادسية	٧٨
٢٢٥	قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محاصيل العلف في محافظة القادسية	٧٩
٢٣٢	التباين النسبي للمشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الحبوب في محافظة القادسية لعينة الدراسة عام ٢٠٢٢	٨٠
٢٣٨	المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الفواكه والخضر في محافظة القادسية لعينة الدراسة عام ٢٠٢٢	٨١
٢٤٢	التباين النسبي للمشكلات التي تواجه تسويق التمور في محافظة القادسية لعينة الدراسة لعام ٢٠٢٢	٨٢

## فهرست الأشكال

الصفحة	العنوان	ت
٦٠	المحددات والعوامل المؤثرة على السلع	١
٦٨	التوزيع النسبي لمساحة المحاصيل الرئيسية في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٢
٧١	التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الحنطة بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٣
٧٦	التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الشعير بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٤
٨١	التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الشلب بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٥
٨٦	التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الذرة الصفراء بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٦
٩٢	التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محاصيل الخضر الصيفية بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٧
٩٧	التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محاصيل الخضر الشتوية بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٨
١١٢	التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الذرة البيضاء بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٩

	القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	
١١٧	التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الجت بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٠
١٢٢	التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول البرسيم بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١١
١٤٤	نسبة مخازن القطاع الخاص العاملة بتجارة الحبوب في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٢
١٦١	التباين المكاني لمعدل الكميات المسوقة من محصول الحنطة الى مؤسسات القطاع العام أو الخاص بحسب الوحدات الإدارية لمحافظة القادسية	١٣
١٦٥	التباين المكاني لمعدل الكميات المسوقة من محصول الشعير الى مؤسسات القطاع العام أو الخاص بحسب الوحدات الإدارية لمحافظة القادسية	١٤
١٧٠	التباين المكاني لمعدل الكميات المسوقة من محصول الشلب الى مؤسسات القطاع العام أو الخاص بحسب الوحدات الإدارية لمحافظة القادسية	١٥
١٧٧	التباين المكاني لمعدل الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء الى مؤسسات القطاع العام أو الخاص بحسب الوحدات الإدارية لمحافظة القادسية	١٦
١٩٣	معدل الكميات المسوقة الى الاسواق المحلية (العلاوي) من محاصيل الفاكهة في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٧
٢٣٢	التباين النسبي للمشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الحبوب في محافظة القادسية لعينة الدراسة عام ٢٠٢٢	١٨
٢٣٨	المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الفواكه والخضر في محافظة القادسية لعينة الدراسة عام ٢٠٢٢	١٩
٢٤٣	التباين النسبي للمشكلات التي تواجه تسويق التمور في محافظة القادسية لعينة الدراسة لعام ٢٠٢٢	٢٠

## فهرست الخرائط

الصفحة	العنوان	ت
٧	الموقع الفلكي والجغرافي لمحافظة القادسية	١
٨	الوحدات الإدارية في محافظة القادسية	٢
٢٧	مستويات ارتفاع السطح في محافظة القادسية	٣
٢٩	مظاهر السطح في محافظة القادسية	٤
٤٢	التوزيع البيئي لسكان محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية وفق تقديرات عام ٢٠٢١م	٥
٥٠	طرق النقل في محافظة القادسية	٦
٧٢	التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الحنطة في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٧
٧٧	التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الشعير في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٨
٨٢	التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الشلب في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٩
٨٧	التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٠
٩٣	التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج محاصيل الخضر الصيفية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١١
٩٨	التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحاصيل الخضر الشتوية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٢
١٠٤	التوزيع الجغرافي لمعدل انتاج أشجار النخيل في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٣
١٠٨	التوزيع الجغرافي لأعداد أشجار الفاكهة في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٤
١١٣	التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الذرة البيضاء في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٥
١١٨	التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج لمحصول الجت في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٦
١٢٣	التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول البرسيم في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٧
١٣١	التوزيع الجغرافي لمواقع المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	١٨
١٥٩	التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول الحنطة في محافظة القادسية للمدة	١٩

	(٢٠٢١-٢٠١٨)	
١٦٤	التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول الشعير في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٢٠
١٦٨	التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول الشلب في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٢١
١٧٥	التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٢٢
١٨٢	التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محاصيل الخضر الصيفية في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٢٣
١٨٤	التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محاصيل الخضر الشتوية في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٢٤
١٨٩	التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول التمور في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٢٥
١٩٦	التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محاصيل العلف في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٢٦

## فهرست الصور

الصفحة	العنوان	ت
١٣٠	سايلوات الحبوب الخرسانية والمعدنية في محافظة القادسية	١
١٣٤	العمليات التي تظهر أثناء تسويق محاصيل الحبوب الرئيسية في سايلو الديوانية	٢
١٣٦	سايلو الحبوب في قضاء الشامية	٣
١٣٧	المجمع المخزني لتسويق محاصيل الحبوب في محافظة القادسية	٤
١٣٨	مركز تسويق محاصيل الحبوب في ناحية غماس	٥
١٤١	موقع الشركة العراقية لإنتاج البذور فرع/ غماس	٦

## فهرست الملاحق

الصفحة	العنوان	ت
٢٨٢	التوزيع الجغرافي لحجم عينة الدراسة	١
٢٨٦ - ٢٨٣	استمارة الاستبانة	٢
٢٨٧	معدل انتاج وكمية المحاصيل الزراعية المسوقة في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)	٣
٢٨٨	مصفوفة البيانات الخاصة بالتحليل الاحصائي	٤

# المقدمة

يعد التسويق من اقدم الانشطة التي عرفها الانسان، فقد بدأت معرفة الانسان بالتسويق في المجتمعات البدائية ويرجع ذلك الى ان مفهوم المجتمع يحمل بين طياته مفهوم التخصص وتقسيم العمل وتوزيع المسؤولية. وقد نتج من ذلك وجود مجموعات تحدد مهمتها في انتاج السلع واخرى في توزيعها وتسهيل مهمة افراد المجتمع في الحصول عليها واشباع الاحتياجات تبعاً لذلك. فضلاً عن قدم معرفة الانسان بالتسويق فانه يعد من اكثر الانشطة ممارسة من قبل الافراد. فكلمة التسوق من الكلمات المتداولة بكثرة. اذ يقوم كل منا بعمليات تسويقية بمعدل يكاد يكون يومياً في بعض الاحيان. وتتمثل هذه العمليات بشراء ما تحتاجه لمتطلبات الحياة من العديد من السلع والخدمات.

إن التسويق من الحلقات الاساسية المكملة للعملية الانتاجية في اي نشاط اقتصادي لاسيما بعد توسع حجم السوق وتحول الانتاج من الاكتفاء الذاتي الى انتاج تسويقي خارج السوق المحلية، ان الانتاج والتسويق عمليتان متكاملتان مترابطتان لا يمكن الفصل بينهما ويعد التسويق عاملاً مكملاً للإنتاج او معرقلاً له فلا فائدة من الانتاج اذا لم يجد له سوقاً لتصريف المنتجات وتحقيق ربحاً يفوق تكلفة الانتاج المادية مضافاً اليه التعب الجسدي الذي يبذله المزارع، وقد ازدادت أهمية التسويق الزراعي مع تطور الزراعة واساليبها واعتمادها على البحث العلمي والدراسات مما قلل من تكلفة الانتاج وحسن من نوعيته فضلاً عن المنافسة في الاسواق المحلية والعالمية، بل ان التسويق اصبح الخطوة التي تسبق عملية الانتاج إذ انه يتم انتاج ما يتم تسويقه وليس كما في السابق يتم تسويق ما تم انتاجه. يمثل التسويق هدفاً لعملية الانتاج إذ انه يعد المحصلة النهائية لها فالعملية الانتاجية يجب ان تستمر حتى تصل السلع الى المستهلكين في صورتها النهائية وبالصورة التي يرغبونها وفي المكان والزمان المفضلين، لذلك يعد التسويق الزراعي العامل الاساس في استمرار انتاج اي محصول ما عدمه وعليه فان العناية بهذا الجانب من الامور المهمة التي تأخذ جانباً كبيراً في اعداد البرامج والخطط لإنجاح العملية التسويقية ويسعى المستهلك للحصول على سلع زراعية ذات قيمة عالية وبسعر مناسب وبالمقابل يتطلع المزارعون والوسطاء للحصول على اعلى الاسعار ولتحقيق اكبر الارباح. لذا فان رفع كفاءة هذا النشاط وتحسين ادائه في محافظة القادسية لاسيما تسويق الانتاج الزراعي (النباتي) سيسهم في تعزيز اقتصاد المحافظة وتوفر احتياجات غذائية ضرورية لمواطنيها منها جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية والوقوف على أهم العوامل المؤثرة في عملية التسويق ومعالجة مشكلات التسويق الزراعي بشكل مستقل.



## الفصل الأول

الإطار النظري ومفهوم التسويق الزراعي وأهدافه  
وأهميته ووظائفه

المبحث الأول

الإطار النظري للبحث

المبحث الثاني

مفهوم التسويق الزراعي وأهدافه وأهميته ووظائفه

## المبحث الأول

## الإطار النظري للبحث

## أولاً: مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث بطرح التساؤل الرئيس الآتي: (ما مدى تأثير العوامل الجغرافية في تسويق الإنتاج الزراعي - النباتي في محافظة القادسية؟). ومن هنا تبرز مشاكل ثانوية ينبغي دراستها بدقة والتي تصاغ على النحو الآتي:

١. ما أثر العوامل الجغرافية في كفاءة العملية التسويقية في محافظة القادسية؟.
٢. هل تباين التركيب المحصولي يسهم في تباين العمليات التسويقية في مراحلها جميعها؟.
٣. هل تمتلك محافظة القادسية نظام تسويقي (مؤسسات وطرائق تسويقية) كفؤة قادرة على تحقيق مصلحة المنتجين والمستهلكين؟.
٤. كيف يمكن تنمية العمليات التسويقية للإنتاج الزراعي النباتي وتطويرها في محافظة القادسية؟.

## ثانياً: فرضيات البحث:

يمكن تكوين حلول ممكنة وإيجاد تفسير مقبول للظاهرة المدروسة عن طريق الربط بينها وبين الأسباب التي أدت إلى ظهورها أو حدوثها، لذا وضعت فرضية رئيسة تتمثل بالآتي: (يوجد تأثير للعوامل الجغرافية في تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية) تبعثها فروض ثانوية متعددة تضمنت حلول مؤقتة على النحو الآتي:

١. إن العملية التسويقية للإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية هي نتاج لتفاعل عوامل جغرافية طبيعية وبشرية تركت بصماتها في سير تلك العملية.
٢. يضم التركيب النوعي للإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية أربع مجموعات هي (محاصيل الحبوب، ومحاصيل الخضار، ومحاصيل البستنة، ومحاصيل العلف).
٣. تحتوي المحافظة على العديد من المؤسسات التسويقية للإنتاج الزراعي النباتي، إذ تختص كل مجموع منها بجانب منه وتؤدي وظائفها ضمن نظام تسويقي وبشكل كفاء.
٤. إن تنمية وتطوير العمليات التسويقية يرتبط بطبيعة التنظيم المكاني للمؤسسات التسويقية في قطاعها العام والخاص.

**ثالثاً: هدف البحث ومبرراته :**

١. معرفة تأثير العوامل الجغرافية في عملية تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في منطقة الدراسة.
٢. الكشف عن التباين المكاني للتركيب النوعي للإنتاج الزراعي النباتي في منطقة الدراسة وعلاقته بعملية التسويق الزراعي في المحافظة.
٣. تسليط الضوء على واقع العمليات والخدمات التسويقية بدءاً من تجميع المنتج وانتهاءً بوصوله إلى المستهلك النهائي.
٤. التعرف على المعوقات والمشكلات التي يعاني منها التسويق الزراعي للإنتاج النباتي وأثرها على عملية التسويق الزراعي وتقديم الحلول الملائمة والمناسبة لتنمية التسويق الزراعي في المحافظة وتطويره وبالتالي تحقيق تنمية زراعية متكاملة فيها.

**رابعاً: منهج البحث:**

اعتمد البحث على المنهج النظامي الذي يدرس العوامل الجغرافية المؤثرة في تسويق الإنتاج الزراعي النباتي، واعتمد المنهج المحصولي لدراسة المحاصيل الزراعية من حيث التعريف بطبيعة كل محصول وأهميته وكمية إنتاجه ليكون مكملاً وداعماً للمنهج النظامي ، ولا يغفل اتباع المنهج العام للجغرافية في التوزيع والتحليل والربط من خلال جمع البيانات ذات العلاقة بالإنتاج الزراعي النباتي وعملية تسويقه ومن ثم تدقيقها وتوزيعها مكانياً بحسب الوحدات الإدارية في المحافظة مستعيناً بالأسلوب الكمي في تمثيل البيانات بشكل نسب ضمن جداول تسهل عملية رسم اشكال بيانية وخرائط كمية توضح مدى انتشار الإنتاج ومناطق تسويقه.

**خامساً: أهمية البحث:**

يتناول البحث الواقع التسويقي للإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية مركزاً على ما يمكن أن تنتجه المساحات المستثمرة زراعياً ، والبحث عن امكانية إيصال المنتجات الزراعية النباتية الى المخازن والاسواق ثم الى المستهلك النهائي ، فمن خلال ذلك يمكن تقييم العملية التسويقية في المحافظة بالطرق العلمية وبالذقة المطلوبة ، إذ يشخص البحث مواضع الخلل فيها ويوضح الجوانب الايجابية التي تتضمنها العملية التسويقية في محافظة القادسية، ومن ثم العمل اقتراح التنمية والتطوير لتلك العمليات التسويقية بقطاعيها العام والخاص لزيادة كفاءة وكفاية وإعادة توزيع مؤسساتها التسويقية في المحافظة.

## سادساً: حدود البحث:

أ. **الحدود الموضوعية:** تتمثل الحدود الموضوعية بتسويق الإنتاج الزراعية (النباتي)، إذ يتم التركيز على أربع مجموعات من المحاصيل الزراعية هي (محاصيل الحبوب ومحاصيل الخضر ومحاصيل البستنة ومحاصيل العلف) معتمداً في ذلك على الأهمية الاقتصادية كأساس في عملية الاختيار ، وتحديد التباين المكاني على وفق العوامل الجغرافية المؤثرة في العملية التسويقية.

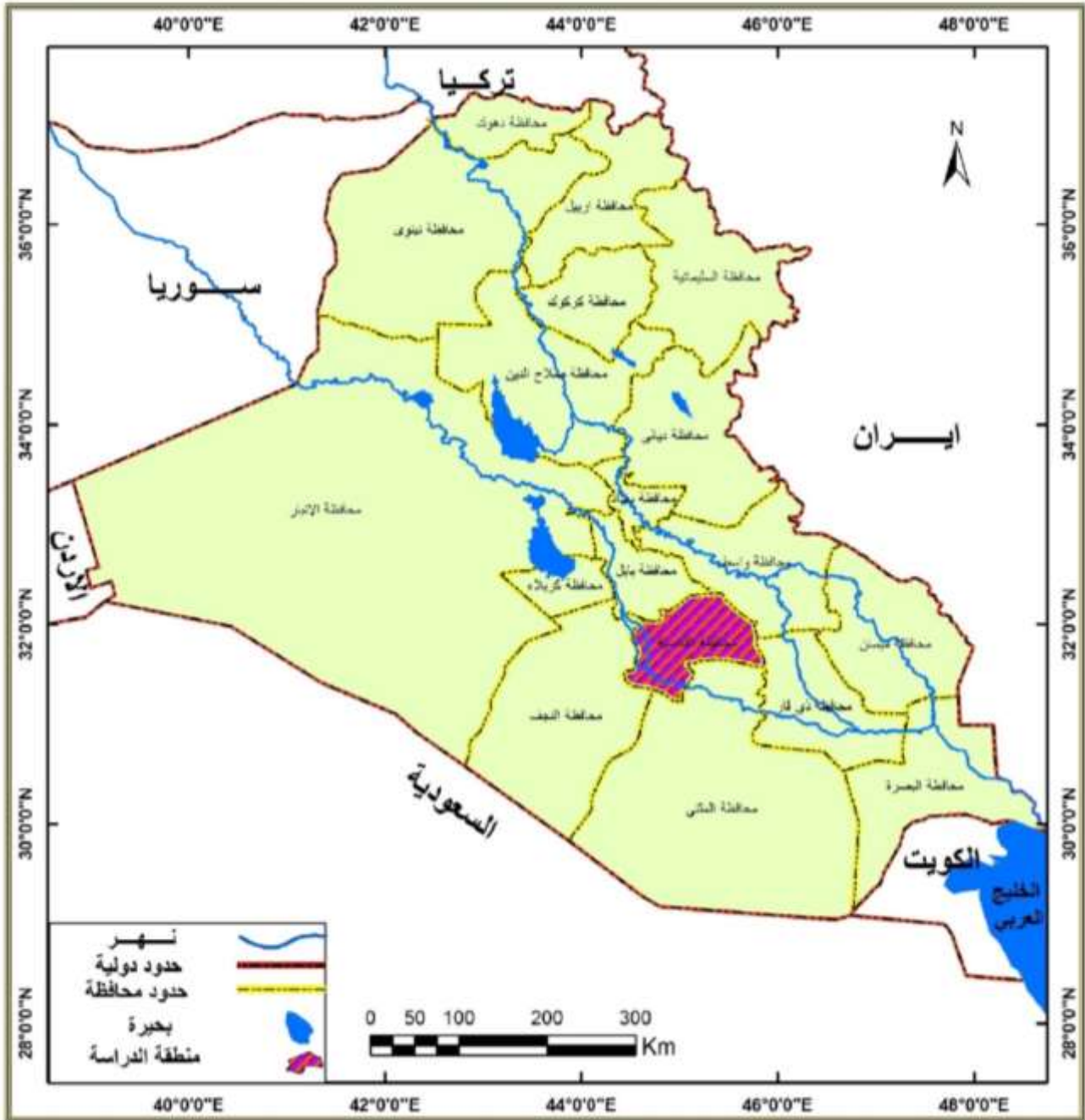
ب. **الحدود الزمانية والمكانية:** تتمثل الحدود الزمانية للبحث في دراسة الانتاج الزراعي لثلاثة مواسم زراعية ضمت المدد الآتية (٢٠١٨-٢٠١٩) و(٢٠١٩-٢٠٢٠) و(٢٠٢٠-٢٠٢١)، لدراسة معدل التسويق الزراعي. في حين تمثلت الحدود المكانية للبحث فلكياً بين دائرتي عرض (°٣١,١٧<sup>-</sup> - °٣٢,٢٤<sup>-</sup>) شمالاً وخطي طول (°٤٤,٢٤<sup>-</sup> - °٤٥,٤٩<sup>-</sup>) شرقاً، اما جغرافياً فتمثلت بالحدود الإدارية لمحافظة القادسية التي تقع في الجزء الأوسط من السهل الفيضي وتحدها خمس محافظات ضمن جهة الشمال محافظة بابل ومن الجنوب تحدها محافظة المثنى ، أما محافظتي واسط وذي قار تحدها من الشرق في حين محافظة النجف تحدها من جهة الغرب كما في الخريطة (١)، إذ تبلغ مساحة المحافظة (٨١٥٣ كم<sup>٢</sup>) بما نسبته (١,٩%) من اجمالي مساحة العراق البالغة (٤٣٤١٢٨ كم<sup>٢</sup>)<sup>(١)</sup>، وتقسم ادارياً على أربعة أفضية وأحدى عشر ناحية<sup>(\*)</sup>. خريطة (٢) وجدول (٢)

(١) جمهورية العراق، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، المجموعة الإحصائية السنوية لعام ٢٠٢٠، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١، ص ١١.

(\*) ناحية الصلاحية : كانت وحدة إدارية تابعة لقضاء الشامية عام ١٩٧٧، وفي عام ١٩٨٧ أدمجت مع مركز القضاء ، ومن ثم عادت كوحدة ادارية تابعة له بموجب الكتاب المرقم (١٥١١٧) الصادر من وزارة الداخلية بتاريخ (٢٠/١٠/١٩٩٠)، وبهذا تكون محافظة القادسية تضم عشر نواحي بعد ان كان عددها تسع في عام ١٩٨٧، فضلاً عن اعادة المرتبة الإدارية لناحية نفر عام ١٩٩٩ بموجب كتاب وزارة الداخلية المرقم (١٤٥٦٩) في (١٤/١١/١٩٩٩) لذا لم تظهر في تعداد ١٩٩٧، ينظر في ذلك: مديرية بلديات محافظة القادسية ، شعبة التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة .

خريطة (١)

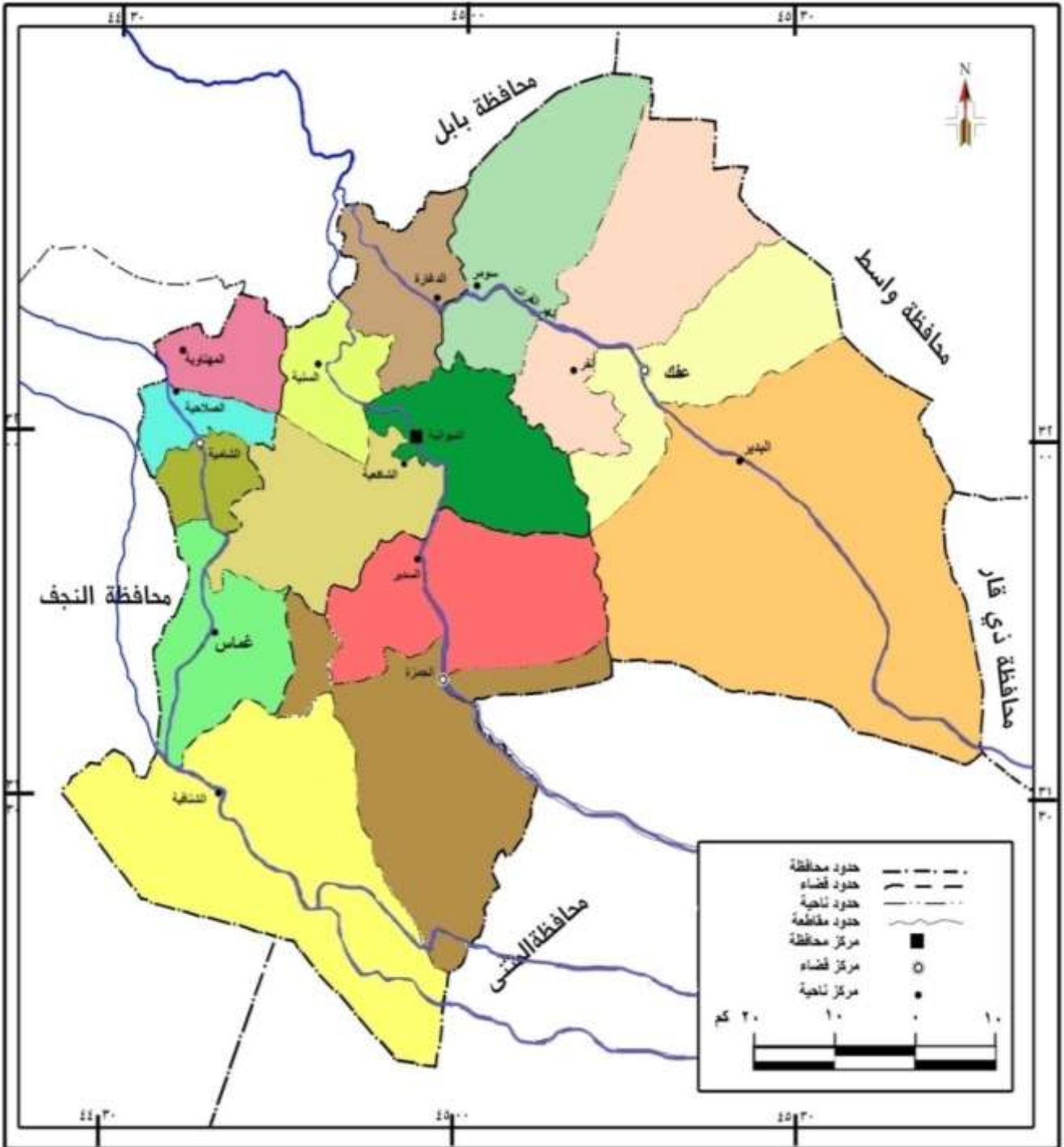
الموقع الفلكي والجغرافي لمحافظة القادسية



المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الموارد المائية ، الهيئة العامة للمساحة ، خريطة العراق الإدارية ، بمقياس ١:١٠٠٠٠٠٠، لعام ٢٠٠٧.

خريطة (٢)

الوحدات الإدارية في محافظة القادسية



المصدر: بالاعتماد على :

(١) جمهورية العراق ، وزارة الموارد المائية ، الهيئة العامة للمساحة ، خريطة محافظة القادسية ، بمقياس

١:١٠٠٠٠٠٠، لعام ٢٠١٦.

(٢) جمهورية العراق، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، القسم الفني ، خريطة محافظة القادسية الادارية لعام

٢٠١٦.

جدول (١)

الوحدات الادارية لمحافظة القادسية ومساحتها عام ٢٠٢٢

القضاء	الناحية	المساحة (كم <sup>٢</sup> )	النسبة % من القضاء	النسبة % من المحافظة
الديوانية	مركز قضاء الديوانية	٣١٩	٢٦,٣٢	٣,٩١
	السنية	٢١٠	١٧,٣٣	٢,٥٨
	الدغارة	٤٠٤	٣٣,٣٣	٤,٩٦
	الشافعية	٢٧٩	٢٣,٠٢	٣,٤٢
مجموع القضاء		١٢١٢	١٠٠	١٤,٨٧
عفك	مركز قضاء عفك	١٢٠٦	٣٢,٨٧	١٤,٧٩
	البيدر	١٨٨٩	٥١,٤٩	٢٣,١٧
	سومر	٥٧٤	١٥,٦٤	٧,٠٤
	نفر	-	-	-
مجموع القضاء		٣٦٦٩	١٠٠	٤٥
الشامية	مركز قضاء الشامية	٢٨٤	٢٩,٩٦	٣,٤٨
	غماس	٤٥٩	٤٨,٤٢	٥,٦٣
	المهناوية	٢٠٥	٢١,٦٢	٢,٥٢
	الصلاحية	-	-	-
مجموع القضاء		٩٤٨	١٠٠	١١,٦٣
الحمزة	مركز قضاء الحمزة	٦٠٠	٢٥,٨٢	٧,٣٦
	السدير	٥٤٠	٢٣,٢٤	٦,٦٢
	الشنافية	١١٨٤	٥٠,٩٤	١٤,٥٢
	مجموع القضاء	٢٣٢٤	١٠٠	٢٨,٥
مجموع مساحة المحافظة		٨١٥٣	-	١٠٠

المصدر: جمهورية العراق، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، المجموعة الاحصائية السنوية، ٢٠٢٢، ص ٨.

سابعاً: مصادر البحث ومراجعته:

تم الاعتماد في جمع البيانات والمعلومات والمؤشرات الخاصة بالبحث على العديد من المصادر، فضلاً عن الوسائل التي استعملت في معالجة وتحليل البيانات يمكن ذكرها بالنحو الآتي:

١. المصادر المكتبية (النظرية) :

تم الاعتماد على جملة من المصادر والمراجع الرئيسية والثانوية ذات العلاقة فضلاً عن اخرى في تخصصات متنوعة تم توظيفها لخدمة الاطروحة (زراعية - اقتصادية) عن طريق

مراجعة المكتبات العلمية، فضلاً عن البيانات المستحصلة من الدوائر الحكومية واغلبها غير منشورة لها علاقة بموضوع الدراسة، وكل هذه المعلومات والبيانات المنشورة وغير المنشورة تم توظيفها مع الدراسات المكتبية لتكون نتاج علمي متكامل للوصول الى هدف الدراسة.

## ٢. الدراسة الميدانية :

وهي المعلومات التي اعتمدت في استحصال المعلومات على الملاحظة المباشرة والمقابلات الشخصية مع الفلاحين وموظفي بعض الدوائر ذات العلاقة بموضوع الدراسة، واستمارة الاستبانة (١) التي تضمنت خمسة محاور و (٣٦) سؤالاً وزعت على عينة عشوائية طبقية (\*) بلغت (٤٩٠ فلاحاً) بنسبة (٢%) من المجتمع الاحصائي وتوزعت بنسبة (٣٨%) على قضاء الشامية و (٣٠%) على قضاء عفك و (٢٠%) على قضاء الحمزة و (١٢%) على قضاء الديوانية.

## ثامناً: هيكلية البحث :

قسمت الدراسة الى مقدمة وخمسة فصول، تناول الفصل الاول (الاطار النظري للدراسة) تتضمن منهجية البحث واسلوبه والمصطلحات والمفاهيم الخاصة به، وتناول المبحث الثاني مفهوم التسويق الزراعي ووظائفه وأهميته وأهدافه، اما الفصل الثاني فقد تناول (العوامل الجغرافية المؤثرة في تسويق الانتاج الزراعي\_ النباتي في محافظة القادسية)، وضم مبحثين تناول المبحث الاول العوامل الجغرافية الطبيعية المؤثرة في تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية، ودرس المبحث الثاني العوامل الجغرافية البشرية المؤثرة في تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية، اما الفصل الثالث فقد درس (التحليل المكاني للتركيب النوعي للإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)، اما الفصل الرابع فقد ناقش (مؤسسات وطرائق تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية)، اذ تضمن

(١) ملحق (١) .

(\*) تم استخراج حجم العينة حسب القانون الآتي: (حجم العينة = نسبة العينة الى المجتمع × حجم المجتمع الاصلي ÷ ١٠٠) نسبة العينة الى مجموع العينة = (عدد الفلاحين والمزارعين في الناحية/ عدد الفلاحين والمزارعين في المحافظة × ١٠٠٠) ينظر في ذلك: ١- فايز جمعة النجار وزميلاه، اساليب البحث العلمي (منصور تطبيقي)، ط٢، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠، ص ١١٥. ٢- نبيل جمعة صالح النجار، الاحصاء في التربية والعلوم الانسانية مع تطبيقات برنامج (SPSS) ، دار حامد للنشر والتوزيع، ط١، عمان، ٢٠١٠، ص ٣٧.



ثلاث مباحث تناول الاول مؤسسات تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية، ودرس المبحث الثاني طرائق تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية، اما المبحث الثالث درس التحليل الكمي للعلاقات المكانية بين الكميات المسوقة للمحاصيل الزراعية النباتية والمتغيرات المؤثرة فيها في محافظة القادسية، اما الفصل الخامس فقد اهتم بمشكلات تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية، وسبل تنميتها، وضم مبحثين تناول المبحث الاول المشكلات التسويقية في المحافظة، بينما درس المبحث الثاني الآفاق المستقبلية لتسويق الانتاج الزراعي في المحافظة من خلال الحلول والمقترحات لمعالجة المشكلات والعقبات التي تواجه العملية التسويقية في منطقة الدراسة، وخلصت الدراسة بالاستنتاجات وبعض المقترحات المهمة.

#### تاسعاً: الدراسات السابقة والمشابهة :

تعد معرفة الدراسات السابقة والمشابه لموضوع الدراسة ذات أهمية كبيرة اذ تعطي للباحث أفقاً علمياً يتمكن من خلاله الوقوف على العقبات وتجاوزها، ومن ثمّ يتمكن الباحث من وضع خبرته العلمية التي يستطيع من خلالها الوصول الى نتائج علمية دقيقة في موضوع بحثه، ولذا يتم الإحاطة ببعض الدراسات التي اختصت بموضوع الدراسة والتي سيتم تناولها على النحو الآتي:

#### ١. الدراسات العراقية :

أ- دراسة الباحث قصي محمد عبد الله (١٩٧٩)<sup>(١)</sup>: تناولت هذه الرسالة انتاج محصول الطماطم في العراق وسياسة تسعير المحاصيل الزراعية والوظائف التسويقية وتوصلت الرسالة الى وجود ضعف في الخدمات التسويقية المتعلقة بخزن ونقل المحاصيل الزراعية على وفق رؤية اقتصادية.

ب- دراسة خالد محمد القيسي (١٩٩٤)<sup>(٢)</sup>: درس الباحث فيها المفاهيم الاساسية للتسويق الزراعي والمداخل الرئيسية المعتمدة عند دراسة التسويق الزراعي. إذ برز فيها الجانب الزراعي المتخصص الذي ارتكز على الجانب الاقتصادي.

(١) قصي محمد عبد الله، سياسة تسويق المحاصيل الزراعية (مع التركيز الخاص لتسويق محصول الطماطم، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ١٩٧٩.

(٢) خالد محمد القيسي، تسويق محصول الحنطة والشعير في العراق دراسة اقتصادية تحليلية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الزراعة، جامعة بغداد، ١٩٩٤.

- ج- دراسة الباحثة وداد علي زغير (٢٠١١)<sup>(١)</sup>: تناولت النشاط الزراعي وتسويق المنتجات الزراعية وانتاج التمور في العراق والسياسات التسويقية للتمور، وكذلك استراتيجية التنمية المستقبلية للتمور في العراق.
- د. دراسة الباحث سيف مجيد حميد الجبوري (٢٠١٣)<sup>(٢)</sup>: دراسة واقع انتاج محاصيل الخضر والفاكهة في محافظة صلاح الدين واسباب تذبذب اسعار بعض المحاصيل، ويعود ذلك الى عدة اسباب ابرزها انعدام التأمين الزراعي وانعدام المعلومات التسويقية عن الكميات المعروضة والمطلوبة من المحاصيل الزراعية.
- هـ- دراسة الباحث ميثم عبد الحسين حميد الوزان (٢٠١٤)<sup>(٣)</sup>: وتتضمن دراسة العملية التسويقية للإنتاج الزراعي في محافظة ميسان وابرار دور مؤسسات وطرائق تسويق الانتاج الزراعي بشقيه النباتي والحيواني، كما تناولت الدراسة العوامل الجغرافية المؤثرة في تسويق الانتاج الزراعي المحلي.
- و- دراسة الباحث ماجد عبد الله جابر التريجاوي (٢٠١٧)<sup>(٤)</sup>: التي درست تسويق الانتاج الزراعي الحيواني في محافظة ذي قار لعام (٢٠١٥) وهي لم تتطرق بشكل مباشر الى مشكلات التسويق الزراعي بشكل عام وانما ركزت على الثروة الحيوانية التي تعد من محددات التنمية.
- ذ- دراسة الباحثة سحر رعد هاشم المسعودي (٢٠١٨)<sup>(٥)</sup>: تناولت هذه الدراسة تقييم مراكز التسويق للمنتجات الزراعية النباتية والحيوانية، اذ توصلت الدراسة الى المعوقات الطبيعية والبشرية والاقتصادية التي تعاني منها مراكز تسويق الانتاج الزراعي في محافظة كربلاء.

(١) وداد علي زغير المنشداوي، واقع وآفاق انتاج وتسويق التمور في العراق، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ٢٠١١.

(٢) سيف مجيد حميد الجبوري، تحليل اقتصادي وقياسي لإنتاج وتسويق بعض محاصيل الخضر والفاكهة في محافظة صلاح الدين، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الزراعة، جامعة تكريت، ٢٠١٣.

(٣) ميثم عبد الحسين حميد الوزان، تسويق الانتاج الزراعي المحلي في محافظة ميسان (٢٠١٠-٢٠١٣)، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية التربية، جامعة البصرة، ٢٠١٤.

(٤) ماجد عبد الله جابر التريجاوي، تسويق الانتاج الحيواني في محافظة ذي قار، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية التربية للعلوم الانسانية، جامعة البصرة، ٢٠١٧.

(٥) سحر رعد هاشم المسعودي، تقييم جغرافي لمراكز تسويق المنتجات الزراعية في محافظة كربلاء، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية للعلوم الانسانية، جامعة كربلاء، ٢٠١٨.

ر- دراسة الباحث قيس طامي جسام (٢٠٢٠)<sup>(١)</sup> : تناولت هذه الدراسة محصولي القمح والشعير في محافظتي صلاح الدين وواسط للموسم الزراعي (٢٠٢٠) للتعرف على النظام التسويقي للمحاصيل المدروسة واستعمال افضل المسالك التسويقية للنهوض بواقع التسويق الزراعي لمحصولي القمح والشعير في منطقة الدراسة.

ح- دراسة الباحث حسين صاحب علي لفته (٢٠٢٢)<sup>(٢)</sup>: التي ركزت على التباين المكاني لمراكز تسويق المنتجات الزراعية النباتية على مستوى الوحدات الادارية في محافظة صلاح الدين، والتعرف على واقع العمليات والخدمات التسويقية، وتحديد اهم المشكلات التي تواجهها ووضع الحلول والمعالجات وسبل تنميتها.

## ٢. الدراسات العربية:

أ- دراسة الباحث هشام محمد رضوان (٢٠١١)<sup>(٣)</sup>: والتي ناقشت واقع القطاع الزراعي الفلسطيني والاهمية الاقتصادية للمحاصيل التسويقية والمسارات التسويقية والهوامش التسويقية وقنوات التسويق للمحاصيل الزراعية، وتناول المشاكل والمعوقات التي يعاني منها القطاع التسويقي الزراعي في قطاع غزة.

ب- دراسة الباحث سليمان دحو (٢٠١٦)<sup>(٤)</sup>: التي تصدت الى دراسة واقع تسويق التمور في الجزائر واكدت على اهمية القطاع الزراعي كأحد القطاعات المهمة في الاقتصاد الوطني ومنها التمور للمساهمة في الامن الغذائي وتحسين ميزان المدفوعات.

ج- دراسة الباحث سعيدة جميلة<sup>(٥)</sup>: والتي تطرقت الى أثر التسويق الزراعي في جودة زيت الزيتون وتأثر صورة المنتجات بالظروف المناخية ودرست أثر التسويق الزراعي في تحسين انتاج زيت الزيتون .

(١) قيس طامي جسام، دراسة اقتصادية تحليلية، لتسويق القمح والشعير في محافظتي صلاح الدين وواسط للموسم الزراعي ٢٠٢٠، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الهندسة الزراعية، جامعة بغداد، ٢٠٢٠.

(٢) حسين صاحب علي لفته، التحليل المكاني لمراكز تسويق المنتجات الزراعية النباتية في محافظة صلاح الدين، رسالة ماجستير (غير منشورة)، الكلية التربوية الاساسية، الجامعة المستنصرية، ٢٠٢٢.

(٣) هشام محمد رضوان، أزمة القطاع الزراعي الفلسطيني (معوقات التسويق الزراعي في قطاع غزة)، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الادارة والاقتصاد، الاكاديمية العربية في الدنمارك، ٢٠١١.

(٤) سليمان دحو، التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير-بكره، ٢٠١٦.

(٥) سعيدة جميلة، دور التسويق الزراعي في تحسين جودة المنتج الزراعي (منتج زيت الزيتون)، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة ٢، ٢٠١٦.

ويظهر من الاستعراض السابق للدراسات السابقة والمشابهة، ان هذه الدراسة جاءت في التحري العلمي للتسويق الزراعي - النباتي، إذ إن مقدار ما كتب عن هذا الموضوع هو قليل جداً، ولم يحض التسويق الزراعي بأهمية تذكر لاسيما بمنظومة البعد المكاني والعلاقات المكانية لمشروعات العمل الجغرافي، على الرغم من وجود المكان والبيئة المحلية التي تدعو لمثل هذه الدراسات، ولعل اختيارنا محافظة القادسية هو جوهر مهم من الناحية العلمية، نظراً لما تحظى به هذه المحافظة من تعدد وتباين مكاني للنشاط الزراعي النباتي.

### عاشراً: المصطلحات والمفاهيم

#### ١. التحليل المكاني:

يعد التحليل المكاني من أبرز المفاهيم التي دعا اليها العالم (شيفر) الذي أشار إلى أن الجغرافية انما تمثل علم العلاقات المكانية، وأنها ينبغي أن لا تولي اهتماماً الى الظواهر بذاتها وانما بتنظيمها المكاني في المنطقة، أي أن العلاقة المكانية هي مركز الأهتمام الجغرافي<sup>(١)</sup>. فالدراسات المكانية هي وصف لواقع الظواهر الطبيعية والبشرية، وتهتم بتغيرها وصولاً الى ما هي عليه في الواقع، وتحاول هذه الدراسات اعطاء نضرة محتملة عن مستقبل الظاهرة بمدى من درجات التغير وتهتم بوصف وتحليل العلاقات بين الظواهر في واقع المتغير<sup>(٢)</sup>. اي هو عملية نمذجة وفحص وتفسير النتائج، ويستفاد من التحليل والتفسير والفهم والتقييم والتنبؤ<sup>(٣)</sup>.

#### ٢. التباين المكاني :

يقصد به لغوياً المباينة او المفارقة والمتباين ما كان لفظه ومعناه مخالفاً للآخر، فالتباين هو الاختلاف وعلى هذا الاساس تختلف الظواهر على سطح الارض<sup>(٤)</sup> فالجغرافية لا يمكن ان تكون ما لم تتغير الظواهر من مكان الى آخر لان التغيرات المكانية هي التي تجعل الجغرافية فرعاً من فروع المعرفة<sup>(٥)</sup> فالحقائق او المتغيرات المكانية تنتظم مع بعضها وتتفاعل وتترابط على

(١) محمد علي الفراء، علم الجغرافية، دراسة تحليلية نقدية في المفاهيم والمدارس والاتجاهات الحديثة في البحث الجغرافي، مجلة الجمعية الجغرافية الكويتية، الكويت، ١٩٨٠، ص ٥٨.

(٢) محسن عبد الصاحب المظفر، فلسفة علم المكان (الجغرافية)، ط١، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥، ص ٥٣.

(٣) محمد صالح ربيع العجيلي، معجم المصطلحات والمفاهيم الجغرافية، ج١، ط١، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٢، ص ٢٢.

(٤) المصدر نفسه، ص ٢٢١.

(٥) صفوح الخير، الجغرافية موضوعها ومناهجها واهدافها، دار الفكر، دمشق، سوريا، ٢٠٠٠، ص ٥٧.

ان تشكل نمط ثم نظام متكامل متلاحم وعندما يرتبط بالمكان يعطي المنطقة سمة مكانية متفردة، لذا فالظاهرة الجغرافية تنتزع توزيعاً انتشارياً يخلق انماط مكانية او اشكال متجمعة من موضع لآخر بالمستوى الذي يتطلب معه ضرورة التفسير لإظهار تلك التباينات.<sup>(١)</sup>

### ٣. الهامش التسويقي الزراعي:

وهو الفرق بين السعر الذي يدفعه المستهلك والسعر الذي يستلمه المنتج وتشكل الخدمات التسويقية الزراعية الجزء الأكبر من الهامش ويتغير الهامش التسويقي الزراعي من خلال تغير الخدمات التسويقية للمنتجات الزراعية المقدمة فعلاً او من خلال الخدمات التسويقية الجديدة فان تغير هذا الهامش عن طريق التغير في كلفة الخدمات التسويقية الزراعية سوف يتحملها كل من المستهلك والمنتج.<sup>(٢)</sup> ويوفر الهامش التسويقي الزراعي مؤشرات احصائية مفيدة لبيان توزيع نفقات المستهلكين على المنتجات الزراعية بين اطراف العملية التسويقية وفي مختلف المستويات والمراحل التسويقية الزراعية لها كما انه يمكن ان يعطي مدخلاً مناسباً لعمل تحليل في مجال المنتجات الزراعية.<sup>(٣)</sup>

### ٤. المزيج التسويقي

يتمثل المزيج التسويقي في العناصر الاربعة الاساسية في البرنامج التسويقي للمؤسسة وهي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج) وهذه المتغيرات يمكن السيطرة عليها من قبل الادارة التسويقية لإنجاز وتحقيق اهدافها الخاصة والمرتبطة بالبيئة التسويقية، كما يُعد السوق المستهدف المحور الرئيس الذي تركز عليه صياغة المزيج التسويقي بهدف اشباع حاجات ذلك السوق والمعبر عنه بالمستهلكين.<sup>(٤)</sup>

### ٥. التكاليف التسويقية الزراعية

ويعني التكاليف التسويقية هنا الفرق بين السعر الذي يستلمه المزارع والسعر الذي يدفعه المستهلك وتتألف من تكاليف الخدمات والعمليات التسويقية كتكاليف النقل والتخزين وغيرها، فهذه

(١) محسن عبد الصاحب المظفر، مصدر سابق، ص ٦٧.

(٢) ابراهيم محمد عبيدات، مبادئ التسويق، دار المستقبل للنشر، عمان، ط ٢، ١٩٩١، ص ١٢٧.

(٣) عدنان احمد ثلاج، دراسة اقتصادية لبيان أثر المخاطر ودورها في الهامش التسويقي لمحاصيل الخضر في العراق للمدة (١٩٨٥ - ٢٠١٠)، مجلة زراعة الرافدين، كلية الزراعة والغابات، جامعة الموصل، المجلد (٤)، ٢٠١٢، ص ٦٤١.

(٤) علي فلاح الزعبي، ادارة التسويق الزراعي (مفهوم تطبيقي استراتيجي وظيفي)، دار اليازوري للطباعة والنشر، عمان، الاردن، ٢٠١١، ص ٢٥٧ - ٢٥٨.

الدراسة تهم الاقتصاديين الزراعيين لأنها تحدد نصيب المزارع من منتوجاته وخاصة نسبة هذه التكاليف غالباً ما تكون عالية جداً وقد تزيد عن (٥٠%) في أكثر المحاصيل ويعود ارتفاع هذه التكاليف في معظم الحالات الى العوامل الآتية<sup>(١)</sup>:

- أ- زيادة الخدمات والعمليات التسويقية التي يتطلبها المستهلك .
- ب- تعدد الذين يقومون ببعثرة الخدمات ومحاولتهم الحصول على اجور عالية نسبياً.
- ج- بعد اماكن الانتاج عن المراكز الاستهلاكية.

### ٦. الكفاءة التسويقية الزراعية

تعد الكفاءة التسويقية احد اهم المعايير الاقتصادية المستعملة في قياس أداء السوق، كما ان تحسين الكفاءة التسويقية تميل صدقاً شائعاً لكل مقدمي تلك الخدمات (المسوقون والمستهلكون والمنتجون)، فمن البديهي ان يكون التسويق الاكثر كفاءة هو الاحسن أداء وان يكون الاضعف كفاءة هو الاقل أداءً . على هذا الاساس يمكن تعريف الكفاءة التسويقية انها تنظيم النسبة بين المدخلات والمخرجات وتمثل المخرجات تكاليف العوامل والعناصر المختلفة الداخلة في العمليات (الانشطة التسويقية) من عمل ورأس مال وإدارة، اما المخرجات وهي تمثل الاشباع او الرضا المتحقق للمستهلك من السلع والخدمات التي دفع ثمنها.<sup>(٢)</sup>

### ٧. المسالك التسويقية

تتمثل بالطرق التي يتم خلالها تصريف السلع المنتجة من مناطق الانتاج باتجاه مناطق الطلب والاستهلاك، وهو جزء من العملية التسويقية التي تتمثل بالطريق الذي يسلكه المنتج لجني ثمرة العملية الانتاجية برمتها، اذ يتم استرجاع رأس المال المستثمر خلال العملية الانتاجية، غالباً ما يتحقق ذلك من خلال البحث عن مسالك تسويقية يتم تصريف الانتاج خلالها وتكون ضمن آليات مختلفة حسب حجم الطلب وموسم الانتاج ونوع المحصول.<sup>(٣)</sup>

(١) عبد الوهاب مطر الداهري، الاقتصاد الزراعي، ط١، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، ١٩٨٠، ص١١٩.  
 (٢) احمد محمد احمد الفراجي، الكفاءة التسويقية لبعض محاصيل الخضر في محافظة بغداد للموسم الزراعي الصيفي، ٢٠١٤، مجلة العلوم الزراعية العراقية، مجلد (٣٧)، العدد (٣)، ٢٠١٦، ص٨٣٨.  
 (٣) ميثم عبد الحسين حميد الوزان، المسالك التسويقية لمحصول الطماطة المنتج في محافظة البصرة للمدة (٢٠٠٢ - ٢٠١٤)، مجلة ميسان للدراسات الاكاديمية، المجلد (١٦)، العدد (٣١)، ٢٠١٧، ص١.

## المبحث الثاني

## مفهوم التسويق الزراعي وأهدافه وأهميته ووظائفه

أولاً: مفهوم التسويق الزراعي :

يمكن تعريفه بصفة عامة بأنه طلب السوق للبضائع والخدمات واسم المكان السوق يعني موضع بيع وشراء البضائع.<sup>(١)</sup> إنَّ أحدث تعريف للتسويق الزراعي هو الذي وضعتة جمعية التسويق الأمريكية (American Marketing Association) في يوليو عام ٢٠١٣ والذي ما زال مقبولاً لحد الآن. ويعرف التسويق بأنه نشاط مجموعة من المؤسسات والعمليات التي تتم من أجل خلق تواصل وتقديم وتبادل العروض التي تحقق قيمة للعملاء والزبائن، الشركاء، والمجتمع على نطاق واسع.<sup>(٢)</sup> ويعرف التسويق الزراعي أيضاً على (أنه مجموعة من الوظائف المتعلقة بنقل ملكية السلع والخدمات والمرتبطة في اي تغير في شكلها لزيادة المنفعة الاقتصادية).<sup>(٣)</sup>

كما يعرف أيضاً بأنه ذلك النظام المرن الهادف إلى تسهيل تدفق السلع الزراعية والخدمات المرتبطة بها من اماكن انتاجها الى اماكن الاستهلاك بالأوضاع والاسعار والنوعيات المناسبة والمقبولة من كافة اطراف العملية الزراعية.<sup>(٤)</sup> كما انه يمثل أنشطة المشروع والتي تتعلق بتدفق المنتجات الزراعية والخدمات من مراكز الانتاج الزراعي حتى وصولها الى المستهلك النهائي.<sup>(٥)</sup> لقد اصبح التسويق الزراعي جزءاً من البنيان الاقتصادي فهو مكمل ومتمم لعملية الانتاج الزراعي، فليس من المعقول انتاج محصول معين قبل التفكير في طريقة تصريفية ووضعه في من يستهلكونه، ومن التعاريف السابقة يمكن القول: إنَّ النشاط التسويقي يعمل على ايجاد او اضافة منافع اقتصادية للسلع الزراعية من بين هذه المنافع<sup>(٦)</sup>

\* **المنفعة الشكلية:** والتي غالباً ما تتم بتغيير المظهر او الصفات الرئيسية للسلعة او بإزالة جزء منها مثل تنظيف محاصيل الخضر.

(١) فريد كورتل، تسويق الخدمات، ط١، دار الكنوز للمعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠٠٩، ص١٧.

(٢) هاله محمد لبيب عنبه، التسويق المبادئ والتطورات الحديثة، جامعة القاهرة، كلية التجارة، ٢٠١٧، ص٢٩.

(٣) منير اسماعيل شاور، مقدمة في الاقتصاد الزراعي، ط١، دار الراية للنشر، عمان، ٢٠١٠، ص١٥٩.

(٤) محمد خليل الكواني، التسويق الزراعي، دار الابتكار للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٨، ص٢٢.

(5) Richard Kohls and Joseph N. Uhl, Marketing Agriculture al- products, MacMillan )Lu, Co Imc, 1980, P.8.

(٦) محمد عبيدات، التسويق الزراعي، ط٢، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٧، ص١٨.

- \* **المنفعة المكانية:** والتي تتم بنقل السلعة من مكان لآخر.
- \* **المنفعة الزمانية:** والتي تتم بتخزين المنتجات الزراعية ليتم توزيعها لتستهلك على مدار السنة او تخزين الفائض من الانتاج لتثبيت الاسعار واستعمال السلعة في مراحل العجز القادمة.
- \* **المنفعة التملكية:** هي نقل ملكية السلعة من المنتج الى المستهلك الذي يمكنهم ان يضيّقوا منافع اخرى الى السلعة قبل وصولها الى المستهلك النهائي.

### ثانياً: أهداف التسويق الزراعي

تسعى الدراسات التسويقية في أي مجتمع من المجتمعات سواء النامية منها او المتقدمة الى تحقيق اهداف متعددة ومتداخلة من اجل اشباع الحاجات الانسانية بما يمكن ان يتوفر من المنتجات الزراعية، وتوجيه مسار العملية التسويقية بصورة صحيحة ومتطورة من اجل تحقيق التنمية في مجال تسويق تلك المنتجات من خلال إيجاد نظام تسويقي يسعى الى تحقيق أهداف معينة ومن ابرز تلك الاهداف<sup>(١)</sup>:

١. العمل على تجميع المحاصيل الزراعية سواء كانت مواد خام غذائية او مواد مصنوعة في نقطة مركزية معينة ليسهل نقلها.
٢. تصريف المنتجات الزراعية النباتية على المراكز التسويقية ومنها الى المستهلك وهذا يساعد على توزيع كميات غير كافية توزيعاً صحيحاً.
٣. الوصول بالإيراد (الربح الزراعي) الى الدرجة القصوى وهذا الهدف يعد من أهم أغراض التسويق الزراعي لأنه يزيد دخل المزارع ويمكن ان يُعد التسويق الصحيح مصدراً هاماً لضمان دخل المزارعين.
٤. يعمل على الموازنة بين العرض والطلب على اساس مراعاة الزمن والكمية.
٥. العمل بإيجاد جو ملائم لنشر العلاقات الاجتماعية والاقتصادية في القطاع الزراعي وربطه بالقطاعات الاقتصادية الاخرى وذلك للمساهمة في تطور الحياة في الريف وتقليص وإزالة الفوارق بين الريف والمدينة .
٦. العمل على رفع مستوى الاستهلاك الاجتماعي كماً ونوعاً ولمختلف أنواع المحاصيل الزراعية.

(١) خليفة الأمين، مهدي القماطي، استراتيجيات التسويق الزراعي، ط١، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٥، ص١٨-١٩. ينظر ايضاً: علي جدوع الشرفات، مبادئ الاقتصاد الزراعي، ط١، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٠، ص٢٠٢.



٧. البحث والدراسة المستمرة في تخفيض تكاليف التسويق الزراعي إذ من البديهي ان سعر السلعة الزراعية لا يتوقف على ثمن الانتاج في المزرعة وانما يضاف الى ذلك التكاليف التي يتحملها المنتج في عملية النقل من مراكز الانتاج الى مراكز الاستهلاك.

٨. يسهم التسويق الزراعي في توفير متطلبات المزرعة من السلع والوسائل الضرورية لعملية الانتاج الزراعي كالمكائن، البذور، الاسمدة، والمبيدات، وذلك لشرائها من مراكز تجهيزها بسعر مناسب او تأجير خدماتها للمزارع.

### ثالثاً: أهمية التسويق الزراعي:

تبدأ عملية التسويق عند او بعد انتاج السلع وتصاحبها الى ان تنتقل ملكيتها الى المستهلك، ومع التطور في الانتاج واتساع الاسواق وتعددتها اصبحت وظيفة التسويق ذات اهمية كبيرة وأُمتست الحاجة ملحة الى ان تسبق وظيفة التسويق عملية الانتاج، اي ان تبدأ مثل الانتاج بتجميع اكبر قدر من المعلومات والحقائق عن السوق والمستهلك الاخير وحاجاته كما وكيفاً وغير ذلك من المعلومات عن الوسائط ووسائل النقل والتخزين وتستمر ايضاً وظيفة التسويق الزراعي مع الانتاج حتى بيع السلعة، لكي يتم الانتاج على ضوء الحقائق والمعلومات المتعلقة بهذه السلعة.

يكتسب تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية من خلال ما تقدم أهمية كبيرة لكونها من المحافظات المهمة في انتاج المحاصيل الزراعية ولاسيما محاصيل الحبوب (الحنطة والشلب والشعير) ومحاصيل الخضر الصيفية والشتوية، فضلاً عن زيادة الطلب على المحاصيل الزراعية النباتية نتيجة لزيادة اعداد السكان في المحافظة واتساع الاسواق الاستهلاكية وارتفاع القدرة الشرائية لهم.

يعمل التسويق الزراعي على تأدية خدمة اجتماعية انتاجية انسانية تسعى لتأمين السلع المطلوبة في الوقت والمكان المناسب وبالكمية والنوعية والشكل المطلوب ثم تحقيق ربح المنتج مع مراعاة قدرة المستهلك الشرائية، ان الهدف الاساسي من تسويق المنتجات الزراعية النباتية هو تدفق السلع والخدمات الزراعية من اماكن انتاجها الى اماكن استهلاكها بالأوضاع والنوعيات المقبولة من اطراف العملية الزراعية كافة ، مع العلم من ان المستهلك يهتم بالحصول على سلعة زراعية غذائية ذات قيمة عالية، بالسعار مقبولة بينما يسعى المزارعون والوسطاء الى تصريف السلع الغذائية وبيعها بأعلى الاسعار وذلك لتحقيق أعلى هامش للربح.

#### رابعاً: وظائف التسويق الزراعي :

هي الأنشطة المختلفة التي يقوم بها نظام التسويق لضمان وصول السلعة او الخدمة الزراعية من موقع الانتاج الى موقع الاستهلاك في الشكل والوقت والمكان المناسب بغض النظر عن الجهة المسؤولة عن هذا النظام.<sup>(١)</sup> ويمكن تقسيمها على النحو الآتي:

١. **الوظائف التبادلية:** وتشمل تلك الأنشطة التي تتعلق بنقل ملكية المنتجات الزراعية وتتفاعل معاً لتحديد اسعار تلك المنتجات وتضم هذه وظيفتي الشراء والبيع.

أ. **وظيفة الشراء:** وتعد من الوظائف التسويقية الزراعية المهمة والحيوية بالنسبة لجميع المساهمين في النشاطات التسويقية المختلفة. لذلك يكون لمهارة المشتري أثراً مهماً في اسعار السلع الزراعية التي يحصل عليها ويمكن تحديد المهارات التي يجب على المشتري القيام بها على وفق ما يأتي:<sup>(٢)</sup>

- تحديد الكميات التي يحتاجها المشتري من السلع والمواد الغذائية.
- البحث عن مصادر الشراء .
- التفاوض على السعر واتمام صفقة الشراء.
- التبادل ونقل الملكية.

ب. **وظيفة البيع:** تعد هذه الوظيفة من اكثر مراحل التسويق التي تحتاج الى دراسة وتشمل وظيفة البيع النشاطات التي تبذل لإيجاد الطلب على السلع جميعها، بما فيها وسائل الدعاية والاعلان<sup>(٣)</sup>. ويمكن تحديد مراحل ومهمات البيع التي يجب على البائع والمنتج الزراعي القيام بها.

- ايجاد الطلب على السلعة.
- البحث عن المشتريين.
- الاتفاق على شروط التبادل .
- نقله الملكية .
- ارشاد المشتريين الى كل ما يتعلق بطبيعة السلعة الزراعية المعروضة ومواصفاتها.

(١) علي جدوع الشرفات، مبادئ الاقتصاد الزراعي، مصدر سابق، ص ٢٠٣.

(٢) علي محمود عبد العزيز، أيهم احمد الحمصي، الاقتصاد الزراعي، منشورات جامعة دمشق، سوريا، ٢٠٠٦، ص ٢٩٩-٢٣٠.

(٣) جميل محمد جميل الدباغ، الاقتصاديات في التسويق الزراعي، ط١، دار الشؤون للثقافة، بغداد، ٢٠٠٨، ص ٢٥٢.

٢. **الوظائف التسويقية المادية:** وهي الخدمات التسويقية المتصلة بإضافة المنافع المكانية والزمانية والتشكيلية ويمكن تصنيفها إلى النقل والتخزين والتحضير .

أ. **وظيفة النقل:** وهي وظيفة تسويقية تعمل على تحويل المنتجات الزراعية النباتية مكانياً من مناطق إنتاجها إلى مراكز تجمعها أو إلى أسواق الجملة أو أسواق التجزئة أو بين هذه المراحل في صورتها الأولية أو بعد تجهيزها وعملية النقل تصيف المنفعة المكانية إلى السلع والمنتجات الزراعية النباتية.<sup>(١)</sup>

ب. **وظيفة التخزين:** وتعمل هذه الوظيفة على إيجاد المنفعة الزمانية وتؤدي لتقبل المنتجين والوسطاء لتوفير السلع في الأوقات المناسبة لاستهلاكها أو استعمالها وتعد وظيفة التخزين ضرورية بالنسبة للمنتجات الزراعية النباتية كافة وذلك لمواجهة الظروف الطارئة والإنتاج الموسمي والاستهلاك الموسمي وتوقع ارتفاع الأسعار وطبيعة السلعة الزراعية حتى تصبح صالحة للمستهلك.<sup>(٢)</sup> فضلاً عن أهمية وظيفة التخزين للمحاصيل سريعة التلف بسبب ما تقدمه هذه الوظيفة من منافع اقتصادية وتسهيلات لنظام النقل.<sup>(٣)</sup>

ج. **وظيفة التحضير:** وهي تشمل العمليات والوظائف التسويقية الزراعية جميعها التي تؤدي إلى تغيير شكل السلعة الزراعية وتجهيزها في شكل أكثر نفعاً أو أكثر إرضاءً لرغبات المستهلكين،<sup>(٤)</sup> ومن ثم فهي تصيف المنفعة الشكلية للسلعة وهناك العديد من الوظائف التسويقية التي يترتب عليها تغيير شكل السلعة ومن أهمها عمليات تصنيع المنتجات الزراعية النباتية وبذلك فإن شركات الصناعات الغذائية ومطاحن الدقيق والمخابز تشتهر بأنها تقوم بعمليات تحضير أو تصنيع المنتجات الزراعية النباتية.

٣. **الوظائف التسويقية المساعدة:** وتشمل كلاً من وظائف التدرج والتعبئة والتغليف والتمويل وتحمل المخاطر والاستعمالات التسويقية والمعلومات التسويقية والإعلان.<sup>(٥)</sup>

(١) دوخي عبد الرحيم الحنيطي، التسويق الزراعي، ط١، جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٢، ص١٠٣.

(٢) العبد عاشور ورشيد النمر عوده، مبادئ التسويق، دار اليازوري للنشر، عمان، ٢٠٠٣، ص٢٢.

(٣) عاكف الزعبي، مبادئ التسويق الزراعي، ط١، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٦، ص٥٠.

(٤) جميل محمد جميل الدباغ، الاقتصاديات في التسويق الزراعي، مصدر سابق، ص٢٥٥.

(٥) علي محمود عبد العزيز وأبهم احمد الحمصي، مصدر سابق، ص٢٣١.

أ. **التدرج:** ويقصد به عمليات الفرز للمنتجات الزراعية وتقسيمها على وفق مواصفات محددة من مجموعات تتجانس فيها الوحدات وتمثل كل مجموعة رتبة معينة تختلف أسعار الوحدات فيها عن أسعار المجموعات الأخرى لاختلاف الجودة والنوعية مثلاً بين الرتب أو المجموعات.

ب. **التمويل:** وهو عبارة عن توفير الأموال اللازمة للقيام بالوظائف التسويقية الزراعية المهمة كالنقل والتخزين وغيرها وحتى وصول المنتجات الزراعية إلى المستهلك النهائي.

ت. **التعبئة والتغليف:** ونعني بها تعبئة المنتجات الزراعية وتغليفها بطريقة تسهل نقلها وتخزينها بما يحافظ على خصائصها وجودتها النوعية وايضاً تسهل عملية البيع. إذ أصبحت وظيفة التعبئة والتغليف على أنها تُعد نشاطاً متكاملًا له أثر كبير ومباشر في انجاح تسويق المنتجات الزراعية.<sup>(١)</sup>

ث. **تحمل المخاطرة:** ويقصد بالمخاطرة احتمال حدوث خسارة أثناء انجاز الوظائف التسويقية وتقسّم إلى المخاطر الطبيعية الناتجة من تلف الصفات النوعية للمنتجات الزراعية أو تدهورها، والمخاطر السعرية الناجمة عن التغير في أسعار السوق للمنتجات الزراعية أو ظهور منافس جديد أو غير ذلك.<sup>(٢)</sup>

ج. **المعلومات التسويقية:** تشمل هذه الوظيفة جمع البيانات التسويقية وتحليلها والحقائق الواقعية عن ظروف السوق والكميات المعروضة منها وحجم العرض والطلب ومناطق الطلب والعرض والأسعار السائدة ليسهل توفر المعلومات للمنتجين والوسطاء والمستهلكين بالشكل والوقت المناسبين وهذا الأمر مهمٌ بالنسبة للجهات المعنية التي تقع عليها مسؤولية القيام بالخدمات خاصة في الزراعة والتسويق الزراعي.<sup>(٣)</sup>

د. **الإعلان:** ويكون ذلك عن طريق استعمال المؤسسات المختلفة بأدوات الترويج والذي يهدف إلى اقناع مئات المستهلكين في الأسواق التي تستهدف في عملية الشراء للمنتجات الزراعية النباتية والتي تتم ترويجها وتتفق مع المنافع والفوائد التي يمكن أن تؤديها مع أذواقهم وقدراتهم الشرائية.<sup>(٤)</sup>

(١) عاكف الزعبي، مبادئ التسويق الزراعي، مصدر سابق، ص ٦٦.

(٢) نقات عبد الحق، دور التسويق في تحسين الأمن الغذائي مع الإشارة إلى حالة الصناعات الغذائية الجزائرية، مجلة الباحث، العدد ٩، ٢٠١٠، ص ١٨٧.

(٣) عاكف الزعبي، مبادئ التسويق الزراعي، مصدر سابق، ص ٥٧.

(٤) محمد عبيدات، استراتيجية التسويق (مدخل سلوكي)، ط ٤، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٩، ص ١٩١.

## الفصل الثاني

العوامل الجغرافية المؤثرة في تسويق الإنتاج

الزراعي \_ النباتي في محافظة القادسية

المبحث الأول

العوامل الجغرافية الطبيعية المؤثرة في تسويق الإنتاج

الزراعي \_ النباتي في محافظة القادسية

المبحث الثاني

العوامل الجغرافية البشرية المؤثرة في تسويق الإنتاج

الزراعي \_ النباتي في محافظة القادسية

## المبحث الاول

العوامل الجغرافية الطبيعية المؤثرة في تسويق الإنتاج الزراعي \_ النباتي في  
محافظة القاسية

استهلال :

للعوامل الطبيعية تأثير مباشر وغير مباشر على العملية التسويقية للمنتجات الزراعية، يتمثل تأثيرها في قدرتها على تحديد مدى فاعلية العمليات التسويقية وامتدادها الزمني والمكاني بينما يظهر الثاني من خلال تأثيرها على عنصر مساهم في العملية التسويقية وما ينعكس عن هذا التأثير على العملية الإنتاجية بصورة عامة . ولأهميتها سنتناول دراستها على النحو الآتي:

أولاً : الموقع الجغرافي والمساحة :

يعد الموقع من العوامل البارزة التي تحدد أوجه النشاط الاقتصادي سواء كان زراعياً او صناعياً لأن القرب من مناطق الإنتاج له دور كبير في تحديد الإنتاج وتسويقه (١) . وأن لكل من الموقع الجغرافي والفلكي انعكاسات على طبيعية المناخ السائد والموارد المائية وطبيعة النشاط الاقتصادي(٢).

تظهر أهمية الموقع الجغرافي للمحافظة من خلال كونها تمثل الجزء الأوسط من السهل الفيضي ضمن منطقة الفرات الأوسط ، ونظراً للموقع الذي تمتاز به منطقة الدراسة لقربها من الاستهلاك والمحافظات ذات الثقل السكاني الكبير الذي يمثل في محافظة بابل ومحافظة النجف وتسويق المحاصيل لهذه المحافظات يتم بشكل سهل وبزمن قصير بين المحافظات القريبة وهذا ما تحتاج ألية بعض محاصيل (الخضر) لأنها سريعة التلف ولا تستحمل النقل لمسافات طويلة ، الا أنها لم تشكل سوقاً لتصريف منتجات المحاصيل الزراعية النباتية للمحافظة ألا في حالة زيادة المعروض منها وذلك لتشابه الإمكانيات الزراعية والمحاصيل الزراعية المنتجة فيها .

تضم منطقة الدراسة مناطق ريفية وأخرى حضرية أسهمت بإيجاد مناطق الإنتاج والاستهلاك ضمن تلك الرقعة الجغرافية إذ بلغ مجموع الأراضي الصالحة للزراعة (١٨٧٦٤٤٣ دونماً)(٣) أي

(١) محمد فتحي أبو عيانة، الجغرافية الاقتصادية ، دار المعرفة الجامعية للنشر، الإسكندرية ، ٢٠٠٤ ، ص٢٦ .  
(٢) علي أحمد هارون ، أسس الجغرافية الاقتصادية ، ط٤ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص٨٧ .  
(٣) جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة ، ٢٠٢١ .

ما يعادل (٥٧,٥٤%) من مجموع مساحة المحافظة البالغة (٣٢٦١٢٠٠ دونماً<sup>(\*)</sup>)، بينما بلغت المساحة غير الصالحة للزراعة (١٣٨٤٧٥٧ دونماً) وتمثل (٤٢,٤٦%) من إجمالي مساحة المحافظة توزعت الأخيرة بين مناطق حضرية ومتروكة ومتصحرة والاستعمالات الأخرى غير الزراعية . كما تتيح تلك المساحات غير المستغلة فرصاً لإنشاء المخازن والمراكز التسويقية بما يخدم سكان المحافظة وتغير واقع تركيز المؤسسات التسويقية في مركز المحافظة المتمثل بمركز قضاء الديوانية ، ويسهم أتساع المساحة في تنوع المحاصيل المنتجة في المحافظة كلاً حسب الإمكانيات الطبيعية والبشرية في المحافظة.

### ثانياً : السطح :

يعد السطح من العوامل الطبيعية المؤثرة في الانتاج الزراعي النباتي، اذ يقوم بتجديد العمليات الزراعية على ضوء الشكل الخارجي للتضاريس الارضية، وعليه فأن المرحلة الاولى التي تواجه المنتج الزراعي تتمثل في ايجاد سطح الارض الذي يتفق مع طبيعة الانتاج الزراعي سواء كان مرتبطاً بطبيعة النبات او حتى في طبيعة العمليات التي تحتاجها.<sup>(١)</sup> ولا يقتصر تأثير السطح على النشاط الزراعي فحسب انما يتعدى ذلك في الانشطة التنموية وعنصر رئيس في وضع الخطط التنموية ، لان الخطط التي توضع لمناطق وعمره تختلف عن الخطط التي تناسب المناطق السهلية.

تقع منطقة الدراسة ضمن السهل الفيضي، اذ وفر لها امكانية إقامة مؤسسات تسويقية وان انبساط الارض الذي تمتاز به منطقة الدراسة من الامور الاساسية في اقامة مراكز تسويقية زراعية وربطها بشبكة نقل جيدة.

إنَّ السطح يؤثر على سائر العملية التسويقية في المحافظة ابتداءً من تأثيره على كمية ونوعية الانتاج الزراعي في المحافظة مروراً بتسويق الانتاج الزراعي، ويظهر تأثير السطح ايضاً على انشاء الاسواق الزراعية في المحافظة اذ يتطلب اقامة هذه المشاريع ان يكون هنالك سطح منبسط قليل الانحدار فضلاً عن ربط هذه الاسواق بطرق نقل من اجل تسهيل عملية نقل الانتاج ومدخلاته. ومن خلال استقراء الخريطة الكنتورية (٣) لمنطقة الدراسة نلاحظ ان الانحدار العام لها هو من الشمال الغربي الى الجنوب الشرقي، ويبلغ هذا الانحدار في الاجزاء الشمالية (١م لكل ١١,٦كم) والاجزاء الشرقية يبلغ معدل انحدارها (١م لكل ١٤,٧كم). أما ارتفاع سطح

(\*) تحويل وحدة المساحة من (كم<sup>٢</sup>) الى دونم لغرض المقارنة .

(١) نوري خليل البرازي، ابراهيم عبد الجبار المشهداني، الجغرافية الزراعية، ط٢، دار الكتب والنشر، ٢٠٠٠، ص٤٥.

المحافظة فبلغ في الاجزاء الشمالية (٢٠ م) بينما ينخفض في اقصى شرق المحافظة الى اقل من (١٠م) فوق مستوى سطح البحر ولمسافة (١٠كم) وعلى ضوء ذلك يمكن تصنيف سطح المحافظة إلى خمسة مستويات:

أ. المنطقة التي يتراوح ارتفاعها (١٠ امتار فأقل): وتمثل الاجزاء الجنوبية الشرقية والتمثلة بناحية البدير بمساحة بلغت (١٢٤,٤ كم<sup>٢</sup>) بما يعادل (١,٥٢%) من المساحة الكلية.

ب. المنطقة التي يتراوح ارتفاعها (١٠,١ - ٢٠) متر: تمثل الاجزاء الوسطى المتمثلة بمركز قضاء الحمزة وناحية السدير وغماس والشنافية بلغت مساحتها (٤٨٥٩,٩ كم<sup>٢</sup>) ما يشكل نسبة (٥٩,٦٠%) من المساحة الكلية.

ج. المنطقة التي يتراوح ارتفاعها (٢٠,١ - ٣٠) متر: تمثل الاجزاء الشمالية من المحافظة وتكون هذه المنطقة أكثر ارتفاعاً فيها وتضم اذ تمتد ناحية الدغارة وسومر والسنية ومركز قضاء الديوانية والاجزاء الشمالية الغربية من المحافظة المتمثلة بناحية المهناوية والصلاحية ومركز قضاء الشامية إذ بلغت مساحة هذه المنطقة (٢٩٧٣,٧ كم<sup>٢</sup>) بما يعادل (٣٦,٤٧%) من مساحة المحافظة.

د. المنطقة التي يتراوح ارتفاعها (٣٠,١ - ٤٠) متر: وتمثل الجزء الجنوبي الغربي والتمثلة بناحية الشنافية بمساحة بلغت (٦٨,١ كم<sup>٢</sup>) مما يشكل نسبة مقدارها (٠,٨٣%) من مساحة المحافظة.

هـ. المنطقة التي يتراوح ارتفاعها (أكثر من ٤٠ م): تمثل الأجزاء الجنوبية الغربية من المحافظة وتكون جزء من الهضبة الغربية، اما مساحتها فبلغت (١٢٦,٩ كم<sup>٢</sup>) بنسبة (١,٥٥%) من المساحة الكلية للمحافظة.

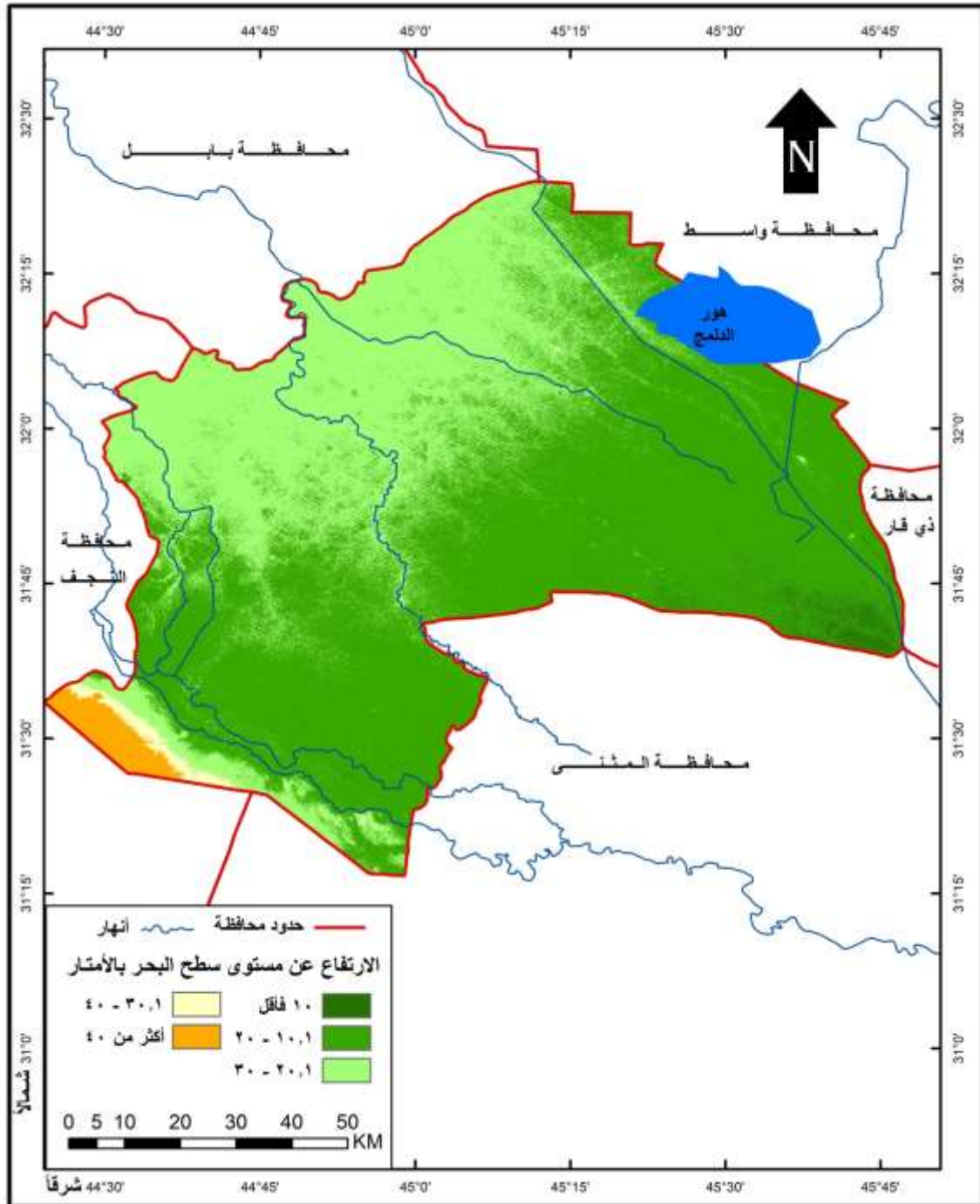
يتضح مما تقدم ان الانحدار العام لسطح المحافظة هو انحدار بطيء ويترتب على هذا الانحدار البطيء آثار ايجابية وسلبية على الانتاج الزراعي (النباتي). وتتمثل الاثار الايجابية بإمكانية استعمال الآلات والمكائن الزراعية اي سهولة اجراء العمليات الزراعية المختلفة لاسيما عمليات تسويق المنتجات الزراعية الى المراكز التسويقية في المحافظة. وتتمثل الاثار السلبية برداءة الصرف الطبيعي الذي يؤدي الى صعوبة تصريف المياه الزائدة عن حاجة المحاصيل، اذ يتعارض سحب الماء الزائد عن التربة مع وضع الانحدار البطيء<sup>(١)</sup>. إذ يؤثر بشكل غير مباشر على الانتاج الزراعي.

(١) ماجد السيد ولي محمد، العوامل الجغرافية وأثرها في انتشار الاملاح بتراب السهل ما بين النهرين، مجلة الجمعية الجغرافية العراقية، المجلد السابع عشر، مطبعة العاني، بغداد، ١٩٨٦، ص ٢٧.



خريطة (٣)

مستويات ارتفاع السطح في محافظة القادسية



المصدر : الباحث بالاعتماد على : -

- (١) خريطة رقم (١) نموذج التضرس الرقمي (DEM) (Digital Elevation Mode) لمحافظة القادسية من القمر الصناعي لانسايت بدقة عام ٢٠٠٧م .
- (٢) وزارة الموارد المائية ، الهيئة العامة للمساحة ، خريطة الارتفاعات المتساوية لمحافظة القادسية ، ٢٠١٢م .

أما السمة الأخرى لسطح المحافظة تتمثل بالانبساط وهي السمة البارزة، وهذا الانبساط لا يخلو من وجود مظاهر تتحدد فيها معالم سطح المحافظة والتي تقسم على خمسة أقسام رئيسية كما في الخريطة (٤) .

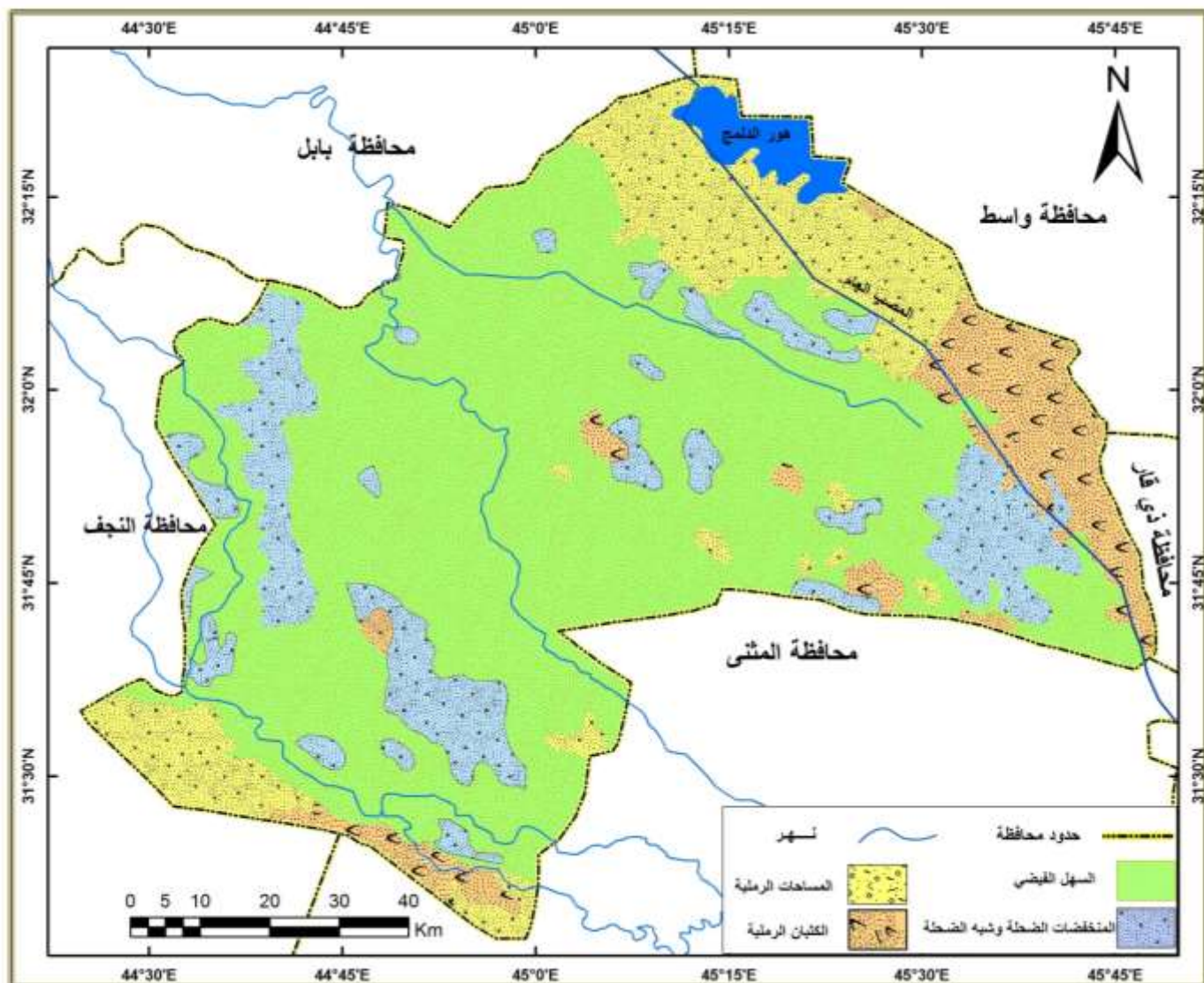
أ. **السهل الفيضي:** يعد السهل الفيضي من أقدم تكوينات السهل الرسوبي العراقي، وتعود نشأته الى عصر البلايستوسين وتبلغ مساحته (٧٤١٤,٨ كم<sup>٢</sup>) وبنسبة (٩٠,٩%) من اجمالي مساحة المحافظة.<sup>(١)</sup> وقد تكون نتيجة ترسبات الانهار التي كونت اراضي عالية على ضفافها وتركت اراضي واطنة بين مجاريها<sup>(٢)</sup>. تمثلت الاولى بمنطقة أكتاف الانهار وتكون على شكل اشربة ممتدة مع امتداد الانهار ويتراوح ارتفاعها (٠,٥ - ٣) م اما عرضها فيتراوح بين (١,١ - ٢) كم<sup>(٣)</sup>، اما المنطقة الثانية فهي أوطأ من منطقة أكتاف الانهار بمعدل (٢ - ٣) م وتعرف بمنطقة احواض الانهار وتمتاز بذرات من الرواسب الناعمة التي حملتها الانهار بعيدا عن مجاريها<sup>(٤)</sup>، قد انعكست على نوعية التربة الخصبة ذات المردود الزراعي الجيد.

وتتكون ضمن منطقة السهل الفيضي منطقة المنخفضات الضحلة وشبه الضحلة إذ يتمثل هذا المظهر من مظاهر سطح المحافظة ببقايا الاهوار التي كانت تغطي مساحة واسعة لتشكل مظهر واضح المعالم يطلق عليه من قبل الجغرافيين الاغريق والعرب قبل الاسلام بما يسمى الاهوار البابية والبطايح<sup>(٥)</sup>. تراجعت مساحات الاهوار وجفاف العديد منها وتحولت الى اراضٍ لزراعة محصول الشلب، اذ لا تغطي الا مساحة صغيرة من المحافظة لا تتجاوز (٤٣٢,٢ كم<sup>٢</sup>) وتؤلف نسبة (٥,٣%) من المساحة الكلية للمحافظة<sup>(٦)</sup>. ويتمثل بهور ابن نجم في الجزء الشمالي الغربي من المحافظة وهور الدلمج في الجزء الشمالي الشرقي من المحافظة.

- (١) جاسم محمد خلف، جغرافية العراق الطبيعية والاقتصادية والبشرية، القاهرة، ١٩٦٥، ص ٥٢.
- (٢) فلاح جمال معروف ويشير ابراهيم وسلام فاضل علي، جغرافية العراق الطبيعية والسكانية والاقتصادية، دار دجلة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥، ص ٦٧.
- (٣) محمد خضير كلف، التحليل المكاني للإنتاج الزراعي النباتي وعلاقته بالموارد المائية في محافظة القادسية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة القادسية، ٢٠١٥، ص ١٩.
- (٤) صلاح حميد الجنابي وسعدي علي غالب، جغرافية العراق الاقليمية، دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، ١٩٩٢، ص ٧٧.
- (٥) يحيى هادي محمد الميالي، محافظة القادسية دراسة في الخرائط الاقليمية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة الكوفة، ٢٠٠٩، ص ٨٠.
- (٦) سلام سالم عبد هادي، التحليل الجغرافي لمشاكل الإنتاج الزراعي في محافظة القادسية للمدة ١٩٩٠-٢٠٠٠، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة القادسية، ٢٠٠٢، ص ٤٧.

خريطة (٤)

مظاهر السطح في محافظة القادسية



المصدر : الباحث بالاعتماد على :- وزارة الموارد المائية ، الهيئة العامة للمساحة ، خريطة العراق الطبيعية ، بمقياس ١ : ١٠٠٠٠٠٠ ، لعام ٢٠١٢ م .

### ب. المساحات الرملية :

تقع معظم هذه المساحات في ناحية الشنافية التابعة لقضاء الحمزة الشرقي في الاجزاء الجنوبية الغربية من المحافظة، وتنحصر في المنطقة الواقعة غرب نهر الفرات والحدود الادارية الغربية لمحافظة القادسية، وتتحد بمعدل (١:٢٢٢٢) باتجاه الشرق وتعد منطقة انتقال بين نطاق السهل الفيضي ونطاق الهضبة الغربية،<sup>(١)</sup> وتغطي حوالي (٣٠٦ كم<sup>٢</sup>) ونسبة (٣,٧%) من المساحة الكلية للمحافظة.<sup>(٢)</sup>

### ج. الكثبان الرملية :

تكونت بفعل عاملين: الاول خارجي يتمثل بالرياح الشمالية الغربية السائدة على المنطقة والتي تعمل على ترسيب ذرات الرمل التي حملتها من المناطق المجاورة للسهل الفيضي والهضبة الغربية، أما العامل الآخر فمحلي يتمثل بتغير مجرى شط الدغارة والذي أدى إلى تعرض المنطقة إلى جفاف طويل ما عرض التربة الى التعرية الريحية.<sup>(٣)</sup>

تنتشر الكثبان الرملية بنطاقين اساسيين في المحافظة: الاول يمثل الاجزاء الشرقية والجنوبية الشرقية ضمن قضاء عفك والتي عملت على ايجادها الرياح الشمالية الغربية ويبلغ ارتفاعها في هذه المنطقة (٣م)<sup>(٤)</sup>، أما النطاق الثاني فغالباً ما يأخذ الشكل الطولي وينتشر في الاجزاء الجنوبية الغربية من المحافظة في ناحية الشنافية ضمن قضاء الحمزة وهي تشكل مساحات متفرقة تتغير بحسب الرياح وسرعتها.

### د. منطقة المنخفضات الضحلة وشبه الضحلة:

وهي عبارة عن ترسبات للدقائق الفتاتية الناعمة التي استقرت في المناطق الواطئة من منطقة المنخفضات، وتقع في اقصى جنوب شرق المحافظة وتحديداً في ناحية آل بدير والمتمثلة بمبخرة النصر والتي جفت عام ٢٠٠٤م بعد ان كانت تمثل منطقة لصرف مياه البزل من الاراضي الزراعية، ويتم استثمار هذه المنطقة الزراعية بمحصول الشعير.<sup>(٥)</sup>

(١) خالد مرزوك رسن الخليفوي، التصحر وأثره في الانتاج الزراعي في محافظة القادسية باستعمال معطيات الاستشعار عن بعد، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة القادسية، ٢٠٠٢، ص٣٢.

(٢) سلام سالم الجبوري، التحليل الجغرافي لمشاكل الإنتاج الزراعي في محافظة القادسية للمدة ١٩٩٠-٢٠٠٠، مصدر سابق، ص٢٨.

(٣) خالد مرزوك رسن الخليفوي، مصدر سابق، ص٣٣.

(٤) ماجد السيد ولي محمد، الكثبان الرملية في سهل ما بين النهرين اسبابها وطرق الوقاية منها، مجلة الجمعية الجغرافية العراقية، العدد (٢١)، مطبعة العاني، بغداد، ١٩٨٧، ص٧٧.

(٥) علي جبار عبد الله الجحيشي، اثر المناخ في تشكيل الكثبان الرملية في محافظتي بابل والقادسية، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة بغداد، ٢٠١٤، ص١١٧.

يمكن القول: إن سطح المحافظة يؤثر على سائر العملية التسويقية فيها ابتداءً من تأثيره على كمية الإنتاج الزراعي مروراً بتسويق الإنتاج وكذلك يؤثر السطح على مواقع إقامة الأسواق في منطقة الدراسة التي تشكل جزءاً كبيراً من السهل الفيضي والذي يمتاز بأرض منبسطة وقليلة الانحدار والجزء الآخر جزء الهضبة الغربية.

### ثالثاً : المناخ :

يعد المناخ بعناصره المختلفة من العوامل الطبيعية المؤثرة في الانتاج الزراعي (النباتي) فله الدور الرئيس في تحديد مناطق الانتاج الزراعي فلكل نبات ظروفه المناخية والتي لا يوجد الا فيها، ويتحكم في نظام الزراعة فهو الذي يحدد مواسم الزراعة حسب فصول السنة.<sup>(١)</sup> بالرغم من محدودية التأثير على التوزيع الجغرافي لمراكز التسويق الرئيسية والثانوية بسبب عدم وجود تباين مكاني في خصائص المناخ ضمن حدود منطقة الدراسة، الا ان عناصر المناخ يمكنها تحديد عمليات الانتاج واسلوب النقل وتحديد مواعيده وحجم الاستهلاك اليومي للسلع من خلال عدد المتبضعين وكمية السلع الواردة الى السوق، كما تؤثر هذه الخصائص كذلك بالتحكم بإنتاجية المحاصيل الزراعية التي تدخل في عملية التسويق الزراعي .

### ١ . الاشعاع الشمسي :

يترك الموقع الفلكي لمحافظة القادسية بين دائرتي عرض (٣١,١٧° - ٣٢,٢٤°) شمالاً وخطي طول (٤٤,٢٤° - ٤٥,٤٩°) شرقاً أثراً واضحاً في تحديد بعض الخصائص المناخية، اذ جعلها تتمتع بكبر زاوية سقوط الاشعاع الشمسي وزيادة ساعات سطوعه وما لهذين العاملين من تأثير في كمية الحرارة ومقدار الساعات الضوئية، وهما من ابرز عناصر المناخ المؤثرة في الانتاج الزراعي (النباتي)، بل يمتد تأثير هذين العاملين الى ما بعد جني الحاصل واعداه للتسويق وايصاله الى المستهلك النهائي.

يتبين من الجدول (٢) أن المعدلات الشهرية لزوايا سقوط الاشعاع الشمسي في محافظة القادسية تتميز بالارتفاع التدريجي في معدلاتها الشهرية بدأً من شهر آذار بعد يوم (٢١ آذار) بسبب حركة الشمس الظاهرية نحو النصف الشمالي من الكرة الارضية اذ بلغ معدل زاوية سقوط الاشعاع الشمسي لشهر نيسان (٦٨,٢٢°) ويسجل شهر حزيران أعلى معدل اذ بلغ (٨١,٤٢°)

(١) عبد العزيز طريح شريف، الجغرافية المناخية والنباتية، القواعد العامة، ج١، ط٢، منشأة المعارف، الاسكندرية، ١٩٨٥، ص٢.

ويعود السبب في ذلك الى تعامد اشعة الشمس على مدار السرطان في ( ٢١ حزيران)، ولكون أشعة الشمس شبه عمودية والتي تتركز في مسافة محدودة مسببة زيادة في الاشعاع الشمسي في المحافظة ثم تأخذ بعد ذلك المعدلات الشهرية لزوايا سقوط الاشعاع الشمسي بالانخفاض التدريجي ابتداءً من شهر ايلول بسبب حركة الشمس الظاهرية نحو خط الاستواء ومن ثم الى النصف الجنوبي من الكرة الارضية حتى تصل ادناها في شهر كانون الاول (٣٤,٧٥°) ، مما يسبب عمودية أشعة الشمس على مدار الجدي في ( ٢١ كانون الاول). وقد بلغ المعدل السنوي لزوايا سقوط الاشعاع الشمسي في المحافظة (٥٨,٨٢°)، وبلغ عدد الاشهر التي يزداد فيها معدل زاوية سقوط الاشعاع الشمسي عن المعدل السنوي ستة اشهر ابتداءً من شهر نيسان وحتى نهاية شهر ايلول، مما ينجم عن ذلك ارتفاع درجات الحرارة اثناء تلك الاشهر في المحافظة.

جدول (٢) معدلات زوايا سقوط الاشعاع الشمسي وساعات سطوع الشمس النظرية والفعلية وكمية الاشعاع الشمسي في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢٠ - ٢٠١٠)

الاشهر	معدل زوايا سقوط الاشعاع الشمسي(*)	ساعات سطوع الشمس (ساعة/ يوم)		كمية الاشعاع الشمسي (سعره / سم <sup>٢</sup> / يوم)
		النظرية	الفعلية	
كانون الثاني	٣٧,٩٥	١٠,٢٣	٦,٤	٢٨٨
شباط	٤٥,٧٩	١١,٠٧	٧,٤	٣٨٤
آذار	٥٧,٥٩	١١,٥٨	٧,٦	٤٦٣,٥
نيسان	٦٨,٢٢	١٢,٥٥	٨,١	٥٤٥,١
مايس	٧٧,٧٥	١٣,٤٤	٩,١	٥٩٣,٩
حزيران	٨١,٤٢	١٤,٠٩	٩,٧	٦٠٤,٨
تموز	٧٩,٣٩	١٣,٥٨	٩,٩	٦١٠,٥
آب	٧٢,٧٩	١٣,١٣	٩,٨	٥٩٢,٢
أيلول	٦١,٢٥	١٢,٢٢	٩,٦	٥٢٨,٦
تشرين الاول	٤٩,٧٥	١١,٢٩	٨,٥	٤٢٤,٤
تشرين الثاني	٣٩,٥١	١٠,٣٦	٧,٣	٣٢١,٥
كانون الاول	٣٤,٧٥	١٠,٠٩	٦,٢	٢٧٠,٧
المعدل	٥٨,٨٢	١١,٩٧	٨,٣	٤٦٨,٩

المصدر: جمهورية العراق، وزارة النقل والمواصلات، الهيئة العامة للأتواء الجوية والرصد الزلزالي العراقية، قسم المناخ، بيانات غير منشورة، ٢٠٢٠.

(\*) : استخرجت معدلات زوايا الاشعاع الشمسي من قبل الباحث بالاعتماد على مرسوم الاناليميا .

انظر: علي حسين شلش، الكرة الارضية من الوسائل المساعدة في تدريس الجغرافية، مطبعة جامعة البصرة، ١٩٧٩، ص ٦٨ - ٧٢.

أما فيما يتعلق بمعدل طول النهار النظري فإنه يزداد عن (١٢ ساعة) لسنة اشهر أبتداءً من شهر نيسان وحتى شهر أيلول، اذ يصل ذروته في شهر حزيران (١٤,٠٩ ساعة/ يوم) مما ينجم عنه زيادة كمية الاشعاع الشمسي في تلك المدة ومن ثم ارتفاع درجات الحرارة. وان كمية الاشعاع الشمسي التي تصل الى المحافظة لا تتأثر بمقدار زوايا سقوط الاشعاع الشمسي وطول النهار النظري فحسب بل تتأثر بطول النهار الفعلي الذي يتفاوت من شهر لآخر، تبعاً لتفاوت صفاء الجو من السحب، فضلاً عن تكرار حدوث ظواهر الجو الغبارية.

من ملاحظة الجدول (٢) يتبين ان المعدلات الشهرية للسقوط الفعلي تزداد عن المعدل السنوي لخمسة اشهر أبتداءً من شهر مايس الى شهر ايلول في المحافظة وتصل ذروته اثناء شهر تموز اذ بلغ (٩,٩ ساعة/ يوم)، بينما اقل قيمة سجلت في شهر كانون الاول اذ بلغت (٦,٢ ساعة/ يوم) إن زيادة عدد ساعات النهار النظرية والفعلية المقترنة بزوايا سقوط الاشعاع الشمسي القريبة من العمودية لمعظم اشهر السنة ينجم عنها زيادة مقدار الطاقة الشمسية الواصلة الى سطح الارض في المحافظة، اذ يتبين ان معدلات كمية الاشعاع تسجل اقصى ذروتها في المدة الممتدة من شهر نيسان وحتى نهاية شهر ايلول، اذ بلغ المعدل لتلك المدة (٥٧٩,٢ سعره/ سم<sup>٢</sup> يوم).

يتضح مما تقدم ان المحافظة تتمتع بنسبة عالية من عدد الساعات الضوئية وما لهذا العنصر من اهمية في الانتاج الزراعي (النباتي) في المحافظة، كما تتحكم مدة الاضاءة في استمرار بعض العمليات التسويقية، وتتحدد الحركة التسويقية بشكل عام وعملياتها مع انحسار الضوء، مما يسهم في تحديد العمليات التبادلية وتباطئ العمليات التسويقية خلال اليوم الواحد، اذ تبدأ عمليات نقل المنتوجات الزراعية من الحقول الى مناطق البيع في اسواق الجملة بعد فترة الظهيرة او عند ساعات الصباح الاولى وحسب بعد المركز التسويقي الذي تتوجه اليه السلعة فيأخذ بالحسبان وصول السلعة بعد منتصف الليل لضمان عرضها في الاسواق خلال ساعات النهار الاولى لضمان وصولها للمستهلك النهائي او تاجر التجزئة اثناء النهار .

## ٢. درجات الحرارة

تختلف المحاصيل الزراعية في احتياجاتها الحرارية خلال موسم الانتاج والمدة التي تليها (بعد جني الحاصل) وصولاً الى المستهلك، اذ تؤثر درجات الحرارة سلباً او ايجاباً على النشاط التسويقي وعناصره فالإنتاج الزراعي النباتي يتأثر من خلال تحديد مواسم الانتاج ونوعية

المحاصيل المزروعة في كل موسم، كما يتحكم بالوظائف الفسيولوجية والحيوية للنبات كالنتفس والتمثيل الضوئي<sup>(١)</sup>. وفيما يتعلق بتأثير درجات الحرارة على سير الوظائف التسويقية، فعلى كل من المنتج والوسيط تهيئة الظروف الملائمة للحفاظ على المنتجات الزراعية بحالة جيدة، بسبب ان معظمها سريعة التلف او تنخفض جودتها خلال تعرضها لدرجات حرارة مرتفعة مما يسبب عزوف المستهلك النهائي عن شرائها او زيادة الهامش الذي يضاف على سعر المنتج<sup>(٢)</sup>.

يتبين من الجدول (٣) ان درجات الحرارة في المحافظة تتميز بارتفاعها وهذا ما يعكسه معدلها السنوي البالغ (٢٤,٧ م°) وترتفع فوق هذا المعدل خلال اشهر الموسم الصيفي فتصل الى معدل (٢٩,٧ م°) ويسجل شهر تموز اعلى معدل فيبلغ (٣٥,٦ م°)، بينما تميل درجات الحرارة خلال الموسم الشتوي الى الاعتدال فتتراوح فيه بين (١١,٧ - ٣٢,٥ م°)، ويصل ادنى معدل لها في شهر كانون الثاني (١١,٧ م°) وهو ابرد شهور السنة. ومما يلحظ ايضاً ارتفاع معدل درجة الحرارة العظمى ابتداءً من شهر مايس (٣٧,٨ م°) لتصل اعلى معدلاتها في شهري تموز وآب (٤٣,٩ ، ٤٤,٥ م°) لكل منهما على التوالي وبذلك يكون المعدل السنوي لدرجة الحرارة العظمى (٣٢,١ م°)، في حين يبلغ ادنى معدل لدرجة الحرارة العظمى في شهر كانون الثاني (١٧,٤ م°). أما بالنسبة لدرجة الحرارة الصغرى فيبلغ معدلها السنوي (١٧,٤ م°) وسجل اقل معدل لها في شهر كانون الثاني حيث بلغ (٦,١ م°) واعلى معدل لها في شهر تموز.

يتضح مما تقدم وجود تباين في درجات الحرارة ارتفاعاً وانخفاضاً تبعاً لفصول السنة مما يؤثر على العملية التسويقية، إذ تؤثر درجات الحرارة في فصل الشتاء لذلك تنخفض الى ادناها في شهر كانون الثاني ، وهذا يشكل تأثيراً على المنتجات الزراعية النباتية وعلى كفاءتها لذلك يتطلب هذا الأمر الى دعم المراكز التسويقية بوسائل تدفئة لتجنب الأضرار التي تلحق بنوعية المنتج الزراعي ، لأن لكل منتج زراعي نباتي له درجة معينة من التحمل ، بوجه عام بالنسبة للتسويق الخاص بمحاصيل الفواكه والخضر تكون عادة مستقرة نسبياً في فصل الشتاء بالنسبة الى درجات الحرارة ، أما في فصل الصيف عند ارتفاع درجات الحرارة التي تتأثر بها العمليات التسويقية الزراعية بكل اصنافها ابتداءً من المركز التسويقي (الجملة) الى أسواق (التجزئة) فيتوجب لهذا الأمر رفد المركز التسويقي بأجهزة التبريد كما هو الحال بالنسبة لأصحاب المكاتب

(١) سلام هاتف احمد الجبوري، المناخ والمحاصيل الزراعية، ط١، مطبعة دليير للطباعة والنشر، ٢٠٢١، ص١٤٢.

(٢) عبد العزيز بن محمد الشعبي وجلال عبد الفتاح الملاح، دراسة تحليلية لأثر الوعي الاستهلاكي في حماية المستهلك، مجلة العلوم الزراعية والاغذية، جامعة الملك فيصل، المجلد (١٨)، العدد (٦)، ١٩٩٧، ص٧.



والعاملين بظل المؤسسة التسويقية الزراعية وتجهز المخازن التابعة الى تلك المكاتب بوسائل التبريد من اجل الحفاظ على المنتج الزراعي من التلف عند ارتفاع درجات الحرارة لاسيما المنتجات التي تتأثر بارتفاع درجات الحرارة وهي محاصيل الفواكه والخضر وذلك يعود الى عدم قدرتها على التحمل.

جدول (٣) المتوسط الشهري والسنوي لدرجات الحرارة العظمى والصغرى في محافظة القادسية

للمدة (٢٠٠٤ - ٢٠١٩)

الاشهر	متوسط درجات الحرارة		المتوسط (م°)
	الصغرى (م°)	العظمى (م°)	
كانون الثاني	٦,١	١٧,٤	١١,٧
شباط	٧,٩	٢٠,٣	١٤,١
آذار	١٢,٠	٢٥,٣	١٨,٦
نيسان	١٧,٦	٣١,٤	٢٤,٥
مايس	٢٣	٣٧,٨	٣٠,٤
حزيران	٢٥,٩	٤١,٨	٣٣,٨
تموز	٢٧,٣	٤٣,٩	٣٥,٦
آب	٢٦,٦	٤٤,٥	٣٥,٥
أيلول	٢٣,٤	٤١,٧	٣٢,٥
تشرين الاول	١٨,٤	٣٥,٥	٢٦,٩
تشرين الثاني	١٢,٤	٢٦	١٩,٢
كانون الاول	٧,٦	١٩,١	١٣,٣
المعدل	١٧,٤	٣٢,١	٢٤,٧

المصدر : جمهورية العراق، وزارة النقل، الهيئة العامة لأنواء الجوية والرصد الزلزالي العراقية، قسم المناخ، بيانات غير منشورة، ٢٠٢٠.

ويظهر تأثير ارتفاع درجات الحرارة على المستهلك النهائي من خلال حركة السوق إذ تظهر ذروتين للتسويق خلال الموسم الحار تكون الاولى خلال ساعات النهار الاولى قبل الساعة الحادية عشر، اما الثانية فتكون قبل غروب الشمس بوقت قصير فيما تزداد الحركة خلال اعتدال درجات الحرارة وتتلاشى الذروتين بشكل تدريجي، بينما خلال الفصل البارد نقل معاناة الفلاح والتاجر ويترتب العبء الاكبر على تاجر المفرد إذ النهار القصير وقلة الحركة خلال الايام التي تنخفض فيها درجات الحرارة بشكل كبير والايام الممطرة، مما يؤدي الى محدودية تصريف السلعة . تعد عملية تسويق الفواكه والخضر الورقية خلال الفصل البارد أكثر استقراراً

مما هي عليه في الفصل الحار بسبب عدم تأثير تلف المحاصيل إلا أن اطراف العملية التسويقية ونتيجة للخبرة المتراكمة في هذا المجال يتخذون الاجراءات الكفيلة بتقليل ضرر تسويق المنتجات الزراعية .

### ٣. الامطار

للأمطار تأثير كبير على نمو المحاصيل الزراعية، لأنها تعد المصدر الرئيس الذي يزود الانهار بالمياه العذبة وخاصة تلك التي تجري ضمن المناطق ذات المناخ الصحراوي الحار الجاف والتي يقل فيها تساقط المطر، وتعتمد بالدرجة الاساس على الزراعة الاروائية<sup>(١)</sup>. كما تسهم في اعتدال درجات الحرارة وتنقية الهواء من الغبار العالق مما يؤثر على كمية المنتج ونوعيته، ينعكس تأثير كمية الامطار ومواعيد هطولها على العملية التسويقية من خلال عرقلة حركة نقل المحاصيل الزراعية من الحقول الى مراكز التسويق، فضلاً عن تأثيرها على حركة الاسواق واعداد المتبضعين فيها.

تقع محافظة القادسية ضمن الاقليم الجاف (Bwhs) حسب التصنيف المناخية<sup>(٢)</sup>. إذ يقتصر سقوط الامطار خلال الفصل البارد وتكون متذبذبة، بلغ مجموع معدلاتها (١١٩,٣ ملم)، اما اعلى معدلاتها ظهر خلال شهر كانون الثاني مسجلاً (٢٣,٨ ملم)، في حين تدنت قيم التساقط لتصل ادنى معدلاتها خلال تشرين الاول بواقع (٤,٥ ملم)، جدول (٤). إن الخصائص المطرية في منطقة الدراسة تتصف بقلة كمياتها وتذبذبها وعدم انتظامها لذا لا يمكن الاعتماد على التساقط المطري في الزراعة، بالرغم من ذلك تؤثر الامطار ايجابياً في الاشهر التي تسقط فيها اذ تساهم بالتقليل من عدد الريات التي تحتاجها المحاصيل الزراعية. أما الآثار السلبية التي تتعرض لها المحاصيل الزراعية فهي تساقط الامطار بصورة فجائية وبكميات كبيرة لمدة زمنية قصيرة ما يسبب ضرراً فيها وفي بعض الاحيان اذا ازدادت كمياتها تؤدي الى موتها<sup>(٣)</sup>. وهذا ما يحصل لمحصولي الحنطة والشعير اذ يصادف وقت هطول الامطار مع وقت تكوين السنابل او في اوقات النضج والحصاد فاذا ما توافقت تساقطها مع هبوب الرياح ستؤدي الى اضطجاع النباتات ومن ثم صعوبة حصادهما، مما يسبب خسائر اقتصادية كبيرة للمزارعين وتأثيرها على انخفاض كمية المحصول المسوقة الى المراكز التسويقية.

(١) محمد خميس الزوكه، الجغرافيا الزراعية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٠٠، ص ١١٢.

(٢) علي حسين شلش، جغرافية الاقاليم المناخية، مطبعة جامعة بغداد، بغداد، ١٩٧٨، ص ٢٤٢.

(٣) منصور حمدي ابو علي، في الجغرافية الاقتصادية (الجغرافية الزراعية)، ط ١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠٠٤، ص ٩٦.

جدول (٤)

المتوسط الشهري والسنوي لكمية الأمطار المتساقطة (ملم) في محافظة القادسية للمدة (٢٠٠٤-٢٠١٩)

الأشهر	٢٠١٩	شباط	إذار	نيسان	أيار	يونان	تموز	آب	أيلول	٢٠١٨	٢٠١٧	السنوي المجموع
معدل الامطار السنوي (ملم)	٢٣٠,٨	١٥٠,٩	١٨٠,٢	١٤٠,٨	٥٠,٢	١٤٠,٨	١٤٠,٨	١٤٠,٨	١٤٠,٨	٢١٠,٨	١١٩,٣	١١٩,٣

المصدر : جمهورية العراق، وزارة النقل والمواصلات، الهيئة العامة للأحوال الجوية والرصد الزلزالي العراقية، قسم المناخ، بيانات غير منشورة، ٢٠٢٠.

من الجانب التسويقي يمكن معرفة تأثير الامطار من خلال معاناة المنتج في اقبال المحاصيل الزراعية من الحقول الى مناطق الاستهلاك وذلك لقلّة الطرق المبلطة في المناطق الزراعية علاوة على ذلك توجد احتمالية نقص في كمية المعروض لبعض المنتجات الزراعية خلال الايام الممطرة وذلك بسبب صعوبة عملية نقل المنتجات الزراعية من الحقل بسبب عدم كفاءة الطرق الريفية غير المبلطة وتوقف عمليات جني المحصول، كما ان عدم وجود مخازن داخل الاراضي الزراعية يعرقل عملية امكانية الخزن داخل الحقول الزراعية قبل سقوط الامطار.

أما مخازن الحبوب في محافظة القادسية فهي الاخرى متأثرة بشدة الامطار وغزارتها فارتفاع منسوب الماء بالقرب من مخازن الحبوب قد يؤدي الى تسرب جزء منه الى داخلها قبل ان يتم تصريف مياه الأمطار، مما يؤدي الى تلف جزء من المحصول وهذا يعود الى قدم أنشاء هذه المخازن والارتفاع النسبي للمناطق المجاورة لها، كما ان المخازن المكشوفة من الجوانب والحوضية جميعها تسمح لرياحات المطر برشق المحصول من الجوانب خصوصاً عندما تكون الامطار مصحوبة برياح، مما يؤدي الى زيادة محتوى الرطوبة في حبات القمح والشعير والشلب وبالتالي تعفنها والتقليل من قيمتها السعيرية.

كما تؤثر الامطار على مخازن التمور خاصة اذا كان المخزن غير محكمة فيؤدي الى تسرب مياه الامطار الى تلك التمور مما يؤدي الى تلفها وتعرضها الى الحموضة والاضرار بكفاءتها وجودتها، وبصورة عامة فان جميع المحاصيل الزراعية المعروضة في الاسواق الزراعية يقل الطلب عليها في فترة سقوط الامطار .

أما اسواق الجملة والتجزئة فهي الاخرى تتأثر سلباً خلال فترات تساقط الامطار وما بعدها حيث غرق الشوارع في الاسواق وتحد من حركة المتبضعين وعدم استمرار البائعين للمحاصيل الزراعية من ممارسة عملية بيع المحاصيل خلال مدة التساقط المطري حتى تجف المناطق التي يستغلونها لعرض المحاصيل الزراعية.

## المبحث الثاني

العوامل الجغرافية البشرية المؤثرة في تسويق الإنتاج الزراعي النباتي  
في محافظة القادسية

تؤثر العوامل البشرية تأثيراً واضحاً في العملية التسويقية من حيث نشاطها وكفاءتها، بل تأثيرها يفوق العوامل الطبيعية، لكونها الأكثر تداخلاً والاسرع تغييراً، فالإنسان هو المنتج وهو الوسيط والمستهلك ، لذا يعد الانسان الركن الاساس في العملية التسويقية والمؤثر في كافة الفعاليات الاقتصادية، اذ لا يمكن قيام اي نشاط زراعي اقتصادي من دونه.<sup>(1)</sup>

يتناول البحث في هذا الجانب ما يأتي:

## أولاً: حجم السوق الاستهلاكية :

تمثل السوق الاستهلاكية ركناً أساسياً في العملية الانتاجية وهي احد المستلزمات المهمة لقيام ونجاح العملية التسويقية، وتبرز اهمية السوق الاستهلاكية في مجال تسويق الانتاج الزراعي النباتي من خلال العلاقة المتبادلة بين حجم الانتاج ونطاق السوق فكلما أوسع السوق كلما كفل مجالاً أوسع لتصريف المحاصيل الزراعية وتنشيط عملية تسويقها.<sup>(2)</sup>

ترتبط السوق الاستهلاكية في حركتها ونشاطها ارتباطاً وثيقاً بعدد السكان ومستوى دخلهم المعاشي وطريقة توزيع الدخل بينهم، اذ تصبح السوق اكبر كلما ارتفع عدد السكان وارتفعت معدلات دخولهم مما يؤدي الى تزايد الطلب على السلع المختلفة ومن ثم زيادة الانتاج وتفعيل العملية التسويقية.<sup>(3)</sup> واعتماداً على ذلك فإن نشاط العملية التسويقية للإنتاج الزراعي النباتي في اسواق المحافظة يتوقف على :

## ١. السكان :

إنّ لزيادة اعداد السكان أثراً واضحاً في تطوير حركة السوق وذلك من خلال تزايد الطلب اليومي على السلع مما يؤدي الى سعة حجم السوق الاستهلاكية، كما يعد حجم السكان مصدراً لقوة العمل اذ يعكس امكانية قيام نشاطات اقتصادية متنوعة اذ ما توفرت الخطط التنموية المواكبة للنمو الاقتصادي للسكان، فهي مصدر للأيدي العاملة الزراعية من جهة وسوقاً استهلاكية لمخرجات تلك العملية من جهة اخرى.<sup>(4)</sup>

(1) J. W. W. web, population in trends in geography, edited by Ronald V. Gooke Press London, 1969, P.21.

(٢) محمد ابراهيم عبيدات، التسويق الزراعي، دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠٠٥، ص ٥٦٠.

(٣) عبد المعطي حسن الخفاف، هندسة التسويق، دار دجلة، الاردن، ٢٠١٠، ص ٦١.

(٤) محمد خليفة الدليمي وسعدي محمد صالح السعدي، القوة العاملة الزراعية، المنتجة في العراق وامكانية التعويض والمناقلة، مجلة الجمعية الجغرافية، المجلد السابع عشر، مطبعة العاني، بغداد، ١٩٨٦، ص ٨٣.

شهدت اعداد السكان في محافظة القادسية زيادة واضحة وتباين حجم السكان بين سنة واخرى، ويظهر من خلال جدول (٥) ان عدد سكان المحافظة بلغ في عام ١٩٨٧ (٥٥٩٨٠٥ نسمة) وشكلت نسبة الريف منهم (٤٣,٦%) ، اما نسبة سكان الحضر فقد بلغت (٥٦,٤%)، وفي عام ١٩٩٧ ازداد عدد سكان المحافظة حتى وصل الى (٧٥١٣٣١ نسمة) وبنسبة نمو سنوية بلغت (٢,٩٨%)، كانت نسبة سكان الريف منهم (٤٧,١%) وبنسبة نمو سنوية (٣,٧٨%) وشكلت نسبة سكان الحضر (٥٢,٩%) من مجموع السكان بالمحافظة وبنسبة بلغت (٢,٣٢%). ويتوقع ان يزداد عدد سكان المحافظة في عام ٢٠٢١ حتى يصل (١٣٩٥٩٦٤٢ نسمة) وتشكل نسبة سكان الريف منها (٤٢,٧١%) وبنسبة نمو سنوية بلغت (٣,٨٧%)، اما سكان الحضر فقد بلغت نسبتهم (٥٧,٢٩%) وبنسبة نمو بلغت (٢,٣٢%) .

جدول (٥) حجم السكان وتوزيعهم المكاني في محافظة القادسية للمدة (١٩٨٧ - ١٩٩٧)

والمتوقع لعام ٢٠٢١ م

السنة	مجموع السكان (نسمة)	نسبة النمو السنوية (%)	سكان الريف (نسمة)	نسبة سكان الريف (%)	نسبة النمو السنوية لسكان الريف (%)	سكان الحضر (نسمة)	نسبة سكان الحضر (%)	نسبة النمو لسكان الحضر
١٩٨٧	٥٥٩٨٠٥		٢٤٣٨٦١	٤٣,٦		٣١٥٩٤٤	٥٦,٤	
١٩٩٧	٧٥١٣٣١	٢,٩٨	٣٥٣٥٦٣	٤٧,١	٣,٨٧	٣٩٧٧٦٨	٥٢,٩	٢,٣٢
٢٠٢١	١٣٥٩٦٤٢ (**)		٥٨٠٧٤١	٤٢,٧١		٧٧٨٩٠١	٥٧,٢٩	

المصدر: بالاعتماد على:

(١) وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للأحصاء ونتائج التعداد العام للسكان لسنة ١٩٨٧ لمحافظة القادسية .

(٢) هيئة التخطيط، الجهاز المركزي للأحصاء، نتائج التعداد العام للسكان لسنة ١٩٩٧ لمحافظة القادسية .

(\*) تم استخراج نسبة النمو السنوية (R) باعتماد المعادلة المعتمدة من قبل الامم المتحدة وهي :

$$R = \left( \sqrt[T]{\frac{P+}{P0}} - 1 \right) 100$$

اذ ان : R : معدل النمو السنوي للسكان P+ : عدد السكان في

التعداد الاخير P0 : عدد السكان في التعداد اللاحق T : عدد السنوات بين التعدادين

ينظر: U.N. Demographic year book, 36 ISSM, York, 1986, P.55.

(\*\*) تم استخراج متوقع عدد السكان لعام ٢٠٢١ بحسب المعادلة الآتية :  $Pn = Po (1 + r)^n$

اذ ان : Pn : عدد السكان المتوقع لسنة الهدف Po : عدد السكان في آخر تعداد

r : معدل النمو السكاني N : عدد السنوات الفاصلة بين آخر تعداد والسنة المستقبلية

المصدر: عباس فاضل السعدي، جغرافية السكان، ج١، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل،

٢٠٠٠، ص ٣٠٤.

ومن خلال ما تقدم يتضح ان هناك ارتفاع واضح في نسبة سكان الحضر ما بين التعدادين واسقاطات (٢٠٢١) وانخفاض نسبة سكان الريف، ويعزى الارتفاع بنسبة سكان الحضر الى الهجرة من الريف الى المدينة، فضلاً عن نسبة النمو السنوية العالية والتي بلغت (٢,٣٢%).

ويتضح من خلال الجدول (٦) والخريطة (٥) تباين حجم السكان وتوزيعهم المكاني (البيئي) فيما بين الوحدات الادارية في المحافظة، مما يؤثر في تباين حجم السوق الاستهلاكية للمحاصيل الزراعية بين الوحدات الادارية في المحافظة ما ينعكس ذلك على اتاحة فرص العمل الزراعي وتباينها ما بين تلك الوحدات ويظهر هذا التباين واضحاً اذ يتصدر قضاء الشامية اقصية المحافظة في نسبة سكان الريف اذ يتأثر بنسبة (٣٠,٤%) من اجمالي سكان الريف في المحافظة، وتتوزع هذه النسبة ما بين نواحي القضاء اذ تأتي ناحية المهناوية بالمرتبة الاولى بنسبة (١١,٤%) ويليهما نواحي (مركز القضاء والصلاحية وغماس) بنسبة (٧,٢%)، (٦,٤%)، (٥,٣%) لكل منها على الترتيب، ويأتي قضاء الديوانية بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٨,٨%) من نسبة سكان الريف في المحافظة وتتوزع هذه النسبة على نواحي القضاء وعلى النحو الآتي: (الدغرة، الشافعية، السنية، مركز القضاء) بنسبة (٨,٥%)، (٧,٤%)، (٦,٥%)، (٦,٤%) لكل منها على الترتيب، اما قضاء الحمزة فيأتي ثالثاً بنسبة (٢١%) من نسبة سكان الريف، يستأثر مركز القضاء بالمركز الاول بنسبة (٨,٥%) وتأتي نواحي (السدير والشنافية) بعدها بنسبة (٦,٥%)، (٦%) لكل منها على الترتيب. ويأتي قضاء عفك بالمرتبة الاخيرة بنسبة (١٩,٨%) موزعة على نواحي القضاء وعلى النحو الآتي (البدير، سومر، مركز القضاء) بنسبة (٧,٣%)، (٥,٣%)، (٥,٤%) لكل منها على الترتيب.

أما سكان الحضر فيأتي قضاء الديوانية بالمرتبة الاولى وسيتأثر بنسبة (٦٠,٤%) لأنه يعد المركز الاقليمي الاول من حيث تركز النشاطات الوظيفية والتجارية، وتتوزع هذه النسبة على نواحي القضاء ويأتي مركز قضاء الديوانية بالمرتبة الاولى ويستأثر بنسبة (٥٤,٥%) وتأتي بعدها نواحي (الدغرة، الشافعية ، السنية) بنسبة (٢,٨%)، (١,٦%)، (١,٥%) ولكل منها على الترتيب، ويأتي قضاءي الحمزة والشامية بالمرتبة الثانية بنسبة (١٤,٨%)، (١٤,٢%) لكل منها على الترتيب، أما قضاء عفك فيأتي بالمرتبة الاخيرة بنسبة (١٠,٦%) موزعة على نواحي

القضاء (مركز القضاء، آل بدير، سومر، نفر) وبنسبة (٤,٨%، ٣,٨%، ١,٥%، ٠,٦%) لكل منها على الترتيب. إن نمو سكان الريف في المحافظة يساعد على تنمية وتطوير النشاط الزراعي لزيادة انتاج المنطقة من المنتجات الزراعية وتزويد ما تحتاجه الاسواق مما يعد مؤشراً جيداً للنهوض بالتنمية الزراعية في المحافظة.

جدول (٦)

التوزيع البيئي لسكان محافظة القادسية بحسب الوحدات الادارية وفق تقديرات عام ٢٠٢١ م

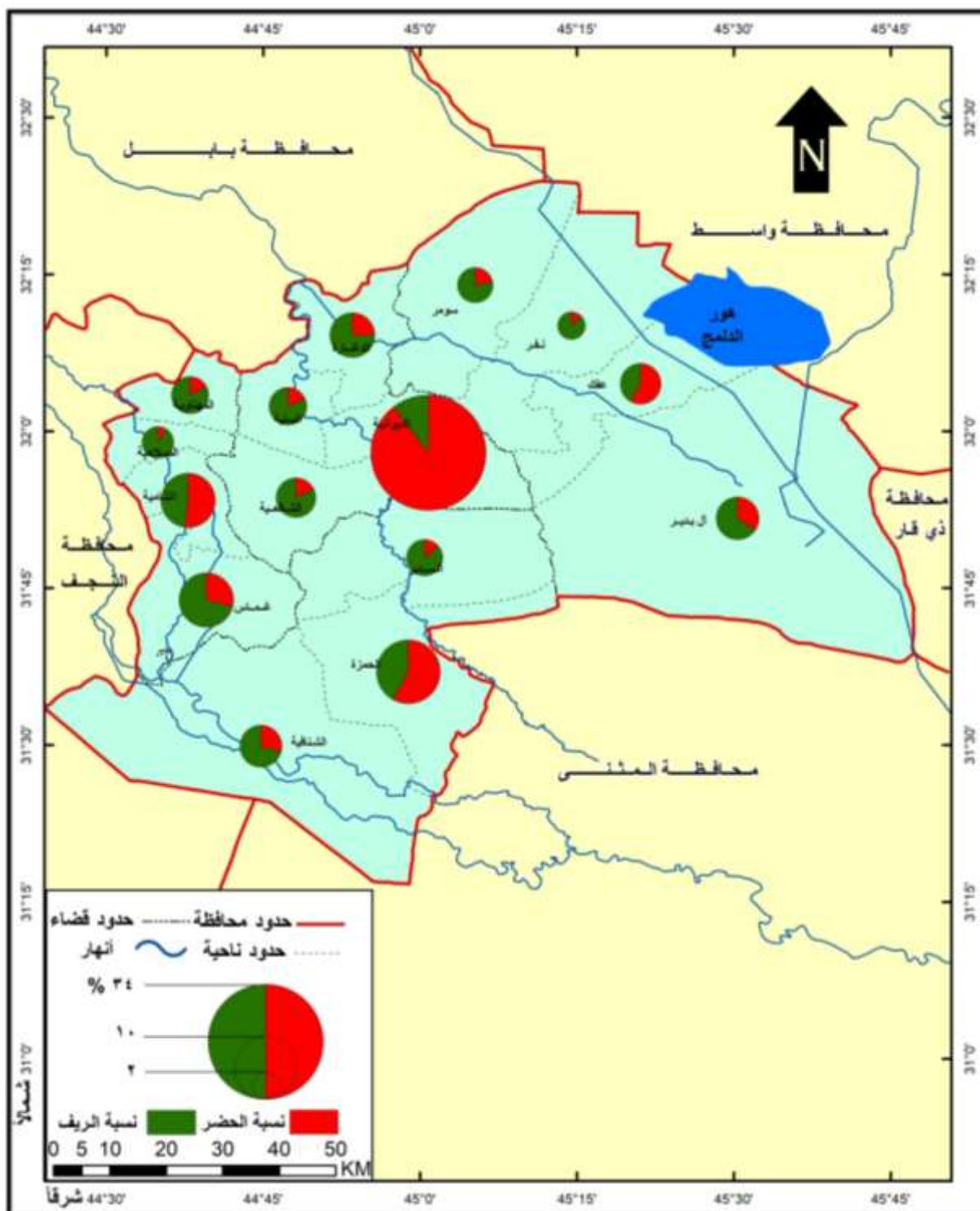
القضاء	الناحية	الحضر		ريف	
		المجموع	النسبة % (*)	المجموع	النسبة %
الدوائية	المركز	٤٢٥٢٥٢	٥٤,٥	٣٦١١٠	٦,٤
	السنية	١١٥٢٢	١,٥	٣٧٥٨٠	٦,٥
	الدغارة	٢١٦٢١	٢,٨	٤٨١٣٩	٨,٥
	الشافعية	١٢٢٢٥	١,٦	٤١٩٧٧	٧,٤
	المجموع	٤٧٠٦٢٠	٦٠,٤	١٦٣٨٠٦	٢٨,٨
عفك	المركز	٣٧٤٢٣	٤,٨	١٩٧٥٨	٣,٤
	سومر	١١٨٥٩	١,٥	٣١١٠٠	٥,٣
	البيدير	٢٩٩١٠	٣,٨	٤٢٥١٧	٧,٣
	نفر	٤٤٤١	٠,٦	٢٢٠٤٦	٣,٨
	المجموع	٧٤٦٣٣	١٠,٦	١١٥٤٢١	١٩,٨
الحمزة	المركز	٩١٣٥١	١١	٤٩٣٨٢	٨,٥
	السدير	٨٠٣٤	١	٣٧٤٧٠	٦,٥
	الشافعية	٢٢٠٨٠	٢,٨	٣٩٠٩٤	٦
	المجموع	١٢١٤٦٥	١٤,٨	١٢٥٩٤٦	٢١
الشامية	المركز	٦١٠٩٠	٧,٨	٤١٥٢٥	٧,٢
	المهناوية	٣٨٦١	٤,٦	٦٦٥٤٩	١١,٥
	الصلاحية	١٠٦٩٩	١,٣	٣٧٠٥٠	٦,٤
	غماس	٣٦٥٣٣	٠,٥	٣٠٧١٧	٥,٣
	المجموع	١١٢١٨٣	١٤,٢	١٧٥٥٦٨	٣٠,٤
مجموع المحافظة	٧٧٨٩٠١	%١٠٠	٥٨٠٧٤١	%١٠٠	

المصدر: جمهورية العراق، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، التقديرات السكانية لمحافظة القادسية لعام ٢٠٢١ .

(\* ) استخرجت النسب من قبل الباحث .

خريطة (٥)

التوزيع البيئي لسكان محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية على وفق تقديرات عام ٢٠٢١م



المصدر: (١) بدلالة بيانات جدول (٦)

(٢) جمهورية العراق ، وزارة التخطيط والجهاز المركزي للإحصاء ، التقديرات السكانية لمحافظة القادسية لعام ٢٠٢١.



## ٢. القدرة الشرائية

تنتج السلع لغرض استهلاكها، والقدرة الشرائية هي التي تمكن هذا الاستهلاك ودخل الفرد المتاح هو الذي يمثل القدرة الشرائية للمستهلكين.<sup>(١)</sup> يعد هذا العامل من العوامل الرئيسية التي تؤثر في الاستهلاك وبالتالي الاقرار بشراء السلعة التي من شأنها ان تشبع حاجته او رغبته وكلما زاد دخل الفرد النقدي كلما استطاع تنفيذ رغباته واحتياجاته اكثر عن طريق الشراء،<sup>(٢)</sup> وتتفاوت مستويات الدخل في المحافظة حسب المهن للعاملين فيها وبالتالي يتفاوت الطلب على السلع الزراعية في الاسواق وعلى القيمة الغذائية.

وهنا يبرز ارتباط المستوى المعيشي للسكان بالدخل الفردي من حيث نظامه وتوزيعه ويبرز تأثيره في الانتاج في السوق الاستهلاكية من جهة توزيع الانتاج وكميته، لأن المستوى المعيشي هو المعيار لزيادة الطلب على السلعة المعنية فيتجه المنتجون لزيادة انتاجها، وعلى المنتج ايضاً التعرف على مستويات المعيشة في المنطقة فان كان مستوى المعيشة مرتفع فانه يعمل على تغيير الطلب الى عدة انواع من المحاصيل الزراعية.<sup>(٣)</sup>

تعكس معطيات الجدول (٧) تباين مستويات الدخل بين الأسر في محافظة القادسية والتي بموجبها وزعت الى خمس فئات وكما يلي:

\* الفئة الاولى: الأسر التي يقل متوسط دخلها الشهري عن (٢٠٠,٠٠٠ دينار عراقي) : شكلت هذه الاسر (١٥,٣٠%) من مجموع الاسر المشمولة بالعينة وتوزعت على كلا البيئتين (الحضرية والريفية) بواقع (٤,٩٠% و ٢٥,٧١%) لكل منها على الترتيب، اما حجم الاسرة ضمن هذه الفئة يزيد عن (١٠ اشخاص)، بينما لا يزيد عدد العاملين فيها عن شخص واحد فقط مما انعكس على هيكل الانفاق لها، اذ تراوح معدل انفاقها اليومي على السلع بين (٥٠٠٠- ١٠٠٠٠) دينار عراقي بين (١- ٥) ايام ثم تعاد عملية التبضع مرة اخرى وضمن معدل انفاق ثابت.

(١) محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٨٣، ص ٦٧.

(٢) جميل محمد جميل الدباغ، اقتصاديات التسويق الزراعي، مصدر سابق، ص ٩٦.

(٣) عاكف الزعبي، مبادئ التسويق الزراعي (مدخل سلوكي)، ط ٤، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩، ص ١٩١.

جدول (٧)

التباين النسبي لمتوسط الدخل الشهري لمجتمع العينة في محافظة القادسية لعام ٢٠٢١

محافظة القادسية						متوسط دخل الاسرة الشهري (بالآلاف)/دينار عراقي	الفئة
المجموع		ريف		حضر			
%	العدد	%	العدد	%	العدد		
١٥,٣٠	٧٥	٢٥,٧١	٦٣	٤,٩٠	١٢	اقل من (٢٠٠)	١
٣٤,٠٨	١٦٧	٣٨,٧٧	٩٥	٢٩,٣٨	٧٢	(٧٥٠ - ٥٠٠)	٢
٢٠,٦١	١٠١	١٩,٦٠	٤٨	٢١,٦٣	٥٣	(١٠٠٠ - ٧٥٠)	٣
٢٤,٧٠	١٢١	١٤,٧٠	٣٦	٣٤,٧٠	٨٥	(١٥٠٠ - ١٠٠٠)	٤
٥,٣٠	٢٦	١,٢٢	٣	٩,٣٨	٢٣	اكثر من (١٥٠٠)	٥
١٠٠	٤٩٠	١٠٠	٢٤٥	١٠٠	٢٤٥	المجموع	

المصدر: الدراسة الميدانية، استمارة الاستبانة، المحور الاول.

\* الفئة الثانية: الأسر التي يتراوح متوسط دخلها الشهري ما بين (٥٠٠,٠٠٠ - ٧٥٠,٠٠٠)

دينار عراقي: شكلت هذه الاسر (٣٤,٠٨%) من مجموع الاسر المشمولة بالعينة وتوزعت على كلا البيئتين بواقع (٢٩,٣٨% و ٣٨,٧٧%) لكل منهما على الترتيب.

\* الفئة الثالثة : الاسر التي يتراوح متوسط دخلها الشهري بين (٧٥٠,٠٠٠ - ١٠٠٠,٠٠٠)

دينار عراقي: شكلت اسر هذه الفئة (٢٠,٦١%) من مجموع الاسر المشمولة بالعينة وتوزعت على كلا البيئتين (الحضرية والريفية) بواقع (٢١,٦٣% و ١٩,٦٠%) لكل منهما على الترتيب.

\* الفئة الرابعة: الاسر التي يتراوح متوسط دخلها الشهري بين (١٠٠٠,٠٠٠ - ١٥٠٠,٠٠٠)

دينار عراقي: شكلت الاسر ضمن هذه الفئة (٢٤,٧٠%) من مجموع الاسر المشمولة بالعينة وتوزعت على كلا البيئتين (الحضرية والريفية) بواقع (٣٤,٧٠% و ١٤,٧٠%) لكل منهما على الترتيب.

\* الفئة الخامسة: الاسر التي يزيد متوسط دخلها الشهري عن (١٥٠٠,٠٠٠) دينار عراقي:

شكلت اسر هذه الفئة (٥,٣٠%) من مجموع الاسر المشمولة بالعينة وتوزعت على كلا البيئتين (الحضرية والريفية) بواقع (٩,٣٨% و ١,٢٢%) لكل منهما على الترتيب.

يتضح مما سبق انعكاس معدلات الدخل الشهري على السوق والاستهلاك اليومي، اذ يزداد حجم الانفاق على السلع الغذائية مع زيادة معدلات الدخل الشهري، كما انعكس تباين مستويات الدخل وارتفاعه على حركة المتبضعين بالأسواق المحلية (اسواق التجزئة) في محافظة القادسية.

كما يلاحظ وجود فروق بين الفئات على مستوى الاستهلاك مقابل السعر اذ كانت متزامنة مع زيادة الدخل الاجمالي وتتحول الى السلع الاكثر جوده والافضل نوعية والاعلى سعراً، بينما لم تُلاحظ فروق في نمط شراء السلع في الاسر ذات الدخل العالي .

### ٣. التوسع العمراني :

يعد مركز قضاء الديوانية اكبر مدن المحافظة في عدد السكان، اذ تعاني المدينة القديمة ضغطاً على الخدمات بسبب محدودية المساحة المأهولة مما ادى الى انشاء مراكز حضرية ثانوية حولها وهي تحتاج الى خدمات اجتماعية واقتصادية أيضاً لتلبية حاجات السكان.

أما على مستوى الاقضية والنواحي فقد كان التوسع العمراني على حساب المناطق الريفية المجاورة إذ إنّ الزيادة في عدد المساكن والطرق والخدمات كانت نتيجة للزيادة الطبيعية والانشطار في الاسر مما ولد ضرورة اتساع الاسواق وفتح حوانيت جديدة ومتنوعة الحرف وبضمنها حوانيت تجارة السلع والمحاصيل الزراعية. هناك عوامل عدة أدت إلى توسع المحافظة على حساب المناطق التي تجاورها ولعل من ابرزها:

#### أ. الزيادة السكانية التي تشهدها محافظة القادسية:

شهدت محافظة القادسية زيادة سكانية ملحوظة في السنوات الاخيرة، إذ كان عدد سكان المحافظة يبلغ (٧٥١٣٣ نسمة) عام ١٩٩٧، وارتفع الى (١٣٥٩٦٤٢ نسمة) عام ٢٠٢١، كنتيجة للزيادة الطبيعية التي شهدتها المحافظة بالإضافة الى تحسن الوضع الصحي والاقتصادي المعيشي للسكان، إذ إنّ الزيادة السكانية تعمل على الضغط على مختلف منشآت المحافظة مما تؤدي بالتوسع والنمو نحو اطراف المدن. هذا السبب كان مبرراً من مبررات ظهور اسواق نمو اطراف المدن في المحافظة كنتيجة للضغط والازدحام التي تشهده اسواق بيع المنتجات الزراعية.

#### ب. الهجرة :

فقد شهدت محافظة القادسية هجرة كبيرة سواء في هجرة الفلاحين من الريف الى المدينة لتوفر فرص العمل المتنوعة فيها، او الهجرة التي شهدتها المحافظة من باقي المحافظات، واستمرت الهجرة بعد عام ٢٠٠٣ والتي تزامنت مع الاحداث التي تشهدها المحافظات الساخنة، وهذا شكل ضغطاً على المحافظة بتوفير ما تحتاجه من الغذاء واقامة منافذ تسويقية جديدة كي تستوعب هذه الاعداد من المهاجرين مما ادى توسع الوحدات الادارية في المحافظة على حساب المناطق التي تجاورها.

## ج. ارتفاع نسبة التحضر :

كانت نسبة الحضر في محافظة القادسية مرتفعة إذ وصلت الى (٥٢,٩%) عام ١٩٩٧، ومن ثم ارتفعت الى (٥٧,٣%) عام ٢٠٢١، وهذا كان نتيجة زيادة اعداد الوحدات السكنية بسبب انشطار الاسر مما يؤدي الى زحف تلك الوحدات على الاراضي المجاورة وزيادة عدد هؤلاء السكان يتطلب توفير المنتجات الغذائية لهم وتشديد العدد من مراكز التسويق الخاصة بتسويق المنتجات الزراعية لتلبية متطلبات السكان من المنتجات الزراعية نحو اطراف المدينة.

## ثانياً: النمط الغذائي للسكان :

إن تنشيط العملية التسويقية لأي سلعة لا يتم إلا في ظل الطلب الفعال عليها الذي يأتي من رغبة المستهلك وقدرته الشرائية وعلى ضوء ذلك بان رغبة المستهلك المقترنة بالقدرة الشرائية من اهم العوامل المؤثرة في العملية التسويقية.<sup>(١)</sup>

تتأثر رغبة المستهلك بشراء سلعة معينة بجملة من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والصحية والنفسية التي تتفاعل مع بعضها لتحديد في النهاية الانماط الغذائية للسكان وتشمل هذه العوامل على<sup>(٢)</sup> (الدخل، الحرفة، البيئة، التحصيل الدراسي، العمر، الحالة الصحية والميول).

تعد المنتجات الزراعية النباتية من المواد الغذائية الاساسية للفرد، ولذلك فإنها تمثل المرتبة الاولى من حيث الانفاق في قائمة المواد الغذائية للفرد. ويتطور حجم هذا الانفاق في ضوء متغيرات اساسية اهمها متوسط دخل الفرد (والمرونة الدخيلة للطلب)<sup>(\*)</sup> على المنتجات الزراعية. كما تتغير هذه المنتجات سواء في الدول ذات الدخول العالية او المنخفضة، من السلع التي يزداد الطلب عليها بزيادة الدخل وذلك لأهميتها الغذائية واستعمالاتها الغذائية المختلفة، وبذلك فان متوسط الانفاق الفردي على هذه المنتجات يزداد بزيادة متوسط الدخل الفردي.

تختلف المحاصيل الزراعية (النباتية) في معامل مرونتها تبعاً لنوع المحصول ومن موسم لآخر وخلال السنة الواحدة فمنها ما هو قليل المرونة كالمحاصيل فيترواح معامل مرونتها بين (١,٠ -

(١) عبد الفتاح عبد الرحمن، الاقتصاد الكلي، الرياض، ١٩٨٨، ص ٢٤٨ - ٢٤٩.

(2) Harold H. Kassarian and Thomas S. Robertson ((Perspectives in consumer behavior)) scott, Foresman 1968, P.4.

(\*) يقصد بالمرونة الدخيلة استجابة الكمية المطلوبة الى التغير في دخل المستهلك، وعادة كلما تزايد الدخل فان الطلب على معظم السلع سوف يتزايد ويتم تحديد وفق المعادلة التالية: مرونة الطلب الدخيلة =

التغير النسبي في الكمية المطلوبة  
للمزيد ينظر : كامل علاوي الفتلاوي وحسن تكليف الزبيدي، مبادئ علم الاقتصاد،  
التغير النسبي في الدخل

ط ٣، مؤسسة النبراس للطباعة والنشر والتوزيع، عمان ، ٢٠١١، ص ٧٦.

(٠,٣) ومنها ما هو متوسط المرونة كالشعير والذي تتراوح مرونته بين (٠,٦ - ١,٠) اما الفاكهة فكانت معامل مرونتها يتراوح بين (٠,٦) واكثر من (١,٠)<sup>(١)</sup>، من هنا تأتي اختلافات في كمية ونوعية الاطعمة المستهلكة والتي يرغب افراد المجتمع بشرائها.

تؤدي العوامل الاجتماعية أثر في تحديد طبيعة سلوك المستهلك النهائي والذي يحدد طبيعة الاستهلاك الكمي والنوعي، اي ان اختلاف مستوى الثقافات في مضمار الحضارة وتباين تركيب السكان الاجتماعي والثقافي، وعاداتهم وتقاليدهم يصاحبه تباين في المنتجات الزراعية وطريقة انتاجها، اذ تعود افراد المجتمع على نمط معين من الاستهلاك الغذائي تؤدي الى المحافظة عليه ولذلك فان الطلب على الغذاء كثيراً ما تحدده العادات الاستهلاكية لأفراد المجتمع ولذا تقر النظرية الاقتصادية بوجود علاقة طردية بين الطلب على الغذاء والعادات الاستهلاكية.<sup>(٢)</sup>

تؤثر مواسم الاعياد والمناسبات الدينية في التوجه نحو استهلاك كميات اكبر من السلع الغذائية وذلك بحكم العلاقات الاسرية وطبيعة العادات والتقاليد السائدة ، ولهذه العادات والتقاليد اثر في طريقة استهلاك واسلوب تناول الطعام وطريقة الطبخ.<sup>(٣)</sup> وبضاف الى ذلك المناسبات الدينية التي يشهد البعض منها زيادة ملحوظة في الطلب على المنتجات الزراعية ومنها محصول الرز ومحاصيل الخضر والفاكهة التي يزداد الطلب عليها في مناسبة الاعياد والعشر الاولى من شهر محرم الحرام مقارنة بغيرها من المناسبات الدينية الاخرى.

كما قد تعطل العديد من الحوانيت العاملة بتجارة التجزئة خلال ايام المناسبات الدينية مما يتطلب على المستهلك شراء كميات اكبر من المعتاد من المنتجات الزراعية وخرزنها لتأمين الاحتياجات الاستهلاكية خلال ايام تعطل الاسواق لتلبية الطلب عليها مما ينعكس على نشاط العملية التسويقية.

(١) سالم توفيق النجيفي وبيديع جميل القدو، التخطيط والسياسة الزراعية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة الموصل، ١٩٨٩، ص ٤١.

(٢) محمد حزام صالح، التحليل الجغرافي للإمكانات المؤثرة في انتاج محاصيل الحبوب وانعكاساتها على الامن الغذائي في الجمهورية اليمنية، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية التربية (ابن رشد)، جامعة بغداد، ٢٠٠٢، ص ٩٣.

(٣) باسم عبد العزيز العثمان وحسين عليوي ناصر، الجغرافية الاجتماعية مبادئ واسس وتطبيقات، ط ١، دار الوضاح للنشر، عمان، الاردن، ٢٠١٤، ص ٤٠٦.

## ثالثاً: طرق النقل ووسائطه :

يكون التفاعل عميقاً وطردياً بين اي نشاط اقتصادي والنقل، ففي احيان كثيرة يكون النشاط الاقتصادي مؤثراً في النقل وسابقاً له بمعنى يكون مد شبكات النقل وتوجيهها استجابة لضرورة تربط بين مناطق الانتاج بعضها ببعض من ناحية وربطها بالأسواق الداخلية او الخارجية من ناحية اخرى.<sup>(1)</sup>

إنّ توفر شبكة مرنة من طرق النقل وباتجاهات مختلفة ووسائل نقل ذات كفاءة عالية يتيح نقل الانتاج الزراعي الى مناطق تسويقه واستهلاكه بكلفة ووقت وجهد وفاقد اقل، يعد امرأ في غاية الاهمية للعملية التسويقية فوجود شبكة واسعة وجيدة من الطرق المعبدة بشكل فني وحديث، والتي لا تتأثر بتقلبات الظروف الجوية، يصاحب ذلك وسائط نقل حديثة ومتنوعة ومتطورة لنقل مختلف انواع المنتجات الزراعية ومنها النباتية خاصة.

اذا كانت المسافات التي يلزم قطعها للوصول الى مراكز التسويق تستغرق وقتاً طويلاً، فإن ذلك سيقبل من حجم الهامش التسويقي الذي يضاف على اسعار تلك المنتجات ، أما إذا انعدمت أو انخفضت كفاءة طرق ووسائط النقل في منطقة ما فالأمر يصبح بالغ الأهمية خاصة بالنسبة للمنتجات الزراعية السريعة التلف ، فضلاً عن أنها تجعل مناطق الإنتاج الزراعي في عزلة عن مراكز التسويق الرئيسية لتلك المنتجات مما يجعل تلك المناطق تتحول من مناطق الإنتاج الواسع الى إنتاج ضعيف لغرض الاستهلاك المحلي وهذا ما ينعكس على البعد المكاني للعملية التسويقية ، ففي حالة قيام المنتجين بإنتاج كبير فأنهم يضطرون الى بيعه في مناطق سكناهم بأسعار زهيدة ، أو يقايضون عليها بسلع أخرى ، ويصبحون في كل الأحوال خاضعين لسيطرة الوسطاء الذين يذهبون الى تلك المناطق لشراء المنتجات والعودة بها الى المدينة لبيعها وجني الأرباح لحسابهم مما يسبب الأضرار بأحد أطراف العملية التسويقية.

تختلف المحاصيل الزراعية في قدرتها على تحمل اعباء النقل حسب المسافات المنقولة إليها ونوع المحصول ، فالحبوب تكون أكثر مقاومة ذلك لطبيعتها الجافة الصلبة نوعاً ما، مما يعول على نقلها بكميات كبيرة وبوسائط نقل ذات عربات مكشوفة وسعات مختلفة دون الاكتراث الى طول المسافة أو ترتيب المحصول اثناء الشحن، أما محاصيل الخضر والفاكهة فهي من المحاصيل التي تتأثر بشكل كبير اثناء عملية النقل، إذ تحتاج الى ظروف ملائمة في أثناء

(1) محمد خميس الزوكه، جغرافية النقل، دار المعرفة الجامعية، مطبعة الانتصار، الاسكندرية، ١٩٨٨، ص٤٩.

عملية الشحن بسبب احتوائها على كمية كبيرة من السوائل (الماء) والتي تصل الى (٩٠%) من حجمها<sup>(١)</sup>، ومن ثمّ فهي معرضة للتلف خلال تبخر نسبة من الماء اثناء ارتفاع درجات الحرارة مما يؤدي الى ذبول المحصول، كما تتعرض للضغط الناتج من تراكم كميات كبيرة من المحصول فوق بعضها في حال عدم استعمال العبوات المناسبة لنوع المحصول المنقول.

لكي نتعرف على تأثير عامل النقل على التسويق الزراعي في محافظة القادسية سيتم تناوله على النحو الآتي:

### ١. طرق النقل :

تقتصر شبكة طرق النقل في محافظة القادسية على شبكة طرق النقل البري المتمثلة بالسيارات وسكك الحديد. خريطة (٦)، بينما تخلو المحافظة من النقل الجوي والنقل المائي. وتضم ثلاثة أنواع من الطرق (رئيسية - ثانوية - ريفية) يشكل مجموع اطوالها (١٠٥٢,٧ كم) منها طرق رئيسية بطول (٢٨٩,٥ كم) وبنسبة بلغت (٢٩%) من مجموع اطوال الطرق المعبدة في المحافظة وطرق ثانوية بطول (٢٥٧,٦ كم) وبنسبة (٢٥%)، أما الطرق الريفية فقد بلغت اطوالها (٥٠٥,٦ كم) وبنسبة (٤٦%) وتمتد بالمناطق الريفية الزراعية<sup>(٢)</sup>.

تتمثل الطرق الرئيسية في المحافظة بستة طرق تربطها بالمحافظات المجاورة لها ، جدول (٨)، وتظهر أهمية الطرق الثانوية من خلال ربط مركز المحافظة بمراكز الأفضية والنواحي من جهة وربط الأفضية بالنواحي التابعة لها من جهة أخرى جدول (٩). وتعمل على سرعة وصول المنتجات الزراعية - النباتية الى مراكز التسويق والاسواق المحلية في المحافظة. أما الطرق الريفية فتوصف بأنها مبلطة تبليطاً قديماً ومسالكها ضيقة يتراوح عرض الطريق ما بين (٣-٦) أمتار وغالباً ما تنتهي هذه الطرق بالمستقرات الريفية ، وتعمل هذه الطرق على تسهيل عملية تسويق الإنتاج الزراعي وإيصال متطلبات الإنتاج الى المستقرات الزراعية<sup>(٣)</sup>.

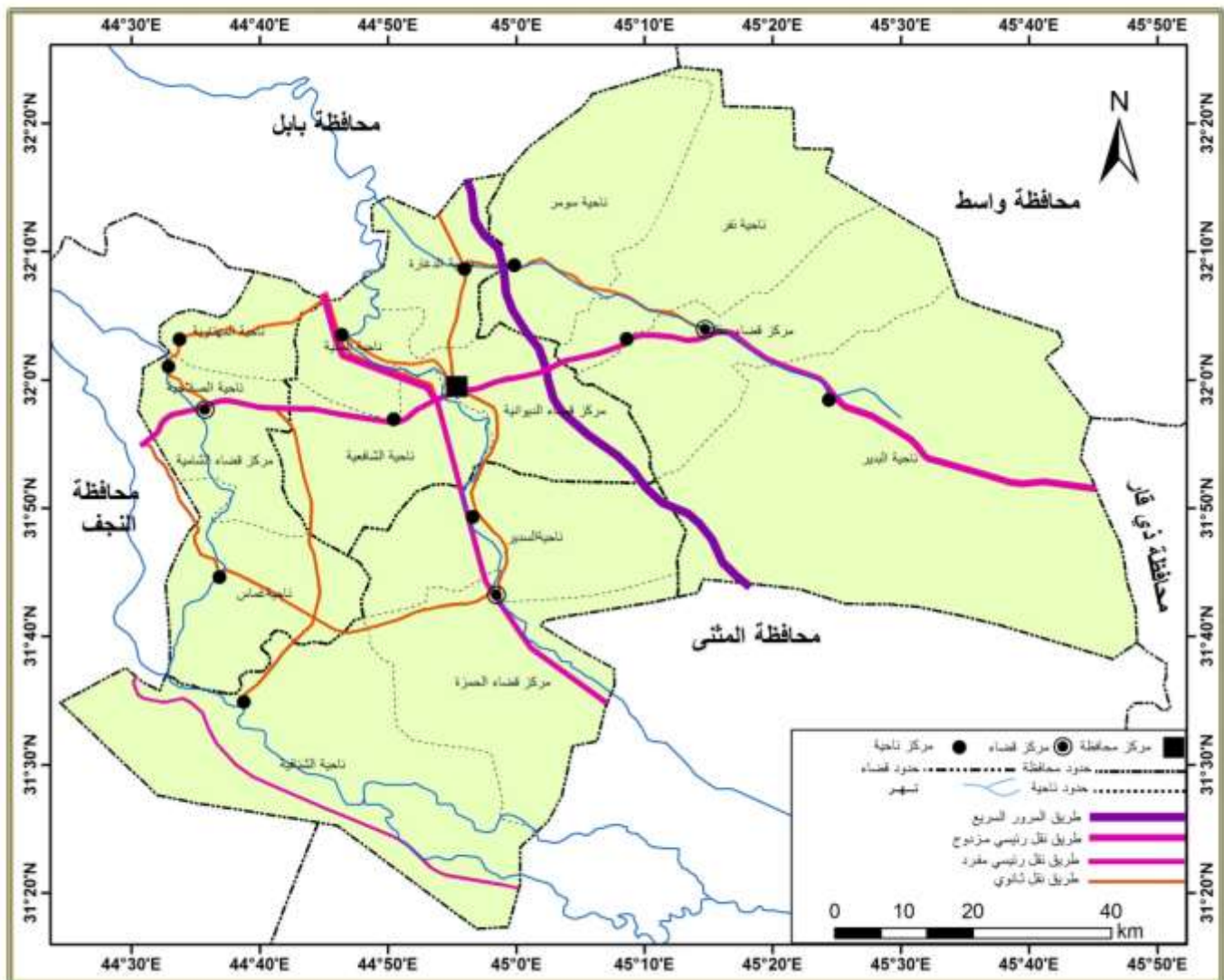
(١) احمد محمود الاسمر ، الفواكه والخضر ومحتواها المائي ، مؤسسة النصر للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٩٢، ص١٢٢.

(٢) مديرية الطرق والجسور في محافظة القادسية ، القسم الفني ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

(٣) محمد ازهر سعيد السماك وزميلاه ، جغرافية النقل بين المنهجية والتطبيق ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١١، ص١٢٢.

خريطة (٦)

طرق النقل في محافظة القادسية



المصدر: مديرية الطرق والجسور في محافظة القادسية ، القسم الفني ، بمقياس ١ : ٢٥٠.٠٠٠ ، ٢٠١٤ م.



جدول (٨)

أطوال الطرق الرئيسية في محافظة القادسية واتجاهاتها لعام ٢٠٢١

ت	اتجاه الطريق	الطول (كم)	%
١	ديوانية - حلة	٣٠	١٠
٢	ديوانية - سماوة	٥٢,٢	١٨
٣	ديوانية - نجف	٤٣	١٥
٤	ديوانية - عفك - البدير - الفجر	٨٩,٣	٣١
٥	شنافية - قادسية - مملحة	٥٨,٥	٢٠
٦	الطريق الصناعي	١٦,٥	٦
المجموع الكلي		٢٨٩,٥	%١٠٠

المصدر: مديرية الطرق والجسور في محافظة القادسية ، القسم الفني ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ .

جدول (٩)

أطوال الطرق الثانوية في محافظة القادسية واتجاهاتها لعام ٢٠٢١

ت	اتجاه الطريق	الطول (كم)	ت	اتجاه الطريق	الطول (كم)
١	ديوانية - دغارة - شوملي	٣٥,٦	٨	عفك - نفر	٧
٢	الحمزة - تقاطع ميران العطية	٢٤	٩	الشنافية - غماس	٢٨
٣	مفرق غماس - غماس	٢٢	١٠	سومر - عفك	٢٧
٤	الصلاحية - مهناوية	١٣	١١	السنية - مهناوية	٢٠
٥	الدغارة - سومر	٧	١٢	الشنافية - ميران العطية	٣١,٥
٦	مقتربات جمر السدير	٢,٥	١٣	الديوانية - السدير - الحمزة السياحي	٣٠
٧	طريق نفر الخاص	١٠	المجموع الكلي		٢٥٧,٦

المصدر: مديرية الطرق والجسور في محافظة القادسية ، القسم الفني ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ .

بلغ مجموع اطوال الطرق الريفية المعبدة (٥٠٥,٦ كم) جدول (١٠)، يلحظ أن هناك العديد من المناطق الريفية لم تصل اليها الطرق المعبدة ، مما يضطر الفلاحون ان يسلكوا بعض المسارات الترابية مثل المناطق المرتفعة على اكتاف الجداول والمبازل للنقل ، وهذا ينعكس سلباً على تسويق المحاصيل الزراعية إذ ترتفع تكاليف النقل في تلك المناطق ومن ثم تزداد كلفة الإنتاج الزراعي النباتي. أما سكك الحديد فيقتصر أثرها على الاستعمالات الحكومية ولاسيما المتعلقة بنقل محاصيل الحبوب (القمح ، الشعير، الشلب) الى المحافظات الأخرى ، ولم يكن لها دور في نشاط الفلاحين لعدم وجود المحطات اللازمة وقلة مرونة النقل فيها مقارنة بالنقل بواسطة السيارات.

أما تأثير طرق النقل في تسويق الإنتاج الزراعي - النباتي في محافظة القادسية فيظهر أن (٤٠%) من الأراضي الزراعية تكون قريبة من طرق النقل المعبدة ولمسافات تتراوح ما بين أقل من (٥٠٠ متراً) الى (٢٥٠٠ متراً)، جدول (١١) في حين بلغت نسبة الأراضي التي تكون بعيدة عن طرق النقل المعبدة (٦٠%). ومن الجدول (١١) يتضح أن أعلى نسبة بلغت للأراضي التي تتراوح المسافة بينها وبين الطرق المعبدة (٢٠٠٠-٢٥٠٠) متراً إذ بلغت (٣٦%)، الأمر الذي يدعو فلاحي المناطق البعيدة عن الطرق المعبدة بالاعتماد على الطرق غير المعبدة ، وهذا ما يؤثر في حركة السير ولاسيما في فصل الشتاء حيث التساقط المطري، مما يؤدي ومن ثم إلى ارتفاع تكاليف نقل وتسويق المحاصيل الزراعية.

جدول (١٠) اتجاهات وطول الطرق الريفية ضمن محافظة القادسية لعام ٢٠٢١

ت	اتجاه الطريق	الطول (كم)	ت	اتجاه الطريق	الطول (كم)
١	دغارة - زبيد - آبنوايل	٦	٢٣	الشامية - البشان هديب الايمن	١٨
٢	عفك - الفوار	٢	٢٤	الشامية - البشان هديب الايسر	١٨
٣	غماس - ام الشواريف	٤	٢٥	النورية - منطقة الدور	١٥
٤	خيرى - الشبانان - البوعبيس	١٧	٢٦	الدغارة - قرية الهلالات	٣
٥	الحمزة - مزرعة الدولة	١٣	٢٧	الجبور - البيضية	٤
٦	المهناوية - الطحينية	١٣	٢٨	البدير - قرية الحسينية	٦
٧	الشنافية - الغرب	٢٥	٢٩	البدير - الفراحنه	٣٥
٨	السنية - أبو الفضل	٢٠	٣٠	الاثار - قرية الخيط	٥
٩	غماس - النغيشية	٨	٣١	الحمزة - قرية حسين مشكور	١٠
١٠	المهناوية - الحرية	٣	٣٢	الشامية - الدخيل	١٢
١١	الشنافية - العسرة	٧,٥	٣٣	عامر الدجيلي - ام طباشير	١٨
١٢	غماس - النخيلة	١٢,٥	٣٤	نفر - قرية الطلائع	١٢
١٣	سومر - البركات	١٥	٣٥	الطابو - قرية المعامل	٢٧
١٤	سومر - الدرعيه	٧	٣٦	البدير - الضخ	٢٠
١٥	امتداد طريق مزرعة الدولة	١٨,٥	٣٧	القُدوري	١١
١٦	الدغارة - صدر الدغارة	١٧	٣٨	قرية عبد السادة	٥
١٧	النغيشية - الخمس	٦	٣٩	المهناوية - ابو كفوف	٨
١٨	بني مدين	٢	٤٠	اسكان - قرية حسان حبيب	١٠
١٩	السنية - البوناييل	١٨	٤١	الشامية - الوون	٧
٢٠	الصلاحية - غضبية	٣,٦	٤٢	الشامية - قرية الكردي	٧
٢١	العزب - البامية	٢٢,٥	٤٣	الحجارية	٦
٢٢	السنية - البوظاهر	٨		المجموع الكلي	٥٠٥,٦

المصدر: مديرية الطرق والجسور في محافظة القادسية ، القسم الفني ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

## جدول (١١)

الأبعاد بين الأراضي الزراعية وطرق النقل المعبدة (بالأمتار) لعينة الدراسة عام ٢٠٢١

المسافة / متر	العدد	%
أقل من ٥٠٠	١٠٦	٢٢
٥٠٠ - ١٠٠٠	١٠٨	٢٢
١٠٠٠ - ١٥٠٠	٩١	١٩
١٥٠٠ - ٢٠٠٠	٦	١
٢٠٠٠ - ٢٥٠٠	١٧٩	٣٦
المجموع	٤٩٠	%١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الثاني.

## ٢. وسائط النقل:

تعد خدمة النقل طلباً مشتقاً (Derived Demand) بوصف أن حركة الأفراد والسلع لا تقيم طلباً على مسيرة النقل نفسها التي تقدمها تلك الوسائل المعدة لأغراض نقل الأفراد والسلع<sup>(١)</sup>. تستعمل عدة أنواع من وسائط النقل لتسويق المنتجات الزراعية - النباتية في محافظة إذ تختلف حسب نوعية المنتجات الزراعية المسوقة وكمياتها ، وموقع مناطق الإنتاج من الأسواق الاستهلاكية ، فضلاً عن دور الإمكانات المادية للمنتجين والمستهلكين. حظيت سيارات الحمل بالمرتبة الأولى من حيث النسبة الاستعمالية بعد الساحبات الزراعية. إذ بلغت نسبتها الاستعمالية (٨٧,٤٣%) من مجموع المكنات المستعملة لمجموع عينة الدراسة وهي مختلفة الأنواع ، وتستعمل لنقل مدخلات ومخرجات العملية الزراعية، فضلاً عن استعمالها في المجالات غير الزراعية. إذ تباين توزيعها بين الوحدات الإدارية لمنطقة الدراسة ، فقد سجلت أعلى نسبة استعمال في قضاء الشامية (٣٢%)، يليه قضاءي (عفك والحمزة) بنسبة بلغت (٢٦% و ٢٢%) لكل منهما على الترتيب ، ومن ثم قضاء الديوانية بنسبة بلغت (١٩%)، جدول (١٢)، أما على مستوى النواحي، إذ تصدرت ناحيتا (نفر وغماس) بقية النواحي بنسب بلغت نحو (١١% و ١٥%) لكل منهما على الترتيب ، تليهما ناحية الشناقية بنسبة بلغت (٩%) ثم ناحية السدير بنسبة بلغت (٧,٧%) لكل منهما على الترتيب.

(١) محمد صالح تركي القرشي ، مقدمة في اقتصاديات النقل ، دار الكتب للطباعة والنشر ، الموصل ، ١٩٩٢، ص٤٢.

جدول (١٢) التوزيع الجغرافي لسيارات الحمل ونسبتها الاستعمالية وملكيته في محافظة القادسية

بحسب الوحدات الإدارية لعينة الدراسة عام ٢٠٢١

القضاء	الناحية	نسبة الاستعمال من		ملكية سيارات الحمل	
		اجمالي العينة		ملك خاص	مستأجرة
		العدد	%	العدد	%
الديوانية	م. ق. الديوانية	١٨	٣,٦	١١	٢,٨
	ن. السنبة	٢٣	٤,٧	١٧	٤,٤
	ن. الدغرة	٣٦	٧,٣	٢٥	٦,٥
	ن. الشافعية	١٩	٣,٤	١٦	٤,٣
	المجموع	٩٦	١٩	٦٩	١٨
عفك	م. ق. عفك	٢١	٤,٣	١٨	٤,٦
	ن. سومر	١٧	٣,٤	١٣	٣,٤
	ن. نفر	٥٤	١١	٤٧	١٢,٢
	ن. البدير	٣٦	٧,٣	٣١	٨,١
	المجموع	١٢٨	٢٦	١٠٩	٢٨,٣
الحمزة	م. ق. الحمزة	٢٦	٥,٣	١٨	٤,٦
	ن. السدير	٣٨	٧,٧	٣٢	٨,٣
	ن. الشافعية	٤٥	٩	٣٣	٨,٦
	المجموع	١٠٩	٢٢	٨٣	٢١,٥
الشامية	م. ق. الشامية	٤٦	٩,٣	٣٩	١٠
	ن. المهناوية	٢٢	٤,٥	١٧	٤,٤
	ن. الصلاحية	١٦	٣,٢	١٢	٣,٣
	ن. غماس	٧٣	١٥	٥٦	١٤,٥
	المجموع	١٥٧	٣٢	١٢٤	٣٢,٢
المجموع		٤٩٠	%١٠٠	٣٨٥	%١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.

تنقسم سيارات الحمل بحسب ملكيتها الى سيارات حمل مستأجرة وأخرى ملك خاص ، ولم يكن هناك اثر يذكر للسيارات التابعة للقطاع الحكومي أو للجمعيات الفلاحية في نقل وتسويق المنتجات الزراعية من الحقول الزراعية الى الأسواق الاستهلاكية.

استأثرت سيارات الحمل (الملك الخاص) بالمرتبة الأولى، إذ بلغت نسبتها الاستعمالية (٧٨,٦%)، وهي متباينة في توزيعها الجغرافي بين الوحدات الإدارية في منطقة الدراسة، إذ

بلغت أعلى نسبة لها في قضاء الشامية (٣٢,٢%)، يليه قضاء عفك وبنسبة (٢٨,٣%)، ثم قضاءي الحمزة والديوانية (٢١,٥% و ١٨%) لكل منهما على الترتيب، أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية غماس بقية النواحي بنسبة (١٤,٥%)، تليها ناحية نفر بنسبة بلغت (١٢,٢%)، ثم مركز قضاء الشامية بنسبة (١٠%)، جدول (١٢).

تبلغ نسبة السيارات المستأجرة المستعملة في منطقة الدراسة بنسبة (٢١,٤%)، وهي متباينة في توزيعها الجغرافي بين الوحدات الإدارية، إذ بلغت أعلى نسبة لها في قضاء الشامية (٣١,٤%)، يليه قضاء الديوانية بنسبة بلغت (٢٥,٧%)، ومن ثم قضاءي الحمزة وعفك بنسبة بلغت (٢٤,٧% و ١٨%) لكل منهما على الترتيب، أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية غماس بقية النواحي بنسبة (١٦,٢%)، تليها ناحية الشنافية بنسبة (١١,٤%)، ومن ثم ناحية الدغارة بنسبة بلغت (١٠,٦%). جدول (١٢).

يعتمد جزء كبير من نجاح العملية التسويقية على مدى كفاءة النقل في المنطقة فأعداد السيارات تعد أحد أطراف معادلة الكفاءة، والتي يكون طرفها الآخر حجم الإنتاج. أي أن علاقة الإنتاج بالنقل كعنصرين من عناصر المزيج التسويقي، وأنعكس تحديث سيارات الحمل ومواكبتها للتطور في السرعة والحجم والمواصفات الأخرى على العملية التسويقية في إمكانية سرعة توصيل السلع الزراعية، مما فرض تهيئة شبكة طرق سريعة تتناسب وقدرة السيارات لكي تسهم في استكمال شروط السرعة والأمان اثناء النقل داخل المحافظة وخارجها، إلا أن هذه الخطى كانت بطيئة جداً بحيث بقيت الطرق الرئيسية والشوارع الداخلية على سعتها السابقة نفسها مع أكساء بعض الطرق القديمة بمادة الاسفلت، مما أدى الى تأخير المشاريع التوسعية لغرض توسيع الشوارع لاستيعاب الزيادة في عدد السيارات في المحافظة.

#### رابعاً: رأس المال

يعد رأس المال واحد من أبرز العناصر المهمة في زيادة الإنتاج الزراعي، وربما يعادل عاملي الأرض والعمل، إذ يرتبط بالإنتاج الزراعي ارتباطاً وثيقاً، ويتميز أنه عامل إنتاجي متحرك، ويختلف رأس المال من مكان الى آخر ومن دولة الى أخرى لذلك يتوقف رأس المال المتاح للاستثمار في المجال الزراعي على الأحوال الاقتصادية السائدة<sup>(١)</sup>.

(١) كاظم عبادي حمادي الجاسم، جغرافية الزراعة، ط١، دار الصفاء للنشر، عمان، ٢٠١٥، ص ١٠٩-١١٠.

وهنا يأتي اثر رأس المال في العملية التسويقية الزراعية من خلال قيمة الأرض التي يشغلها الموقع التسويقي فضلاً عن ما يحتاجه من بنى تحتية ورفد هذه المراكز التسويقية بما تحتاجه من مخازن ووسائل مبردة للمحافظة على جودة السلعة الزراعية. كما يتيح رأس المال إمكانية أكبر للمزارع في التحكم ببعض مجريات تسويق المحاصيل الزراعية بما يحقق جانب أكبر من الربح المادي من خلال إمكانية تحسين المحصول المنتج ، والتسويق المباشر واكتفاء المراكز التسويقية وإمكانية تطوير السلعة المسوقة من حيث الشكل والنوعية<sup>(١)</sup>.

يستطيع اصحاب رؤوس الأموال الكبيرة التحكم في جودة نوعية المحصول من خلال انتقاء البذور المحسنة والأسمدة الجيدة دون الاعتماد على القروض المصرفية وانتظار معطيات الحكومة الساندة للعملية الزراعية من خلال ذلك يضمن تسويق منتوجاته الزراعية بشكل منافس كبير للمنتوجات المطروحة في الأسواق كإنتاج القمح من الدرجة الأولى أو اختيار نوعية الرز المحلي ضمن رغبة المستهلك ، كذلك الحال بالنسبة للخضر والفاكهة ذات الأحجام والنوعية الجيدة ، كما يمكن للمنتج التوسع افقياً وعمودياً في زراعة من خلال استغلال مساحة زراعية اوسع او استعمال اسلوب التكتيف الزراعي في العملية الزراعية لضمان كميات أكبر من الإنتاج. إنَّ من يمتلك رأس مال يستطيع معالجة منتوجاته الزراعية بما يخدم حصوله على اسعار تنافسية من خلال ادخال المنافع الشكلية والمادية على السلعة كالتعبئة والتغليف. فتعبأة الفاكهة بعلب ذات اوزان صغيرة وتغليفها بالبلاستيك الشفاف يعطيها رونقاً يجذب المستهلك فضلاً عن عدم تعرضها للتلف بسبب الضغط الذي يحدث اثناء عملية التخزين والنقل.

هناك منافع أخرى ستنحول فيها السلعة الى شكل آخر كأجراء تحويل صناعي يخدم استمرارية تسويق السلعة لمدة زمنية أكبر بتحويلها الى شكل آخر كتحويل الطماطة الى معجون أو غلي محاصيل الخضر تم تعليبها.

قام بعض مزارعي محافظة القادسية بالتحول من التسويق بالعبوات الكبيرة الى التعبئة والتسويق بعبوات صغيرة كما في تسويق محصول الخيار، كما تم الاستعاضة عن الاكياس المصنوعة من الخيوط بالأكياس البلاستيكية للنظافة ، فضلاً عن عمليات غسل وتقسير لبعض المحاصيل وتخليصها من الاتربة العالقة. العمليات المذكورة سلفاً جميعها تحتاج الى عمالة

(١) ميثم عبد الحسين حميد الوزان ، تسويق الانتاج الزراعي - المحلي في محافظة ميسان ، اطروحة دكتوراه (غ.م) كلية التربية ، جامعة البصرة ، ٢٠١٤ ، ص ٣٢.

بشرية والتي بدورها تحتاج الى رأس المال يكفي لأتمام العمليات التسويقية الأخرى وصولاً الى المستهلك النهائي. كما أن رفد العملية التسويقية برأس المال الذي يمنح المسوق او المنتج الزراعي يجب أن يدعم بالمعرفة العلمية والارشادية لأساليب التعبئة والتغليف والفرز والخزن للوصول الى مستوى متطور في العملية التسويقية مع ضمان عدم ضياع رأس المال الممنوح بل استغلاله بالشكل الأمثل.

#### خامساً: السياسة الحكومية تجاه العملية التسويقية :

تعني السياسة الحكومية مجموعة الوسائل والإجراءات المنظمة التي تقوم بها الدولة لأجل تحقيق هدف أو غاية يروم المجتمع تحقيقها لزيادة وتحسين الرفاهية العامة<sup>(١)</sup>، أما السياسة الزراعية التي هي جزء من السياسة العامة في البلد وتتمثل بالإجراءات التي تقوم بها الدولة والتي تتضمن مجموعة منتخبة من الوسائل الزراعية المناسبة والتي بموجبها يمكن توفير أكبر قدر ممكن من الرفاهية للعاملين في القطاع الزراعي من خلال زيادة إنتاجهم وتحسين نوعية وضمن استمراره<sup>(٢)</sup>، في حين تشكل سياسة الدولة التسويقية جزءاً مهماً من السياسة الزراعية لها ، حيث تؤدي سياسات توفير خدمات التسويق ، من نقل وتخزين وفرز وتعبئة وتمويل الصفقات التجارية وتنظيم عمل المؤسسات التسويقية وغيرها من وظائف التي لها اثر مهم في التنمية الزراعية وفي تحديد المنفعة الاقتصادية العائدة على كل من المنتجين والوسطاء والمستهلكين<sup>(٣)</sup>.

ف نجد أنّ سياسة الدولة نحو التسويق الزراعي تتمثل بمحاولتها نقل ظروف الاقتصاد الى وضع أفضل وقد يكون ذلك عن طريق نقل النظام الزراعي من معيشي الى اقتصادي تجاري ، ويبرز اثر الدول هنا في توجيه السياسة الزراعية العامة من خلال العديد من المجالات والتي تتمثل في مراقبة الإنتاج ، ومراقبة التسويق ، وتقديم القروض والمساعدات او الاصلاح الهيكلي للزراعة والتأمين على المحاصيل الزراعية<sup>(٤)</sup>. ويمكن تقسيم السياسة التسويقية حسب مفاصلها الى الآتي:

- (١) عبد الوهاب مطر الداهري ، اسس ومبادئ الاقتصاد الزراعي ، ط١، مطبعة العاني ، بغداد ، ١٩٦٩ ، ص٢٨٩.
- (٢) بديع جميل القدو ، ملامح في اقتصاديات الزراعة في الوطن العربي ، ط١، الدار العربية للطباعة ، بغداد ، ١٩٨٥ ، ص٥١.
- (٣) عيسى محمد الغزالي ، السياسات الزراعية ، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الاقطار العربية ، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت ، العدد (٢١) ، ٢٠٠٣ ، ص١٤.
- (٤) رقية خلف حميد الجبوري ، السياسة الزراعية وأثرها في الأمن الغذائي في بعض البلدان العربية ، اطروحة دكتوراه (غ.م)، جامعة الموصل ، كلية الادارة والاقتصاد ، ٢٠١١ ، ص١٥.

## ١. سياسة الدولة تجاه المنتج (المحاصيل):

انسجماً مع التغييرات الجديدة التي طرأت على الاقتصاد العراقي ومنتج الأسواق أمام التجارة العالمية وحماية المنتج المحلي من سياسة إغراق الأسواق بالمنتجات أو الزيادة غير المبررة في الواردات أو المنتجات المستوردة التي تدعمها الدولة المصدرة للعراق<sup>(١)</sup>. ويمكن للدولة تحديد كميات الإنتاج ومناطقه وهذا يساعد على الحد من الإنتاج لبعض المنتجات الزراعية وتنظيم زراعتها وتحديد حصة الأرض المزروعة بالمحاصيل الزراعية المطلوبة في إطار خطة زراعية معينة.

تبدأ سياسة الدولة الناجحة من تخطيط العملية الإنتاجية وذلك من خلال تحديد نوعية المحاصيل الواجب زراعتها وتخمين كمية الواردات الإنتاجية من خلال حساب المساحة المزروعة وتقدير غلة الدونم لكل محصول وتسمى (بالخطة الزراعية المقترحة) والتي من خلالها يتم توجيه الفلاحين لزراعة محاصيل معينة أكثر من غيرها تبعاً لحاجة الدولة وطبيعة الاستهلاك المحلي<sup>(٢)</sup>.

أما العامل السياسي وما تشهده بعض الدول من ظروف سياسية لها تأثير بالغ على الإنتاج الزراعي ، ففي الأوقات التي تنتشر فيها الحروب والثورات الداخلية يتأثر الإنتاج الزراعي تأثيراً كبيراً ، فكثيراً ما يهبط الإنتاج الزراعي في اوقات الحروب ، بسبب التغييرات التي تصيب مسببات وأسس الإنتاج الزراعي ، وكذلك نتيجة لتجنيد العاملين في القطاع الزراعي أو يزداد إنتاج بعض المواد ويقل إنتاج مواد أخرى ويتم التأكيد على توفير المواد الغذائية الأساسية والتخلي عن المواد التي تعد مكملة للغذاء الرئيس<sup>(٣)</sup>.

ويبرز هذا العامل في تأثيره على مراكز التسويق والعملية التسويقية في محافظة القادسية وعلى العراق بشكل عام ، وهذا ما حصل في السنوات الأخيرة عندما كانت سوريا الممول الرئيس للمنتجات الزراعية للأسواق العراقية ، فقد انقطعت العلاقة التسويقية بين البلدين بسبب الأحداث التي تشهدها المنطقة أولاً ، وثانياً وان كان هناك استيراد فهو نسبي بسبب نقل هذه المنتجات الى

(١) قانون حماية المنتجات العراقية ، تقرير على الرابط الآتي: [www.irag-Lg-Law.org/en/node/5/0](http://www.irag-Lg-Law.org/en/node/5/0)

(٢) منصور حمدي ابو علي ، الجغرافية الزراعية (في الجغرافية الاقتصادية)، مصدر سابق ، ص ١٩٧.

(٣) نوري خليل البرازي وابراهيم عبد الجبار المشهداني ، الجغرافية الزراعية ، ط ١، دار الكتب ، جامعة الموصل ، الموصل ، ١٩٨٠ ، ص ٧٣.



الأردن مما يسبب تكلفة اضافية على التاجر العراقي ، فضلاً عن التلف الذي تتعرض له المحاصيل الزراعية بسبب صعوبة وصولها في الوقت المناسب ، وهنا تأتي مهمة الدولة في التخطيط للإنتاج الزراعي لتلافي الأزمات التي تتعرض لها الدول بسبب اعتماد الدولة على الاستيراد ، وتأتي أهمية تخطيط الإنتاج الزراعي من منطلق موقع ودور الإنتاج الزراعي وأهميته في الاقتصاد الوطني<sup>(١)</sup>.

## ٢. سياسة الدولة تجاه التسعير:

من أجل التخفيف من أثر السمات التي يتميز بها النشاط الاقتصادي على تطوره وقيامه بدوره الاقتصادي فقد مارست معظم الدول سياسات تداخلية متباينة بشأن الأسعار الزراعية ، ولكن سياسة أهدافها ووسائلها من هذه الأهداف التي تسعى لتحقيقها ، وهي رعاية مصلحة المستهلكين ورعاية مصلحة المنتجين ورعاية مصلحة المستهلكين والمنتجين في آن واحد ، وتحقيق أهداف استراتيجية محددة<sup>(٢)</sup>.

تظهر أهمية السعر في كونه واحد من ثلاثة عوامل تؤثر بشكل مباشر على الربح وهذه العوامل هي (السعر - الكلفة - كمية المبيعات)، وذلك لأن الربح هو الفرق بين الإيرادات والتكاليف، أما السعر هنا يعني القيمة النقدية لوحدة السلعة او الخدمة وصل الى مدخلات الإنتاج وفي بعض الأسواق يتحدد السعر بشكل كامل بواسطة قوى العرض والطلب<sup>(٣)</sup>. وكما موضح بالشكل (١).

أما السياسة التسعيرية فهي مجموعة القواعد والاساليب والاجراءات والتدابير التي تعمل على تحديد السعر المناسب لمنتجات معينة والذي يكفل تحقيق الأهداف الموضوعية خلال فترة زمنية محددة<sup>(٤)</sup>، إذ تتأثر العملية التسويقية بمجموعة العوامل الداخلية والخارجية والبيئية المؤثرة في قرارات التسعير، فلوضع سياسة تسعيرية على المنظمة المسؤولة مراجعة العوامل الداخلية ضمن بيئة التسويق المؤثرة في قرارات التسويق والتي تشمل كل من العوامل الداخلية والعوامل الخارجية، فالداخلية منها تضم كل من الاهداف التسويقية التي تتضمن ضرورة البقاء في السوق ، وتعظيم

(١) جواد سعد العارف ، التخطيط والتنمية الزراعية ، ط١، دار الرابطة للطباعة والنشر، عمان ، ٢٠١٠، ص٦٣.

(٢) سالم توفيق النجفي ، بديع جميل القدو ، مصدر سابق ، ص٦٦-٦٧.

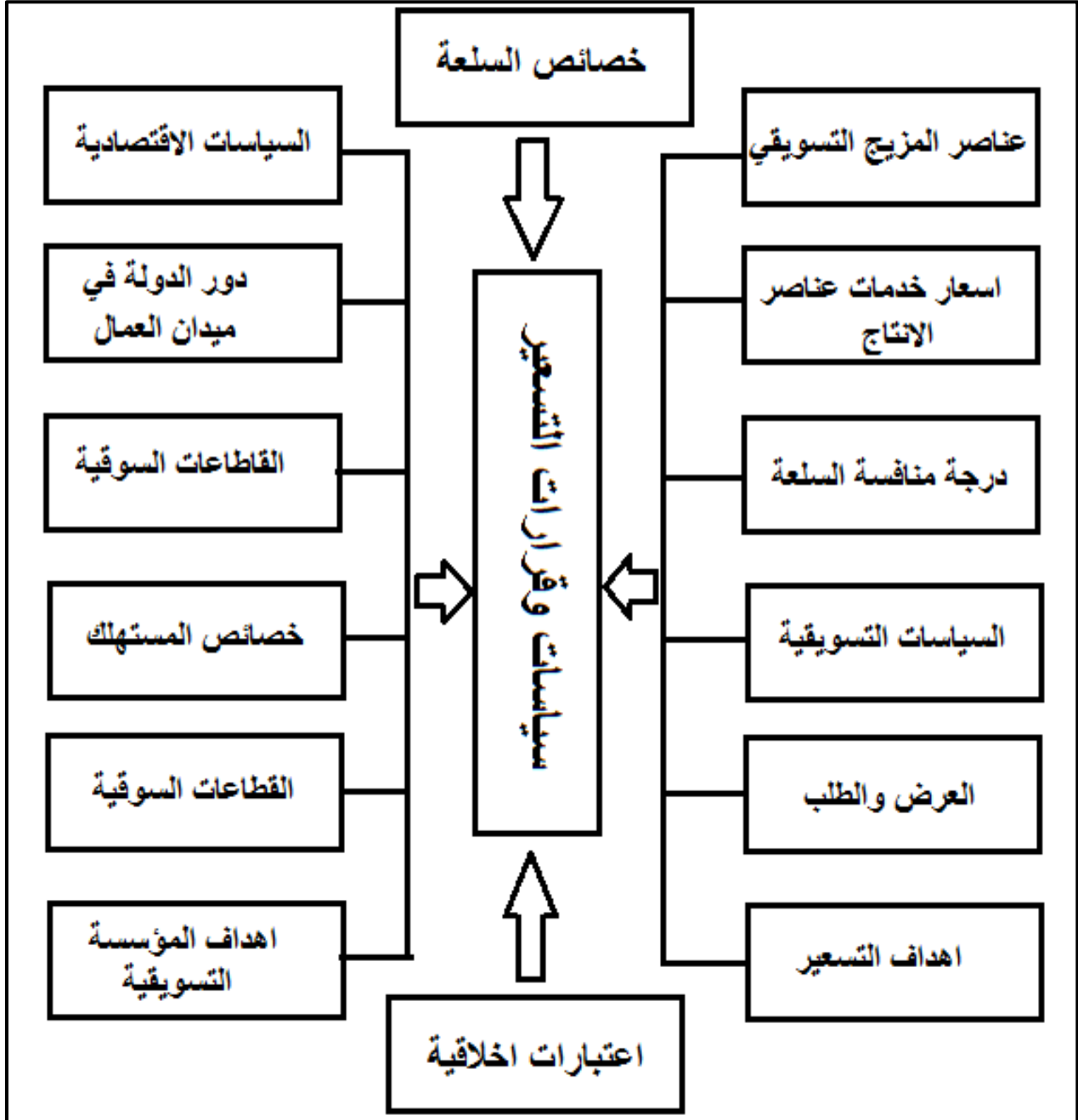
(٣) محمود جاسم الصميدي وبشير عباس العلق ، اساسيات التسويق الشامل والمتكامل ، دار المناهج ، الأردن، ٢٠١٢، ص٩٩-١٠٠.

(1) catlar. Ph. & ARM. Storong. G., (1993), Marketing an Introduction, Prentice- Hue. P.105.

الأرباح الحالية فضلاً عن قيادة جودة المنتج، كما تضم استراتيجيات (المزيج التسويقي) ، والتكاليف والاعتبارات التنظيمية المتعلقة باتخاذ القرار (من يقوم بتحديد سعر السلعة).

الشكل (١)

المحددات والعوامل المؤثرة على السلع



المصدر: الباحث بالاعتماد على : عبد السلام ابو قحف واخرون ، التسويق ، مكتبة الجامعي الحديث

للتنشر، مصر، ٢٠٠٦، ص ٣٠٣.

أما العوامل الخارجية فتضم طبيعة السوق والطلب والمنافسة والعوامل البيئية الأخرى المحيطة بالمنظومة التسويقية. ولإنجاح أي سياسة تسعيرية لابد من وضع استراتيجية لها، حيث تتمثل استراتيجية التسعير ب(قبول مبادئ التسعير في حالات التطبيق وعلى مدار المدة الزمنية التي تطبق خلالها)<sup>(١)</sup>.

تتبع السياسة السعرية الزراعية في العراق عامة ومن ضمنها منطقة الدراسة من خلال القيام بالعديد من المهام ، الا أن الدولة تقوم باختيار منتجات زراعية معينة (استراتيجية) كالحبوب (الحنطة ، الشعير، الشلب) وغيرها من السلع الغذائية الرئيسية فتقوم الدولة باحتكار شراء هذه السلع بأسعار محددة سلفاً على وفق لآليات تفاعل العرض والطلب في السوق يتحدد السعر السوقي للسلعة الذي يكون مساوياً لكلفة الحدية ، وقد تقوم الدولة بشراء جزء من الانتاج وعرضه في السوق بأسعار قد تغطي التكاليف التي تتحملها لقاء الشراء او أن تبيعه بأسعار أقل من التكلفة وتتحمل مقدار الفرق بين السعرين<sup>(٢)</sup>.

استمر سير العملية التسويقية في العراق على هذه الشاكلة لحين عام ١٩٩٧، ومع التبدلات السياسية وظروف الحصار الاقتصادي اختفت التسعيرة الرسمية نتيجة الضغط المادي الذي يعاني منه الانتاج مقابل الاستهلاك وضعف المستوى المعاشي لذوي الدخل المحدود ، بالمقابل استمر دعم الدولة للفلاح لضمان الاستمرار بالإنتاج مما أدى الى طغيان اثر القطاع الخاص وبشكل قوي وتحكمه بالسوق والاسعار اليومية لجميع السلع عدا المدعومة من قبل الدولة.

بعد عام ٢٠٠٣، ومع تغير النظام السياسي والارتفاع في المستوى المعيشي للفرد بدأ السوق يسير ضمن مجرى اقتصادي آخر وهو الاسلوب الانتقائي ، فالأسعار تحدد بواسطة التجار المسيطرين على اسواق الجملة وحسب جودة السلعة وعودة القروض غير الرسمية ودخول السلع المستوردة التي طغت على الأسواق مما حجم الانتاج المحلي وهي حالة استمرت لغاية ٢٠١٢، حيث يظهر التمايز السلعي والسعري حسب جودة المنتج وانحجاب اثر الدولة ومؤسساتها التسويقية ساعد على فرض وجود السلع المستوردة وطغيانها في الاسواق على حساب السلع الزراعية المنتجة محلياً.

(١) ثامر ياسر البكري ، استراتيجيات التسويق ، الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٨ ، ص ٢٥٤.

(٢) رقية خلف حميد الجبوري ، مصدر سابق ، ص ٩.

## ٣. سياسة الدولة تجاه إدارة الأسواق:

لا يخفى أثر السياسات الحكومية التنظيمي في وضع المعايير التخطيطية ، وشروط البناء وضوابط التنمية ، والتي تعمل جاهدة على تنظيم استعمالات الأرض لتفعيل دورها الحيوي حتى تصل بالمحافظة الى الواقع المفترض في دراستها التخطيطية لتتوافق مع انشطتها القائمة بها، وإن التخطيط لإقامة الأسواق يراعى فيه موقعه ويشير (روبونستن ١٩٨٧) بأهمية عمل مسح ميداني قبل إقامة السوق ليشمل نوعية المواصلات والطرق المؤدية إليه ومواقع المجمعات المنافسة والسمات السكانية والقوة الشرائية<sup>(١)</sup>.

نظمت الحكومة العراقية عمل المؤسسات التسويقية التابعة لها والتي من ضمنها مؤسسات تسويق الإنتاج النباتي بعدما أصدرت قانون بيع وإيجار أموال الدولة المرقم (٣٢) لسنة (١٩٨٦) إذ تضمنت المادة (٢ و ٣)، عملية تنظيم لهذه المؤسسات خاصة وإن المادة الثانية نصت على أن لا يجوز بيع وإيجار أموال الدولة ما لم يقرر الوزير المختص او الرئيس الأعلى للجهة غير المرتبطة بوزارة او من يخوله بيعها او ايجارها عند تحقق المصلحة العامة على ان تحدد في القرار أنواع وأوصاف وكميات الأموال المراد بيعها أو ايجارها<sup>(٢)</sup>. بينما نصت المادة الثالثة على أن يجري بيع أو ايجار أموال الدولة بطريقة المزايمة العلنية وفق الإجراءات المرسومة في هذا القانون<sup>(\*)</sup>.

وللحد من ظاهرة الاستغلال التي تواكب اجراءات ايجار المؤسسات التسويقية العائدة للدولة سنوياً، تم وضع ضوابط وقيود ايجارها بما يخدم المصلحة العامة وحقوق المستأجرين ويوازن بينها، وتم اجراء تعديل على هذا القانون في عام ٢٠١٦، اشتمل التعديل انشاء حقوق المساطحة على الأموال غير المنقولة لأغراض الأنشطة التجارية والتسويقية والصناعية بطريقة المزايمة العلنية بالإجراءات نفسها المنصوص عليها في هذا القانون<sup>(٣)</sup>.

(١) اشواق بنت حمزة محي الدين مليباوي ، الاسواق في مدينة مكة المكرمة : دراسة في النشأة والتطور والتوزيع، رسالة ماجستير (ع.م)، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة ام القرى ، ٢٠٠٩، ص ١٧٥.

(٢) جريدة الوقائع العراقية، قانون بيع وإيجار أموال الدولة رقم (٣٢) لسنة ١٩٨٦، العدد (٣٠٩٠) في ٢٤/٣/١٩٨٦.

(\*) للاطلاع على الإجراءات المرسومة في هذا القانون للمزيد ينظر: المصدر نفسه ، الباب الثاني ، اجراءات بيع وإيجار اموال الدولة غير المنقولة.

(٣) جريدة الوقائع العراقية، التعديل الأول لقانون بيع وإيجار أموال الدولة رقم (٢١) لسنة ٢٠١٣، العدد (٤٤١٥) في ٩/٥/٢٠١٦.

لم تقتصر التشريعات الحكومية على تنظيم المؤسسات التسويقية التابعة للحكومة بل شملت كذلك المؤسسات التسويقية العائدة ملكيتها للقطاع الخاص من خلال قرار رقم (١٥٤) لسنة (٢٠٠١) وقرار رقم (٢٩٦) لسنة (١٩٩٠) الصادرين من قبل مجلس قيادة الثورة (المنحل)<sup>(١)</sup>، إذ نصت الفقرة الأولى من القرار (تعد التصرفات الأتية تجاوزاً على العقارات العائدة للدولة والبلديات ضمن حدود التصاميم الأساسية للمدن من دون الحصول على موافقة أصولية)<sup>(٢)</sup>.

أ. البناء سواء كان موافقاً او مخالفاً للتصاميم الأساسية للمدن.

ب. استغلال المشيدات.

ت. استغلال الأراضي.

تدرجت مراحل تنظيم الأسواق في عموم العراق وبضمنها محافظة القادسية تزامناً مع التطورات الديموغرافية في أعداد السكان والضغط الحاصل مع زيادة الحاجة الى كميات أكبر من السلع الغذائية لتلبية حاجة السكان ، فضلاً عن تطور اعداد وسائل النقل والتوسع في احجام المدن واعداد المقاطعات السكنية ، لذا كان لابد من وجود جانب تنظيمي من قبل الجهات الحكومية خلال مؤسساتها المسؤولة عن تنظيم الأسواق من حيث المواقع والادارة بما يتناسب والتوزيع الجديد للسكان.

ففي محافظة القادسية تم نقل سوق الجملة المختص بتجميع وبيع الفواكه والخضر والمتمثل ب(علوة الفواكه والخضر) من داخل مركز قضاء الديوانية الى اطراف ذلك المركز تلافياً للضغط وضمان انسيابية الحركة ، كما تم استحداث عدد من الاسواق والتي توزعت في جميع الاحياء السكنية الجديدة ذات الزخم السكاني ، مما اعطى مرونة أكبر في حركة السكان وتبضعهم من اماكن قريبة لدور سكنهم من دون الحاجة للقيام برحلة تسوق بعيدة باتجاه المركز الحضري القديم سواء كان في قضاء الديوانية او الاقضية الأخرى التابعة للمحافظة.

مع ازدياد الحاجة الى وضع ركائز لتشجيع بعض المنتجين من المزارعين والفلاحين تجاه زيادة انتاج المحاصيل الزراعية ، في حين اقتصر اثر المؤسسة الحكومية التسويقية بمراعاة تسويق المحاصيل الاستراتيجية من الحبوب حصراً (الحنطة ، الشعير ، الشلب)، فضلاً عن التوجه

(١) خولة كريم كوثر ، التجاوزات على ضوابط وقوانين البناء واثرها على البنية الحضرية في مدينة بغداد ، مجلة العراقية الهندسية والمعمارية ، المجلد (٣١)، العدد (٣)، ٢٠١٥، ص٧٣-٧٤.

(٢) جريدة الوقائع العراقية ، قرار رقم (١٥٤) لسنة ٢٠٠١، العدد (٣٩٠٠) في ١٥/١٠/٢٠٠١.

الى الإدارة غير المباشرة للأسواق عن طريق تأجير مراكز البيع بالجملة وحوانيت المفرد التابعة لمديرية بلديات محافظة القادسية وبطريقة المزاد العلني ، فضلاً عن ممارسة أثر الرقابة البلدية على اعمال التنظيف وتنسيق العمل مع الجهات الأمنية لحماية الأسواق.

#### ٤ . سياسات تسويقية أخرى :

لم تتخذ المؤسسات الحكومية اجراءات وخدمات وتدابير في الكثير من مفاصل العملية التسويقية خصوصاً عملية النقل وتنظيم المحاصيل المسوقة من حيث الفرز والتعبئة واقتصرت على اجتهادات المزارعين والوسطاء في هذا الجانب ، فضلاً عن الاهتمام الذي تركز بعمليات تخزين الحبوب دون الالتفات الى إمكانية توفير مخازن مبردة لحفظ الفواكه والخضر حيث ظهر أن المخازن المبردة جميعها هي عبارة عن سيارات حمل كبيرة تتمتع بخاصية التبريد ، وهي ملك للقطاع الخاص رغم فرض المؤسسة الحكومية شروط تلزم التاجر نقل الفواكه والخضر من المنافذ الحدودية الى الأسواق المحلية بسيارات مبردة الا إنها لم توفر هذه الخاصية من قبل المؤسسة التسويقية الحكومية للمحاصيل الزراعية المنتجة محلياً.

يلاحظ أن المؤسسة التسويقية تسير بخطى بطيئة جداً فيما يخص السياسة الاستيرادية والتي تعد احدى اهم الجوانب ذات الانعكاس السلبي على واقع انتاج المحاصيل الزراعية في البلد ، فدخول السلع متنوعة المنشئ ومختلفة الجودة وبأسعار غطت السوق العراقية بأسعار تنافسية ولدت مخاوف لدى المنتج العراقي من زراعة محاصيل مماثلة قد تدخل جانب المنافسة ، ومن مبدأ الجودة والرغبة الا انها تفتقر الى عنصر المماثلة والتدرج والتعبئة والتغليف واسلوب العرض وهذا مما يعيق تصريف السلعة المحلية وبأسعار مربحة للمنتج مسببة خسائر اقتصادية كبيرة.

## الفصل الثالث

التحليل المكاني للتركيب النوعي للإنتاج الزراعي  
(النباتي) في محافظة القادسية للمدة

(٢٠٢١-٢٠١٨)

## استهلال:

اعتمدت الدراسة المحاصيل الزراعية الرئيسة ذات الأهمية الاقتصادية والغذائية الكبيرة والتي تجود زراعتها في محافظة القادسية، إذ شملت (محاصيل الحبوب ومحاصيل الخضر ومحاصيل البستنة ومحاصيل العلف)<sup>(\*)</sup> والتي بلغت معدل مساحتها المزروعة للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١) (٧٩٨٤٠٨ دونماً) وينسبة مقدارها (٤٤,٣%) من اجمالي المساحة الصالحة للزراعة وبالباغة (١٨٠٢١٩٢ دونماً)<sup>(١)</sup>. ولبيان طبيعة الإنتاج الزراعي (النباتي) فقد اعتمدت الدراسة في تصنيفها وترتيبها بحسب المساحات التي تستغلها في الاستعمال ، فضلاً عن أهميتها الاقتصادية بغية تحليل إنتاج تلك المحاصيل على وفق المدة التي شملتها الدراسة ، وعليه فقد تم الاعتماد على النسبة المئوية للمساحة والإنتاج التي يشغلها كل محصول من مجموع معدل المساحة المستثمرة بزراعة المحاصيل المختلفة في تمثيل الأهمية النسبية ، وتم تمثيل هذه البيانات على خرائط باستعمال تقنية الأطوال المتساوية للفئات<sup>(\*\*)</sup> وتتم باستخراج المدى بين أكبر قيمة وأصغر قيمة في التوزيع ومن ثم قسمته على عدد الفئات المطلوبة وإضافة النتيجة الى القيمة الدنيا للتوزيع وتكرار العملية حتى نحصل على العدد المطلوب من حدود الفئات ، ومن الجدير بالذكر أن الفئة الأولى أو الأخيرة تكون عادةً أطول من الفئات الأخرى بقيمة واحدة ، وان عدد مفردات الفئة تشمل المفردات التي تقع ضمنها بما فيها تلك التي تمثل حديها، وسيتم تناول هذه المحاصيل على النحو الآتي:

## أولاً: محاصيل الحبوب :

تأتي محاصيل الحبوب في مقدمة المحاصيل الزراعية الرئيسة في المحافظة لأهميتها الاقتصادية والغذائية الكبيرة، إذ تحتوي حبوبها على العديد من العناصر الغذائية في الكربوهيدرات والفيتامينات والنشويات ، فضلاً عن اعتمادها من قبل الإنسان كعنصر رئيس في غذائه منها (الحنطة - الشعير - الشلب - الذرة الصفراء) وتشكل هذه المحاصيل الأربعة معدل مساحة يقدر بـ(٦٩٤٩٨٣,٨ دونماً) للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١) وينسبة بلغت (٨٧%) من اجمالي

(\*) تم استثناء المحاصيل الصناعية لعدم وجود بيانات خاصة بها للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١).

(١) وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.  
(\*\*) تم حساب الأطوال المتساوية بحسب المعادلة الآتية: المدى = أعلى قيمة - أقل قيمة ، ومن ثم استخراج طول الفئة = المدى ÷ عدد الفئات ، للاستزادة ينظر: عبد الرزاق محمد البطيحي التحليل المكاني الإحصائي في العلوم الجغرافية (بحوث ودراسات)، جامعة بغداد، بغداد ، ٢٠١٥ ، ص٢٥٢.



مساحة المحاصيل الرئيسية بالمحافظة والبالغة (٧٩٨٤٠٨ دونماً)، جدول (١٣) وشكل (٢) وفيما يأتي التحليل المكاني لزراعة محاصيل الحبوب المشمولة بالبحث من حيث المساحة المزروعة والإنتاجية والإنتاج لكل محصول وعلى مستوى الوحدات الإدارية لمنطقة الدراسة البالغ عددها (١٥ وحدة إدارية) وكما يأتي:

جدول (١٣) معدل مساحة المحاصيل الرئيسية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

نوع المحاصيل	المحصول	معدل المساحة (دونم)	%
محاصيل الحبوب	الحنطة	٣٨٩٧٧٤,٨	٤٨,٨
	الشعير	١٩٢١٦٧	٢٤
	الشلب	١٠٢٤٨٨,٤	١٢,٨
	الذرة الصفراء	١٠٥٥٣,٦	١,٤
	المجموع	٦٩٤٩٨٣,٨	٨٧
محاصيل الخضر	الخضر الصيفية	٣٣٧١١	٤,٢
	الخضر الشتوية	١٠٣٦٥	١,٣
	المجموع	٤٤٠٧٦	٥,٥
محاصيل البستنة	اشجار النخيل	٣٦٨٤١	٤,٦
	اشجار الفاكهة		
	المجموع	٣٦٨٤١	٤,٦
محاصيل العلف	الذرة البيضاء	١١٣١٧	١,٤
	الجت	٧٣٦٠	٠,٩
	البرسيم	٤٨٣٠	٠,٦
	المجموع	٢٣٧٠٥	٢,٩
	المجموع الكلي	٧٩٨٤٠٨	%١٠٠

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١م.

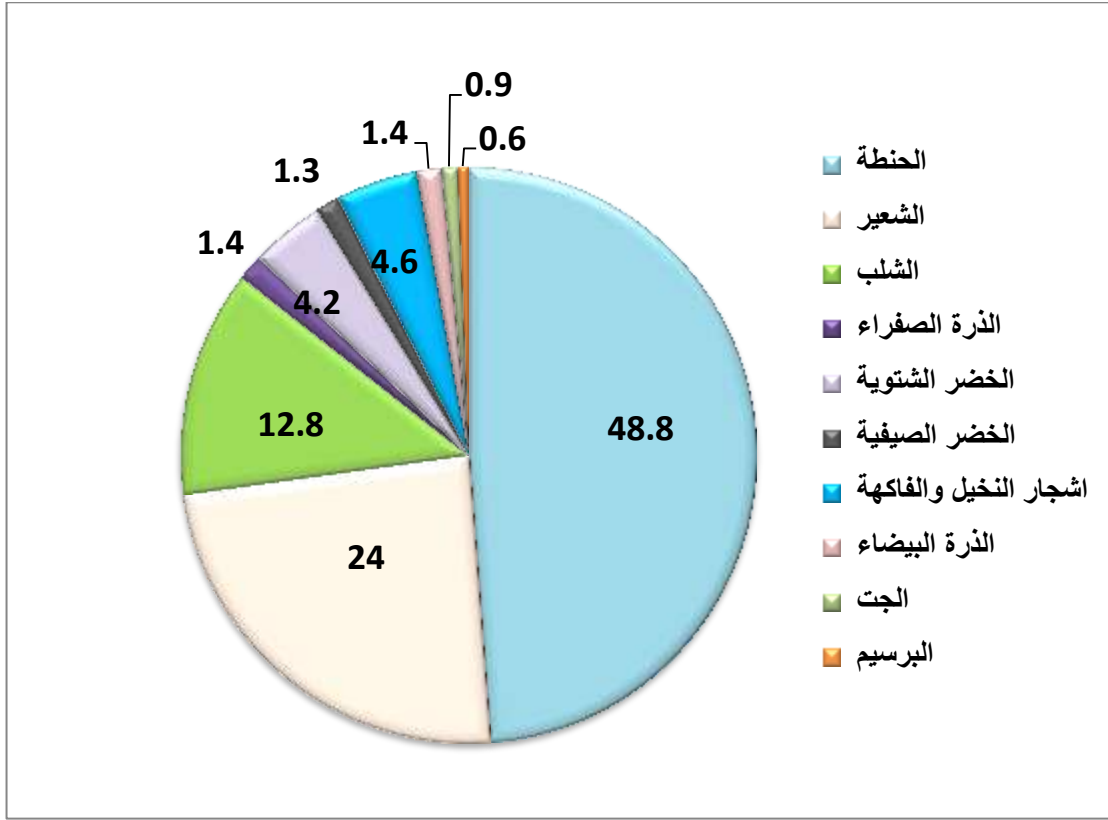
#### ١. محصول الحنطة :

يعد محصول الحنطة من المحاصيل الشتوية الاستراتيجية ، وفي الوقت نفسه من أهم المحاصيل الغذائية سواء من حيث المساحة المزروعة او الاستعمال لدخوله بوصفه غذاء رئيس ومصدر طاقة للجسم فضلاً عن سهولة حفظه ونقله وتصنيعه ليتم الحصول منه على منتجات سهلة الهضم متعددة الاستعمالات ، ويستعمل بوصفه وسيلة ضغط بين الدول لتحقيق مكاسب واهداف سياسية عالمية<sup>(١)</sup>.

(١) ولي يعقوب ويوسف نمر ، تقانات إنتاج محاصيل الحبوب والبقول (الجزء النظري)، مطبعة جامعة دمشق ، دمشق ، ٢٠١١، ص٢٩.

شكل (٢)

التوزيع النسبي لمساحة المحاصيل الرئيسية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٣)

يحتاج محصول الحنطة الى مدة نمو تتراوح بين (١٦٠-١٨٠) يوماً<sup>(١)</sup>. وتختلف درجات تحمله للظروف المناخية بحسب اطوار نموه ، إذ يحتاج الى شتاء متوسط البرودة يليه صيف دافئ ذو اشعاع شمسي عالٍ، وبشكل عام فإن درجات الحرارة المثلى التي يوجد فيها نمو المحصول (٢٠-٢٥م°)، أما درجة الحرارة الصغرى لنموه فتتراوح بين (٢-٥م°) ودرجات الحرارة العليا (٣٠م°)<sup>(٢)</sup>، ويتطلب المحصول كمية من المياه تقدر بنحو (٣٥٠-٤٠٠) ملم في موسم النمو وبواقع (٤-٦) ريات موزعة على أطوار النمو على اساس رية واحدة في كل من مدة الانبات وابتداء النفرعات الخضرية والابتداء بالاستطالة والتزهير وتكوين الحبوب<sup>(٣)</sup>.

(١) مخلف شلال مرعي ، ولؤي خضير أيشوع ، أثر الحرارة والرطوبة في إنتاج القمح والشعير في قضاء الحمدانية مجلة التربية والتعليم ، المجلد (١٣)، العدد (١) السنة ٢٠٠٩، ص ٣٩٢.

(٢) مازن نوري الموسوي ، الحنطة المحصول الاستراتيجي الأول في العالم ، مطبعة الرفاه ، بغداد ، ٢٠٠٩، ص ١٨٢.

(٣) وقفي الشماع وعبد الحميد احمد اليونس ، المحاصيل الحبوبية والبقولية (إنتاجها وأسس تحسينها)، مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد ، بد. ت. ، ص ٢١.

تبلغ نسبة المساحة المستثمرة بالحنطة في منطقة الدراسة نحو (٤٨,٨%) من مجموع مساحة المحاصيل الرئيسية في المحافظة ، وتؤلف نسبة مقدارها (٥٦%) من مجموع المساحة المخصصة لإنتاج الحبوب في محافظة القادسية. شكل (٢)

أما التوزيع الجغرافي لإنتاج محصول الحنطة فقد اتضح أن جميع الوحدات الإدارية (الأقضية والنواحي) ينتج بها المحصول الا أنه متباين في مؤشراتته من المساحة المستثمرة والإنتاج والإنتاجية ، ومن خلال الجدول (١٤) يمكن ملاحظة الآتي:

أ. من حيث المساحة المستثمرة:

بلغ معدل المساحة المستثمرة في منطقة الدراسة (٣٨٩٧٧٤,٨ دونماً) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية ، إذ سجلت أعلى نسبة في قضاء الشامية (٤٠,٥%)، يليه قضاء عفاك بنسبة (٣١,٦%)، ومن ثم قضائي الحمزة والديوانية بنسبة (١٧,٤%) و(١٠,٥%) لكل منهما على الترتيب. شكل (٣). أما على مستوى النواحي فقد تصدر مركز قضاء الشامية بقية النواحي بنسبة (١٢,٦%)، ومن ثم ناحية سومر بنسبة (١١,٩%)، تليها ناحية غماس بنسبة (١١,٥%)، ويعود هذا التباين في المساحة المزروعة الى التباين في نوعية التربة وكميات المياه المستهلكة في الري واعداد الفلاحين فيما بين اقصية المحافظة.

#### ب. من حيث الإنتاج :

بلغ معدل الإنتاج في المحافظة (٢٠٤٣٦٤,٣ طناً) وهو متباين بين الوحدات الإدارية للمحافظة ، وذلك حسب تباين المساحة المزروعة وتباين غلة الدونم من وحدة إدارية الى أخرى، الأمر الذي يستوجب تصنيف الوحدات الإدارية لمنطقة الدراسة الى فئات متعددة بحسب الإنتاج. جدول (١٤) وخريطة (٧). بغية التعرف على التوزيع الجغرافي لإنتاج محصول الحنطة وكما يأتي:

#### - الفئة الأولى (٣٢٩١-٨٩٣٨) طناً:

وتقع ضمن هذه الفئة (٥ نواحي) وهي (مركز قضاء الديوانية وناحية الدغارة وناحية السنية وناحية الشافعية وناحية السدير) وبمجموع إنتاج بلغ (٢٧٦٦٣ طناً)، ويشكل نسبة مقدارها (١٣,٥%) من مجموع الإنتاج الكلي وتمثل أقل إنتاج ضمن هذه الفئة في ناحية السنية والبالغ (٣٢٩١ طناً)، فيما بلغ أعلى إنتاج في ناحية السدير ب(٧٠٦٤ طناً).

جدول (١٤) التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الحنطة في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

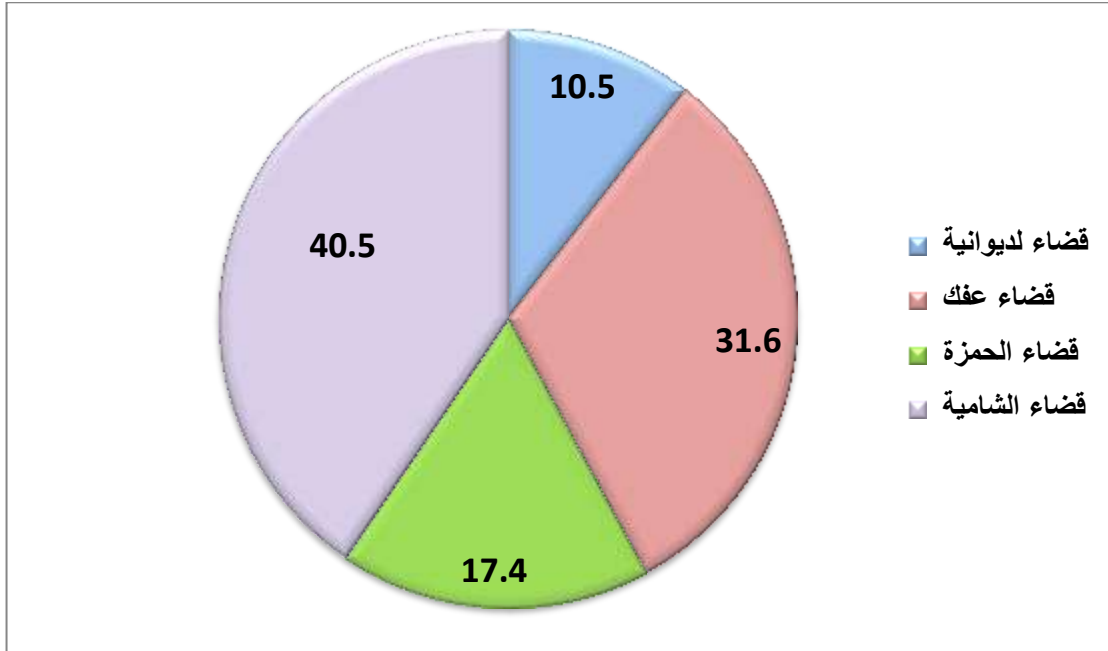
القضاء	الناحية	معدل المساحة المزروعة (دونم)	%	معدل الإنتاج (طن)	%	معدل الإنتاجية (كغم/دونم)
الديوانية	م. ق. الديوانية	١١٠٠٠	٢,٨	٦٠٧٨,٦	٢,٩	٥٥٢,٦
	ن. السنية	٦٥٠٠	١,٧	٣٢٩١	١,٦	٥٠٦,٨
	ن. الدغارة	١٠٥٨٣	٢,٧	٤٨٣٤,١	٢,٣	٤٥٦,٥
	ن. الشافعية	١٣٠٤٥	٣,٣	٦٣٩٤,٦	٣,٢	٤٩٠,٢
	المجموع/ معدل الإنتاجية	٤١١٢٨	١٠,٥	٢٠٥٩٨,٥	١٠	٥٠١,٥
عفك	م. ق. عفك	٢٢٠٠٠	٥,٧	١١٩٩٠	٥,٨	٥٤٥
	ن. سومر	٤٦٣٤٣	١١,٩	٢٠١٨٢,٣	٩,٨	٤٣٥,٥
	ن. نفر	٣٤٥٠٠	٨,٨	١٨٦٥٠,٧	٩,٣	٥٤٠,٦
	ن. البدير	٢٠٥٥٠	٥,٢	١١٧٣٠	٥,٧	٥٧٠,٨
	المجموع/ معدل الإنتاجية	١٢٣٣٩٣	٣١,٦	٦٢٥٥٣	٣٠,٦	٥٢٣
الحمزة	م. ق. الحمزة	٢١٠٠٠	٥,٣	١١٥٠٨	٥,٨	٥٤٨
	ن. السدير	١٦٦٠٣	٤,٣	٧٠٦٤,٥	٣,٤	٤٢٥,٥
	ن. الشنافية	٣٠٤٥٠	٧,٨	١٢٦٤٥,٨	٦,٢	٤١٥,٣
	المجموع/ معدل الإنتاجية	٦٨٠٥٣	١٧,٤	٣١٢١٨,٣	١٥,٤	٤٦٣
الشافعية	م. ق. الشامية	٤٩٠٠٠	١٢,٦	٣١٥٢٦	١٥,٤	٦٤٣,٤
	ن. المهناوية	٣٦٠٠٠	٩,٤	٢٠٢٣٩,٢	٩,٩	٥٦٢,٢
	ن. الصلاحية	٢٧٠٠٠	٧	١٥٧٨٦,٩	٧,٧	٥٨٤,٧
	ن. غماس	٤٥٢٠٠	١١,٥	٢٢٤٤١,٨	١١	٤٩٦,٥
	المجموع/ معدل الإنتاجية	١٥٧٢٠٠	٤٠,٥	٨٩٩٩٤,٥	٤٤	٥١٧,٧
المجموع الكلي/ معدل الإنتاجية الكلي		٣٨٩٧٧٤,٨	%١٠٠	٢٠٤٣٦٤,٣	%١٠٠	٥١٤,٨

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١م.

#### - الفئة الثانية (٨٩٣٩ - ١٤٥٨٥) طناً:

تضم هذه الفئة (مركز قضاء عفك والبدير ومركز قضاء الحمزة وناحية الشنافية)، إذ بلغ مجموع إنتاجها من محصول الحنطة (٤٧٨٧٣,٨ طناً) وبنسبة بلغت (٢٣,٤%) من مجموع الإنتاج الكلي في المحافظة ، وبلغ أقل إنتاج ضمن هذه الفئة (١١٥٠٨ طناً) تمثل في مركز قضاء الحمزة ، في حين بلغ أعلى إنتاج (١٢٦٤٥,٨ طناً) في ناحية الشنافية.

شكل (٣) التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الحنطة بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٤).

#### - الفئة الثالثة (١٤٥٨٦-٢٠٢٣٢) طناً:

بلغ عدد الوحدات الإدارية ضمن هذه الفئة (٣ نواحي) تضم كلاً من (ناحية نفر وسومر والصلاحية) إذ بلغ مجموع انتاجها (٥٤٦١٩,٩ طناً) ونسبة بلغت (٢٦,٧%) من مجموع الإنتاج الكلي في المحافظة. وبلغ أقل إنتاج ضمن هذه الفئة (١٥٧٨٦,٩ طناً)، في حين بلغ أعلى إنتاج (٢٠١٨٢,٣ طناً) وتمثل في ناحية سومر.

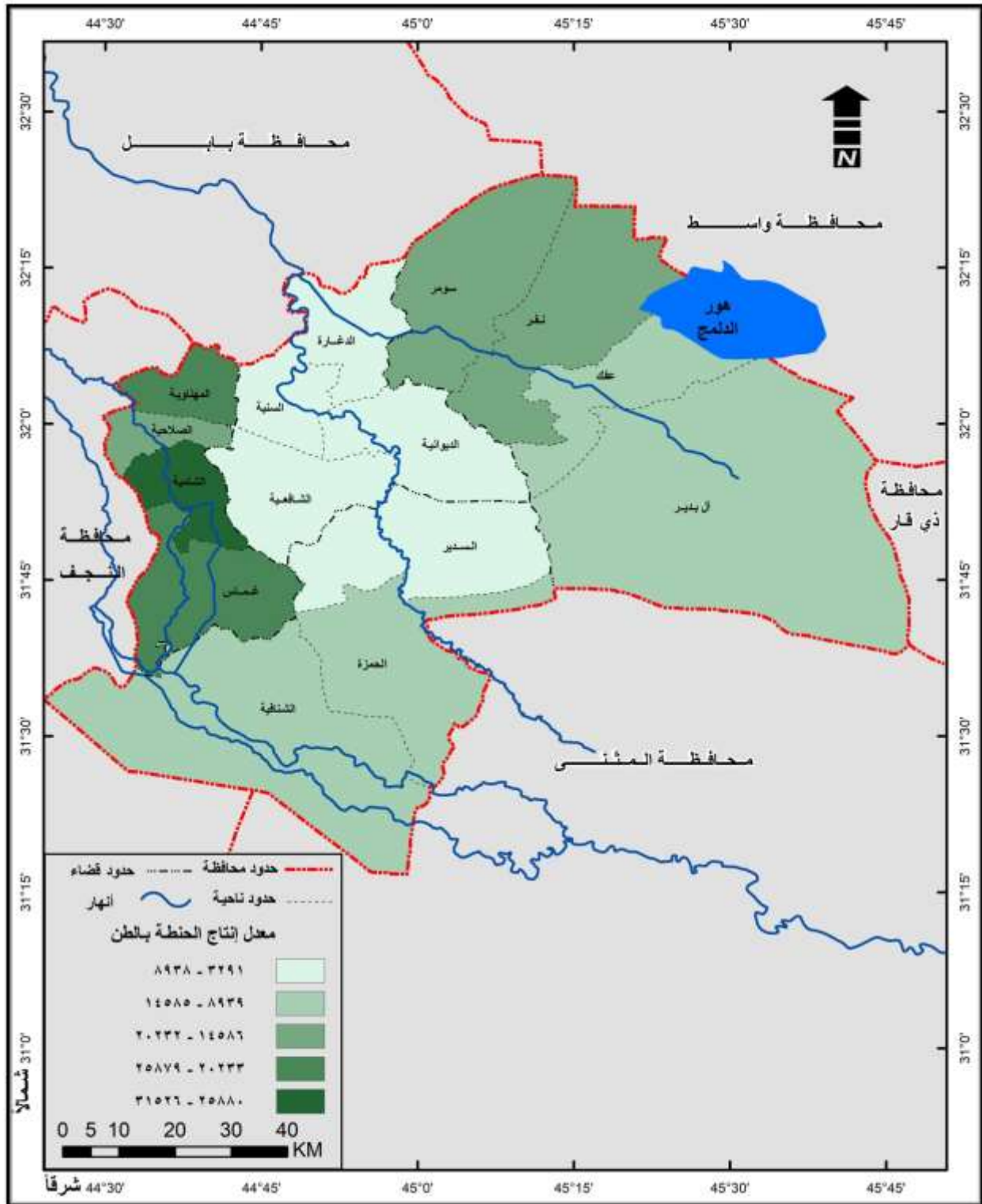
#### - الفئة الرابعة (٢٠٢٣٣-٢٥٨٧٩) طناً:

وتقع ضمن هذه الفئة ناحيتي (المهناوية وغماس) إذ بلغ انتاجهما (٢٠٢٣٩,٢ و٢٢٤٤١,٨) طناً لكل منهما على الترتيب وبمجموع بلغ (٤٢٦٨١) طناً ليمثل نسبة مقدارها (٢٠,٩%) من مجموع الإنتاج الكلي في المحافظة.

#### - الفئة الخامسة (٢٥٨٨٠-٣١٥٢٦) طناً:

تضم هذه الفئة مركز قضاء الشامية بإنتاج بلغ (٣١٥٢٦) طناً ليشكل نسبة مقدارها (١٥,٥%) من مجموع الانتاج الكلي لمحصول الحنطة في محافظة القادسية.

خريطة (٧) التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الحنطة في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٤).

## ت. من حيث الانتاجية :

بلغ المعدل العام لإنتاجية محصول الحنطة في المحافظة (٥١٤,٨ كغم/دونم) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية ، إذ تصدر قضائي الشامية وعفك بقية الاقضية بإنتاجية اعلى من المعدل العام إذ بلغت (٥٧١,٧ كغم/دونم) و(٥٢٣ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب ، في حين كانت الإنتاجية في قضائي الديوانية والحمزة أقل من المعدل العام فبلغت (٥٠١,٥ كغم/دونم) و(٤٦٣ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب.

أما على مستوى النواحي فقد سجلت اعلى إنتاجية في مركز قضاء الشامية وبالباغلة (٦٤٣,٤ كغم/دونم)، يليه ناحية الصلاحية ب(٥٨٤,٧ كغم/دونم)، ومن ثم تأتي ناحية البدير بإنتاجية بلغت (٥٧٠,٨ كغم/دونم)، ومن ثم يأتي مركز قضاء الديوانية وناحية المهناوية بإنتاجية بلغت (٥٥٢,٦ كغم/دونم) و(٥٦٢,٢ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب. أن هذا التراجع في الإنتاجية يمكن ارجاعه الى اسباب متعددة في مقدمتها جهل الفلاح بطرق الزراعة الحديثة ، وتراجع خصوبة التربة وقلة استعمال الاسمدة الا على نطاق محدود، وبالشكل العلمي والصحيح، وارتفاع اسعارها في السوق المحلية، مما يؤدي الى عزوف الفلاح عن شرائها والاعتماد فقط على ما يحصل عليه من وزارة الزراعة ضمن الحصص المقررة للفلاحين ، فضلاً عن عدم استعمال البذور المحسنة ذات الإنتاجية العالية والجودة المعروفة<sup>(١)</sup>.

## ٢. محصول الشعير :

يعد محصول الشعير من محاصيل الحبوب ذات القيمة الغذائية الكبيرة والذي تحتوي حبوبه على (١١-١٢%) مواد بروتينية و(٦٠%) مواد صحية مائة مثل النشأ والسكر، و(٤%) - (٥%) مواد معدنية ، و(٢-٣%) مواد دهنية، ويعد البروتين والنشأ أهم هذه المواد ، إذ يستعمل بوصفه غذاء للإنسان بعد طحنه وخلطه مع طحين الحنطة أو الذرة الصفراء بنسبة الثلث او الربع ، فضلاً عن استعماله بوصفه علفاً للحيوانات سواء كحبوب بعد النضج أم علفاً اخضر، ويستعمل في المجالات الطبية والصناعية على حدٍ سواء<sup>(٢)</sup>.

(١) الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع عدد من المزارعين في قضاء الديوانية بتاريخ ٢٣/٦/٢٠٢٢

(٢) وصفي زكريا ، زراعة المحاصيل الحقلية ، ج١، مؤسسة رسلان علاء الدين للطباعة ، دمشق ، ٢٠٠٢ ،

تتوافر العوامل الطبيعية لإنتاجه في المحافظة لاسيما فيما يتعلق بدرجات الحرارة الملائمة لإنباته والتي تتراوح بين (٢٠-٢٢) م<sup>٥</sup>، ودرجة حرارة الحد الأعلى لنموه والتي تتراوح ما بين (٢٨-٣٠) م<sup>(١)</sup>، إذ تبدأ زراعته من منتصف شهر تشرين الأول لغاية منتصف شهر تشرين الثاني أو نهايته ، وهذان الشهران يتميزان بدرجات حرارية ملائمة لمدة نمو حتى نهاية شهر مايس إذ ينضج المحصول ويبدأ الحصاد<sup>(٢)</sup>.

بلغت المساحة المزروعة بمحصول الشعير (١٩٢١٦٧ دونماً)، وهي تمثل نسبة مقدارها (٢٧,٦%) من مجموع المساحة المزروعة بمحاصيل الحبوب في محافظة القادسية ، وتمثل نسبة (٢٤%) من مجموع المساحة المستثمرة بالمحاصيل الرئيسة بالمحافظة. شكل (٢) أما التوزيع الجغرافي لإنتاجه فيها فنلاحظ أنه متباين في مؤشراته من المساحة المستثمرة والإنتاج والإنتاجية ، ومن خلال الجدول (١٥) يمكن ملاحظة الآتي:

#### أ. من حيث المساحة المستثمرة:

بلغ مجموع المساحة المستثمرة بمحصول الشعير (١٩٢١٦٧ دونماً) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية في المحافظة، إذ سجلت أعلى نسبة لها في قضاء عفك (٥٤,٨%)، يليه قضاء الحمزة بنسبة (٢٢,٦%)، إذ يشكل القضائيين نسبة (٧٧,٤%) من المساحة المزروعة بالمحصول ويعود السبب الى تحمله للظروف القاسية لاسيما قلة المياه وانخفاض خصوبة التربة، ومن ثم قضائي الديوانية والشامية بنسبة (١٦,٦%) و(٦%) لكل منهما على الترتيب. ويعود السبب في انخفاض المساحة في هذين القضائيين لمنافسة المحاصيل الزراعية الأخرى لمحصول الشعير. شكل (٤). أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية البدير بقية النواحي بنسبة (٢٠,٤%)، تليها ناحية سومر بنسبة (١٥,٢%)، ومن ثم مركز قضاء عفك ناحية الشنافية بنسبة (١٠%) و(٩,٩%)، لكل منهما على الترتيب .

#### ب. من حيث الإنتاج :

بلغ مجموع إنتاج محصول الشعير في المحافظة (٨٠٤٥٤,٣ طناً) وهو متباين بين الوحدات الإدارية فيها، إذ سجلت أعلى نسبة للإنتاج في قضاء عفك بنسبة (٥٢,٣%)، يليه قضاء

(١) محمد عبد السعيد ، أساسيات إنتاج المحاصيل الحقلية ، مطبعة العمال المركزية ، بغداد ، ١٩٨٦ ، ص١٤٦ .

(٢) انتظار ابراهيم حسين ، التحليل المكاني لاستعمالات الأرض الزراعية في محافظة القادسية ، اطروحة دكتوراه (غ).

م، كلية الآداب ، جامعة القادسية ، ٢٠٠٧ ، ص١٦٠ .



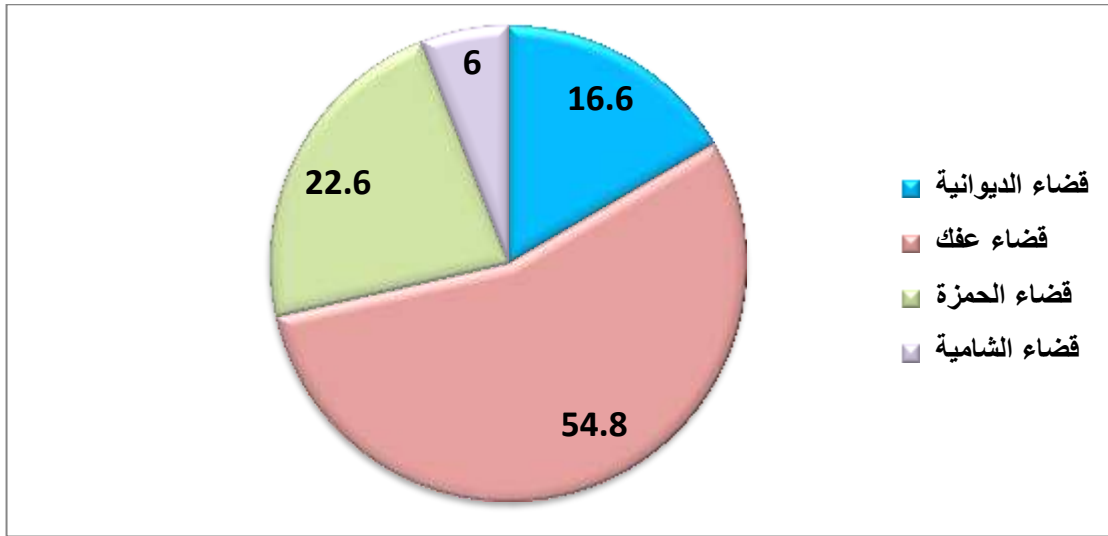
الديوانية بنسبة (٢١,٣%)، ويعود السبب في ارتفاع الانتاج في هذين القضائين الى سعة المساحة المزروعة وارتفاع انتاجية الدونم نسبياً. ثم قضاءي الحمزة والشامية بنسبة (٢٠,٣%) و(٦,١%) لكل منهما على الترتيب. أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية البدير بقية نواحي المحافظة بنسبة (٢٠,٤%)، تليها ناحية الدغارة بنسبة (١١,٧%) ثم مركز قضاء عفك بنسبة (١٠,٧%)، ويمكن تقسيم الوحدات الإدارية في منطقة الدراسة الى فئات بحسب كمية الإنتاج للوقوف على الصورة الحقيقية لتوزيعه الجغرافي. جدول (١٥) وخريطة (٨). وكما يأتي:

جدول (١٥) التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الشعير في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

القضاء	الناحية	معدل المساحة المزروعة (دونم)	%	معدل الإنتاج (طن)	%	معدل الإنتاجية (كغم/ دونم)
الديوانية	م. ق. الديوانية	١١١١٧	٥,٨	٥٣٩٥	٧,٦	٤٨٥,٣
	ن. السنية	٣٦٥٣	١,٩	١٠٠٦	١,٢	٢٧٥,٤
	ن. الدغارة	١٤٩٣٠	٧,٧	٩٤٤٦,٢	١١,٧	٣٦٢,٧
	ن. الشافعية	٢٤٣٢	١,٢	٦٤٧,٤	٠,٨	٢٦٦,٢
	المجموع/ معدل الانتاجية	٣٢١٣٢	١٦,٦	١٦٤٩٤,٦	٢١,٣	٣٤٧,٤
عفك	م. ق. عفك	١٩٣٦٦	١٠	٨٦٢٧,٥	١٠,٧	٤٤٥,٥
	ن. سومر	٢٩٣٦٢	١٥,٢	١١٣١٣,٧	١٤	٣٨٥,٣
	ن. نفر	١٧٧٣٨	٩,٢	٥٨١٣,٩	٧,٢	٣٢٧,٦
	ن. البدير	٣٩٢٦٥	٢٠,٤	١٦٤٢٥	٢٠,٤	٤١٨,٤
	المجموع/ معدل الانتاجية	١٠٥٧٣١	٥٤,٨	٤٢١٨٠,١	٥٢,٣	٣٧١,٧
الحمزة	م. ق. الحمزة	٩٩٣٧	٥,١	٤٥٠٥,٤	٥,٥	٤٥٣,٤
	ن. السدير	١٣٧٣٨	٧,٦	٥٣٢٧,٦	٦,٦	٣٨٧,٨
	ن. الشافعية	١٩٠١٣	٩,٩	٦٩١٣,١	٨,٢	٣٦٣,٦
	المجموع/ معدل الانتاجية	٤٢٦٨٨	٢٢,٦	١٦٧٤٦,١	٢٠,٣	٤٠١,٦
الشمالية	م. ق. الشامية	-	-	-	-	-
	ن. المهناوية	١١٢٤	٠,٦	٤٣١,٧	٠,٥	٣٨٤,٣
	ن. الصلاحية	٥٧٥	٠,٣	٢٨٥	٠,٣	٤٩٦,٧
	ن. غماس	٩٩١٧	٥,١	٤٣١٦,٨	٥,٣	٤٣٥,٣
	المجموع/ معدل الانتاجية	١١٦١٦	٦	٥٠٣٣,٥	٦,١	٤٣٨,٧
المجموع الكلي/ معدل الانتاجية الكلي		١٩٢١٦٧	%١٠٠	٨٠٤٥٤,٣	%١٠٠	٣٨٩,٨

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١م.

شكل (٤) التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الشعير بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٤).

#### - الفئة الأولى (٢٨٥-٣٥١٣) طناً:

تضم هذه الفئة (٤ وحدات ادارية) وهي (ناحية السنية وناحية الشافعية وناحية الصلاحية وناحية المهناوية)، بلغ مجموع إنتاجها (٢٣٧٠,١ طناً)، أي ما نسبته (٢,٩%) من مجموع الإنتاج الكلي في المحافظة وتراوحت كمية الانتاج في هذه الفئة بين (٢٨٥ طناً) في ناحية الصلاحية وبين (١٠٠٦ طناً) في ناحية السنية.

#### - الفئة الثانية (٣٥١٤ - ٦٧٤١) طناً:

تضم هذه الفئة كلاً من (مركز قضاء الديوانية والبدير وناحية نفر ومركز قضاء الحمزة وناحية السدير وناحية غماس)، بمجموع إنتاج بلغ (٢٥٣٥٨,٧ طناً) ليشكل نسبة (٣١,٥%) من الإنتاج الكلي في المحافظة.

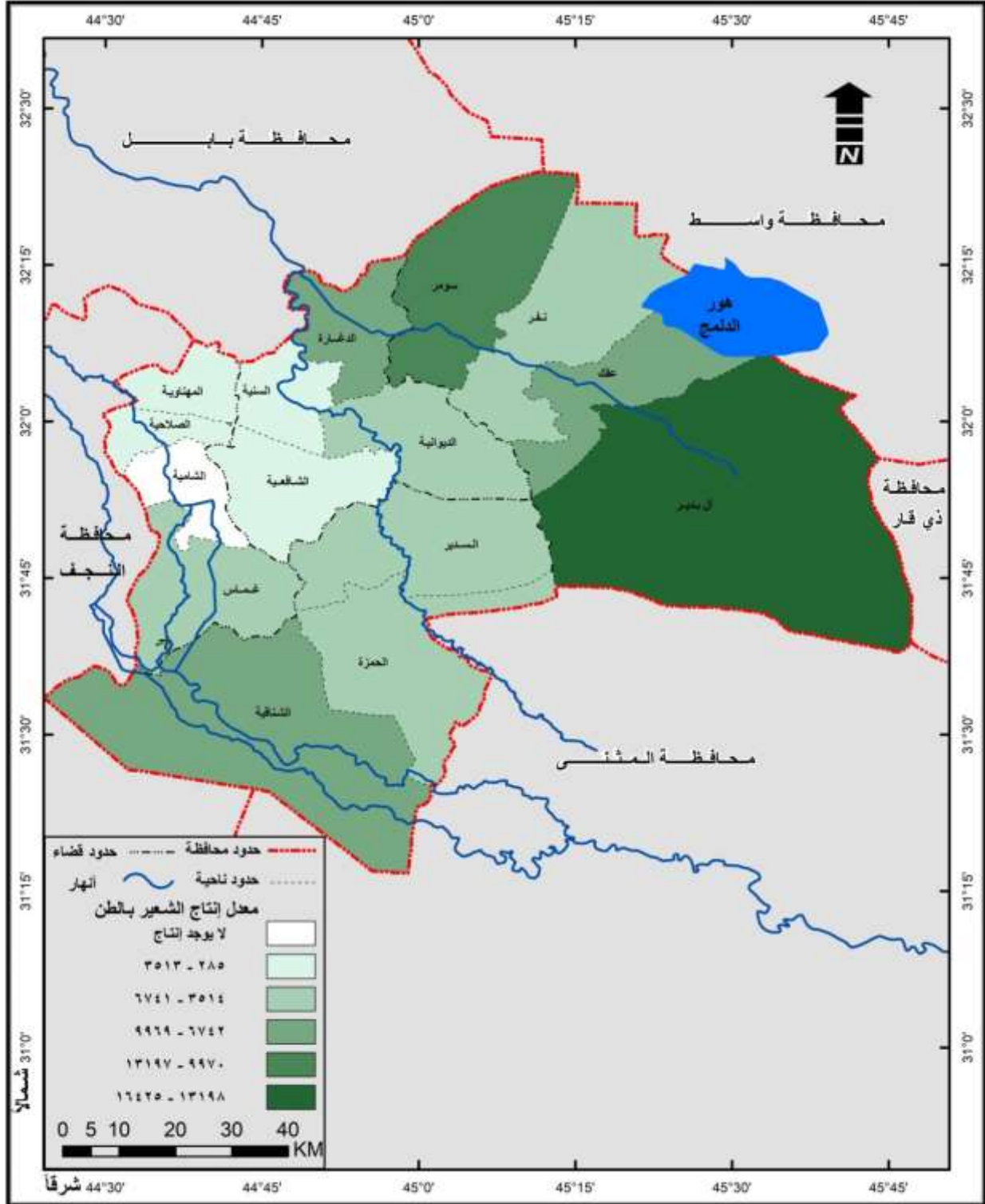
#### - الفئة الثالثة (٦٧٤٢-٩٩٦٩) طناً:

تقع ضمن حدود هذه الفئة (ثلاث وحدات ادارية) هي (مركز قضاء عفك وناحية الشافعية وناحية الدغارة) وبلغ مجموع انتاجها (٢٤٩٨٦,٨ طناً) وهو يشكل نسبة (٣١%) من مجموع الإنتاج الكلي في منطقة الدراسة.

#### - الفئة الرابعة (٩٩٧٠-١٣١٩٧) طناً:

تندرج تحت هذه الفئة ناحية سومر التي بلغ انتاجها (١١٣١٣,٧ طناً) ويشكل نسبة (١٤%) من مجموع إنتاج محصول الشعير في محافظة القادسية.

خريطة (٨) التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الشعير في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٥).

## - الفئة الخامسة (١٣١٩٨-١٦٤٢٥) طنناً:

تقع ضمن هذه الفئة وحدة ادارية واحدة وهي ناحية البدير بإنتاج بلغ (١٦٤٢٥ طنناً) ليشكل نسبة (٢٠,٤%) من مجموع انتاج المحصول في المحافظة.

## ت. من حيث الانتاجية :

بلغ المعدل العام لإنتاجية محصول الشعير في محافظة القادسية (٣٨٩,٨ كغم/دونم) وهي متباينة أيضاً بين الوحدات الإدارية ، إذ سجلت انتاجية أعلى من المعدل العام في كل من قضائي الحمزة والشامية إذ بلغت (٤٠١,٦ كغم/دونم) و(٤٣٨,٧ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب ، بينما بلغت معدل الإنتاجية في قضاءي الديوانية وعفك (٣٤٧,٤ كغم/دونم) و(٣٧١,٧ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب وهي أقل من المعدل العام.

أما على مستوى النواحي فقد سجلت اعلى إنتاجية في ناحية الصلاحية بمعدل (٤٩٦,٧ كغم/دونم)، يليها مركز قضاء الديوانية بمعدل انتاجية بلغ (٤٨٥,٣ كغم/دونم)، ومن ثم مركز قضاء الحمزة ومركز قضاء عفك بمعدل انتاجية بلغت (٤٥٣,٤ كغم/دونم) و(٤٤٥,٥ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب.

## ٣. محصول الشلب :

يعد محصول الشلب من أهم المحاصيل الحبوبية الصيفية ، ويأتي بالمرتبة الثانية بعد محصول الحنطة في أهميته الغذائية، وهو مصدر مهم للسعرات الحرارية والكاربوهدرات والبروتين والزيت ، فضلاً عن استعمال مخلفاته بعد الحصاد علفاً للحيوانات وفي صناعة الورق. أما من حيث الظروف الملائمة لزراعته فيحتاج الى درجات حرارة مرتفعة في مراحل نموه المختلفة، إذ تقدر درجة الحرارة المثلى (٣٠-٣٢) م° لزراعته في العراق ، وتتراوح درجة حرارته الدنيا (١٤-١٥) م°، أما درجة حرارته العليا فتتراوح بين (٣٦ - ٣٨) م°، ويتطلب المحصول توفير مصدر متجدد من المياه فوق سطح التربة بارتفاع (٥-١٠) سم لمدة لا تقل عن (٧٥ يوماً)<sup>(١)</sup>، وأن إنتاج كيلوغرام واحد منه يتطلب كمية من المياه تقدر بنحو (٢٠٠-٢٥٠) لتر<sup>(٢)</sup>.

(١) وثاب شاكر محمود ، إنتاج الرز في العراق ، مجلة الزراعة العراقية، العدد (٢)، بغداد، ٢٠٠٥، ص٢٦.

(٢) حمادي عباس حمادي ، العوامل الجغرافية المؤثرة في إنتاج الرز في محافظة القادسية ، مجلة القادسية

للعلوم التربوية، المجلد (٢) ، العدد (٢) ، ٢٠٠٢، ص٢٥٠.

تتوفر متطلبات زراعة المحصول في المحافظة متمثلة بالظروف الطبيعية كدرجات الحرارة وكمية المياه اللازمة ، فضلاً عن التربة ذات النسجة الناعمة ، فالشلب في المحاصيل الصيفية تبدأ زراعته في أواخر شهر نيسان وأوائل شهر حزيران ، ويعد قضاء الشامية من أفضل وأنسب مناطق زراعته لتوافر جميع المقومات اللازمة لزراعته.

تبلغ نسبة المساحة المستثمرة بمحصول الشلب في منطقة الدراسة (١٢,٨%) من مجموع مساحة المحاصيل الرئيسية في المحافظة، ويمثل نسبة (١٤,٧%) من مجموع المساحة المستثمرة بالحبوب. أما التوزيع الجغرافي لإنتاجه في منطقة الدراسة فيلحظ تركيز انتاجه وبشكل كبير في الاجزاء الغربية من المحافظة، ويتضح من الجدول (١٦) الآتي:

#### أ. من حيث المساحة المستثمرة:

بلغ مجموع المساحة المستثمرة بمحصول الشلب (١٠٢٤٨٨,٤ دونماً) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية ، إذ تصدر قضاء الشامية بقية الأضية بنسبة (٩٥,٢%) من مجموع معدل المساحة إذ تتوفر الموارد المائية السطحية الكافية لزراعة المحصول ، فضلاً عن وجود تربة الأهوار والمستنقعات المظمورة ذات النسجة الناعمة والتي تفضل لزراعة الشلب بالإضافة الى طبيعة السطح الذي يساعد على استعمال اسلوب الري السحي مما يقلل من الكلفة والجهد الذي يبذل في زراعة المحصول، ويليه أضية الحمزة والديوانية وعفك بنسب (٠,٧% و ٢,١% و ٢%) لكل منها على الترتيب ويعود سبب تدني مساحة المحصول فيها الى التوجيه الحكومي المبني على اساس كفاية الحصاة المائية وتوفرها من سنة الى اخرى والذي ادى بدوره الى عدم زراعة المحصول في تلك الاضية منذ عام ٢٠٠٦، شكل (٥) أما على مستوى النواحي فقد تصدرت نواحي قضاء الشامية بنسبة (٢٩,٧%)، و(٢٥,٥% و ٢٠,٦% و ١٩,٤%) لكل من مركز قضاء الشامية وغماس وناحية المهناوية وناحية الصلاحية على الترتيب .

#### ب. من حيث الإنتاج :

بلغ مجموع معدل إنتاج محصول الشلب في المحافظة نحو (٨٥٥١٩ طناً) تصدر قضاء الشامية بقية الاضية بنسبة (٩٥,٤%)، تليه اضية الديوانية وعفك والحمزة بنسب (٢,٢% و ١,٩% و ٠,٥%) لكل منها على الترتيب.

أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ايضاً نواحي قضاء الشامية بقية النواحي بنسبة (٣٣,١%)، و(٢٥% و ٢٠,١% و ١٧,٢%) لكل من مركز قضاء الشامية وناحية غماس وناحية

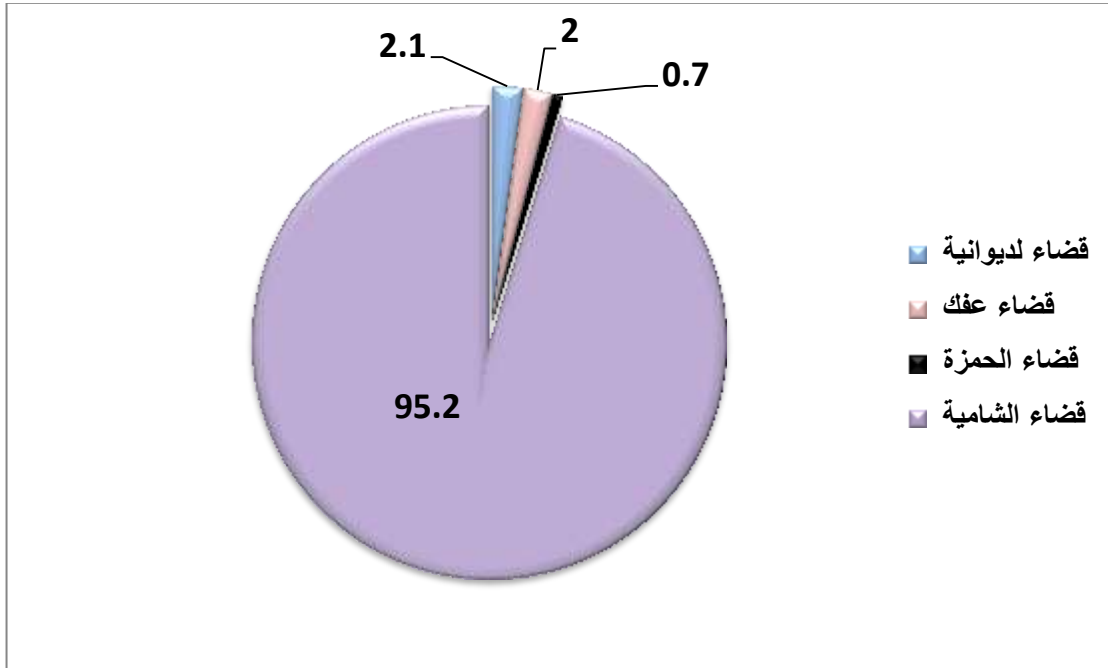
المهناوية والصلاحية لكل منها على الترتيب. تبعاً لتباين المساحة المزروعة وغلّة الدونم من محصول الشلب فظهر انتاج المحصول هو الآخر متباين بين الوحدات الإدارية في المحافظة ويمكن تقسيم الوحدات الإدارية في منطقة الدراسة الى فئات بحسب كمية الإنتاج على النحو الآتي: جدول (١٦) وخريطة (٩).

جدول (١٦) التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الشلب في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

القضاء	الناحية	معدل المساحة المزروعة (دونم)	%	معدل الإنتاج (طن)	%	معدل الإنتاجية (كغم/دونم)
الديوانية	م. ق. الديوانية	-	-	-	-	-
	ن. السنية	٢٨٥,٨	٠,٢	٢٤٤,٨	٠,٣	٨٥٦,٥
	ن. الدغارة	١١٠٥,٢	١	٨٨٢	١	٧٩٨
	ن. الشافعية	٩٨٧,٣	٠,٩	٨٢٠	٠,٩	٩٣٠,٥
	المجموع/ معدل الانتاجية	٢٣٧٨,٣	٢,١	١٩٤٦,٨	٢,٢	٨٢٨,٣
عفك	م. ق. عفك	-	-	-	-	-
	ن. سومر	١٨٨٧,٤	١,٨	١٤٤٩,٨	١,٧	٧٦٨
	ن. نفر	-	-	-	-	-
	ن. البدير	٢٥٢,٦	٠,٢	١٩٨	٠,٢	٧٨٥
	المجموع/ معدل الانتاجية	٢١٤٠	٢	١٦٤٧,٨	١,٩	٧٧٦,٥
الحمزة	م. ق. الحمزة	-	-	-	-	-
	ن. السدير	-	-	-	-	-
	ن. الشافعية	٦٢٨,٧	٠,٧	٤٠١	٠,٥	٦٣٨
	المجموع/ معدل الانتاجية	٦٢٨,٧	٠,٧	٤٠١	٠,٥	٦٣٨
الشامية	م. ق. الشامية	٣٠٥١٥,٤	٢٩,٧	٢٨٤٦٢	٣٣,١	٩٣٢,٧
	ن. المهناوية	٢٠٩١٦,٢	٢٠,٦	١٧٦١٢,٦	٢٠,١	٨٤٦,١
	ن. الصلاحية	١٩٧٩٠,٢	١٩,٤	١٤٠٧١	١٧,٢	٧١١
	ن. غماس	٢٦٢١٩,٦	٢٥,٥	٢١٣٧٦,٨	٢٥	٨١٥,٣
	المجموع/ معدل الانتاجية	٩٧٣٤١,٤	٩٥,٢	٨١٥٢٣,٤	٩٥,٤	٨٣٧,٥
	المجموع الكلي/ معدل الانتاجية الكلي	١٠٢٤٨٨,٤	١٠٠	٨٥٥١٩	١٠٠	٧٧٠

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ م.

شكل (٥) التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الشلب بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٦).

- النواحي التي لا تظهر بها مساحات مستثمرة بمحصول الشلب يبلغ عددها (خمس نواحي) تضم كلاً من (مركز قضاء الديوانية ومركز قضاء عفاك وناحية نفر ومركز قضاء الحمزة وناحية السدير).
- النواحي التي ينتج بها محصول الشلب ويمكن تقسيمها الى أربع فئات وكما موضح في الخريطة (٩)

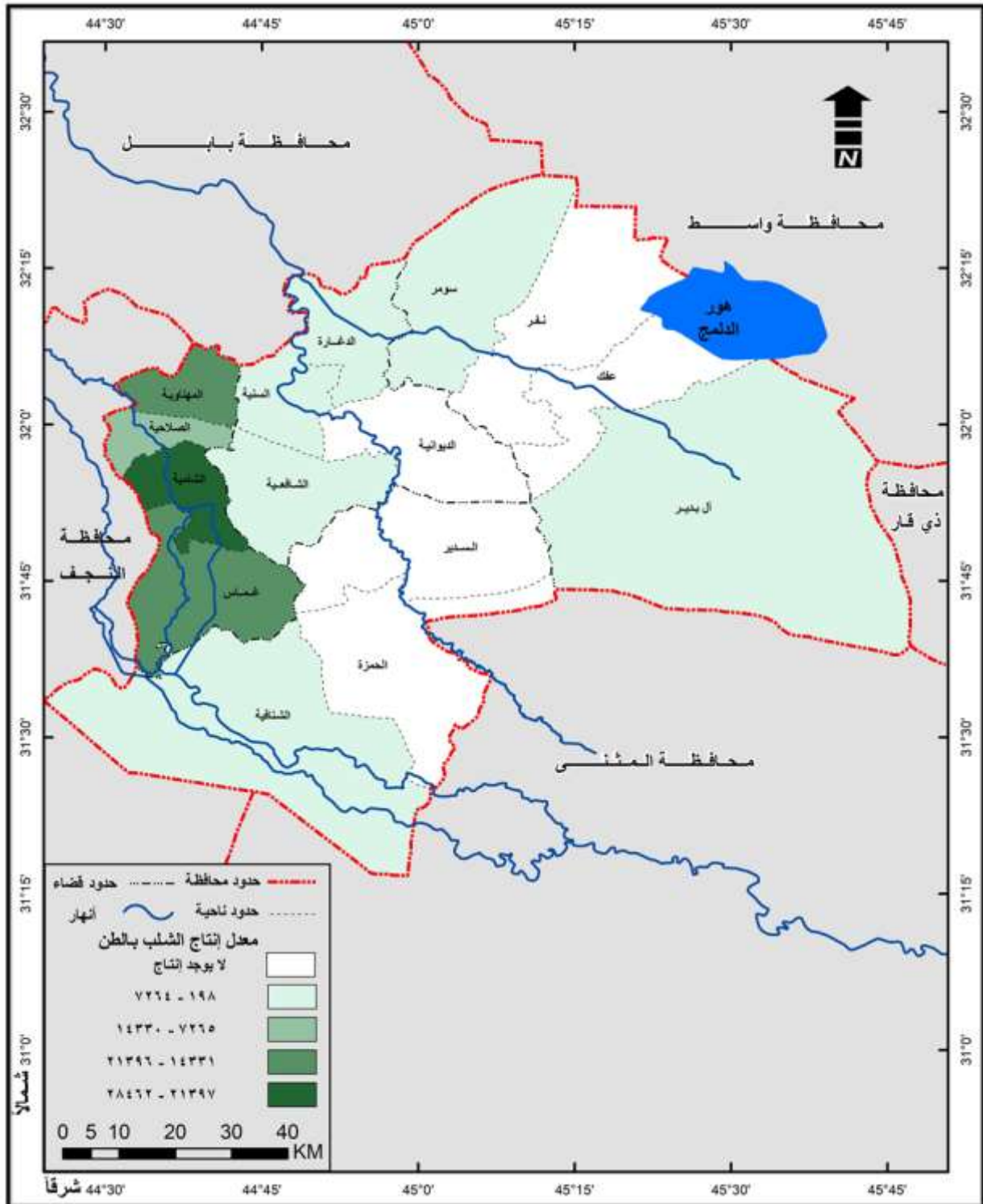
#### - الفئة الأولى (١٩٨-٧٢٦٤) طناً:

تقع ضمن حدود هذه الفئة (٦ نواحي) وهي (السنية والشافعية والدغارة والشنافية وسومر والبدير) بمجموع إنتاج بلغ (٣٩٩٥,٦ طناً)، وهو يشكل نسبة (٤,٦%) من مجموع الإنتاج الكلي لمحصول الشلب في المحافظة ، وتراوح انتاج هذه الفئة بين (١٩٨ طناً) في ناحية البدير وبين (١٤٤٩,٨ طناً) في ناحية سومر.

#### - الفئة الثانية (٧٢٦٥ - ١٤٣٣٠) طناً:

تقع ضمن هذه الفئة وحدة ادارية واحدة هي (ناحية الصلاحية)، بلغ إنتاجها (١٤٠٧١ طناً) ليشكل نسبة (١٧,٢%) من مجموع معدل الإنتاج الكلي لمحصول الشلب في المحافظة.

خريطة (٩) التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الشلب في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٦).



## - الفئة الثالثة (١٤٣٣١-٢١٣٩٦) طناً:

تقع ضمن هذه الفئة (ناحية غماس) وبلغت انتاجية هذه الفئة (٢١٣٧٦,٨ طناً) أي بنسبة (٢٥%) من مجموع معدل الإنتاج الكلي لمحصول الشلب في منطقة الدراسة.

## - الفئة الرابعة (٢١٣٩٧-٢٨٤٦٢) طناً:

تضم هذه الفئة مركز قضاء الشامية ليلبلغ مجموع معدل انتاج محصول الشلب فيها (٢٨٤٦٢ طناً) وهي تمثل نسبة (٣٣,١%) من مجموع معدل الإنتاج الكلي لمحصول الشلب في محافظة القادسية.

## ت. من حيث الانتاجية :

بلغ معدل إنتاجية محصول الشلب في المحافظة (٧٧٠ كغم/دونم) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية ، إذ سجلت أعلى انتاجية في قضاء الشامية بنحو (٨٣٧,٥ كغم/دونم) ويليه قضاء الديوانية (٨٢٨,٣ كغم/دونم) ثم قضاء عفاك بإنتاجية بلغت (٧٧٦,٥ كغم/دونم) ومما يلحظ أنها أعلى من المعدل العام في المحافظة ، بينما كانت الإنتاجية في قضاء الحمزة بمعدل (٦٣٨ كغم/دونم) وهي أقل من المعدل العام في المحافظة.

أما على مستوى النواحي فقد تصدر مركز قضاء الشامية بقية النواحي بإنتاجية بلغت (٩٣٢,٧ كغم/دونم)، تليه ناحية السنية بمعدل إنتاجية بلغت (٨٥٦,٥ كغم/دونم)، تليها ناحيتي المهناوية وغماس بإنتاجية بلغت (٨٤٦,١ كغم/دونم) و(٨١٥,٣ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب. ويعود سبب ارتفاع إنتاجية الدونم من محصول الشلب بشكل عام الى الظروف الطبيعية الملائمة لزراعته في المحافظة ، فضلاً عن توافر الحصة المئوية المناسبة لزراعته واليد العاملة ذات الخبرة المتراكمة في سنوات زراعة المحصول، فضلاً عن الدعم الحكومي بمستلزمات الإنتاج من اسمدة وبذور ومبيدات.

## ٤. محصول الذرة الصفراء:

ينتمي محصول الذرة الصفراء الى العائلة المركبة والجنس (Zeomays)<sup>(١)</sup>، وتعد من المحاصيل الزراعية الصيفية ذات القيمة الغذائية العالية ، إذ تحتوي على نسبة عالية من الكربوهيدرات والتي تصل الى (٨١%) والبروتين (١٠,٦%) والدهون (٤,٦%) والألياف

(١) مخلف شلال مرعي وابراهيم محمد حسون القصاب ، جغرافية الزراعة ، دار الكتب للطباعة والنشر ، الموصل ، ١٩٩٦، ص٢٤.

(٢,٢%) والمعادن (١,٦%)، فضلاً عن احتوائها على الفيتامينات إذ يعطي الكيلوغرام الواحد منها (٣٤٦٠ سعرة حرارية)<sup>(١)</sup>، الأمر الذي يجعلها من أهم الحبوب الداخلة في الأعلاف لاسيما اعلاف الدواجن. وتتمثل اهميتها في استعمالاتها كغذاء للإنسان بعد طحنها وخلطها مع طحين الحنطة في صناعة الخبز، إذ تمتاز الزيوت المستخرجة منها بصفات صحية وغذائية عالية ، فضلاً عن استعمالها بوصفها علفاً أخضر للحيوانات أو الطيور الداجنة ، فضلاً عن دخولها باستعمال مخلفاتها من الأوراق والالواح في صناعة الورق<sup>(٢)</sup>.

يحتاج محصول الذرة الصفراء الى ظروف ملائمة لزراعته ، فهو محصول صيفي يحب الدفء ودرجات الحرارة العالية في مدة نموه ، ويعطي أفضل إنتاج من حيث الكمية والنوعية عندما يتراوح متوسط درجة الحرارة اثناء مدة نموه بين (٢٠-٢٢)°م ودرجة حرارة الحد الأدنى للمحصول هي (١٠°م) وتقل فاعلية المحصول اذا ازدادت درجة الحرارة عن (٣٥°م)<sup>(٣)</sup>.

تتوافر في محافظة القادسية الظروف الطبيعية الملائمة لزراعة محصول الذرة الصفراء متمثلاً بدرجات الحرارة المناسبة لمراحل نمو المحصول ، فضلاً عن التربة ذات الصرف الجيد والقليلة الملوحة. تبدأ زراعته في شهر تموز للموعد الخريفي ، إذ بلغ معدل المساحة المزروعة بمحصول الذرة الصفراء (١٠٥٥٣,٦ دونماً)، وهي تمثل نسبة مقدارها (١,٤%) من اجمالي المساحة المزروعة بالمحاصيل الرئيسة بالمحافظة والبالغة (٧٩٨٤٠٨ دونماً)، جدول (١٣) وبنسبة (١,٥%) من اجمالي المساحة المزروعة بمحاصيل الحبوب في المحافظة. شكل (٢) أما التوزيع الجغرافي فنلاحظ من خلال الجدول (١٧) والشكل (٦) أن هناك تباين واضح زراعته في المساحة المستثمرة والإنتاج والإنتاجية فيما بين الوحدات الإدارية في المحافظة، ويمكن توضيحها على النحو الآتي:

- (١) صلاح علي حمزة ، التباين المكاني لزراعة محصولي الذرة والماش في محافظة النجف الأشرف للمدة (٢٠٠١-٢٠١١)، مجلة البحوث الجغرافية، العدد (١٨)، كلية التربية للبنات، جامعة الكوفة، ٢٠١٣، ص٣٦٤.
- (٢) مريم صالح شقيق العزاوي ، واقع زراعة القمح والذرة الصفراء في محافظة كركوك ، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية للبنات ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٥، ص١٨٤.
- (٣) مخلف شلال مرعي وصباح محمود الراوي، دور المعدلات الحرارية في تحديد مدة نمو الذرة الصفراء في العراق، مجلة الجمعية الجغرافية العراقية العدد (٣٣)، مطبعة العاني، بغداد، ١٩٨٩، ص٩٣-٩٥.

جدول (١٧) التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

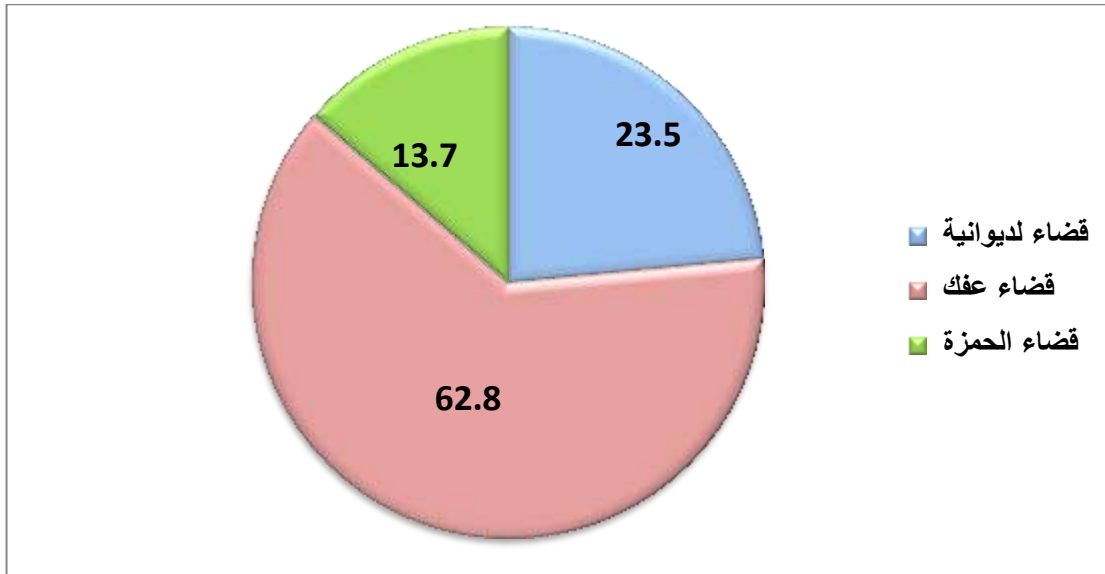
القضاء	الناحية	معدل المساحة المزروعة (دونم)	%	معدل الإنتاج (طن)	%	معدل الإنتاجية (كغم/ دونم)
الديوانية	م. ق. الديوانية	١٠٩,٤	١	٣٤	٠,٦	٣١٠,٥
	ن. السنية	٤٥٣,٧	٤,٥	١٩٣	٣,٧	٤٢٥,٣
	ن. الدغارة	١٥٢٣,٢	١٤,٤	٧٧١,١	١٤,٨	٥٠٦,٤
	ن. الشافعية	٣٨٦,٣	٣,٦	١٤٧	٢,٨	٣٨٠,٥
	المجموع/ معدل الإنتاجية	٢٤٧٢,٦	٢٣,٥	١١٤٥,١	٢١,٩	٤٠٥,٧
عفك	م. ق. عفك	١٣٨٦,٣	١٣,١	٦٠٣,٧	١١,٦	٤٣٥,٥
	ن. سومر	١٨٢٤	١٧,٣	٩٧٢,٥	١٨,٦	٥٣٢,٩
	ن. نفر	٩٧٥,٢	٩,٢	٤٤٣,٣	٨,٦	٤٥٣,٦
	ن. البدير	٢٤٥٢,٢	٢٣,٢	١٤٣٠	٢٧,٥	٥٨٣,٨
	المجموع/ معدل الإنتاجية	٦٦٣٧,٧	٦٢,٨	٣٤٤٩,٥	٦٦,٣	٥٠١,٤
الحمزة	م. ق. الحمزة	٣٨٦,٥	٣,٧	١٦٤,٤	٣,١	٤٢٥,٤
	ن. السدير	٤٧٣	٤,٥	٢٧٦	٥,٣	٥٨٣,٥
	ن. الشنافية	٥٨٣,٨	٥,٥	١٨١	٣,٤	٣١٠,٢
	المجموع/ معدل الإنتاجية	١٤٤٣,٣	١٣,٧	٦٢١,٤	١١,٨	٤٣٩,٧
الشامية	م. ق. الشامية	-	-	-	-	-
	ن. المهناوية	-	-	-	-	-
	ن. الصلاحية	-	-	-	-	-
	ن. غماس	-	-	-	-	-
	المجموع/ معدل الإنتاجية	-	-	-	-	-
المجموع الكلي/ معدل الإنتاجية الكلي	١٠٥٥٣,٦	١٠٠	٥٢١٦	١٠٠	٤٤٨,٩	

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١م.

أ. من حيث المساحة المستثمرة:

تصدر قضاء عفك اقصية المحافظة ، إذ استأثر بأعلى نسبة بلغت (٦٢,٨%) من اجمالي معدل المساحة المزروعة بالمحصول في المحافظة والبالغة (١٠٥٥٣,٦ دونماً) ويعود ذلك الى تربة القضاء جيدة الصرف فضلاً عن التوجه الحكومي الذي يعتمد على كمية المياه الواصلة للمحافظة، يليه قضاء الديوانية بنسبة (٢٣,٥%).

شكل (٦) التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الذرة الصفراء بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٧).

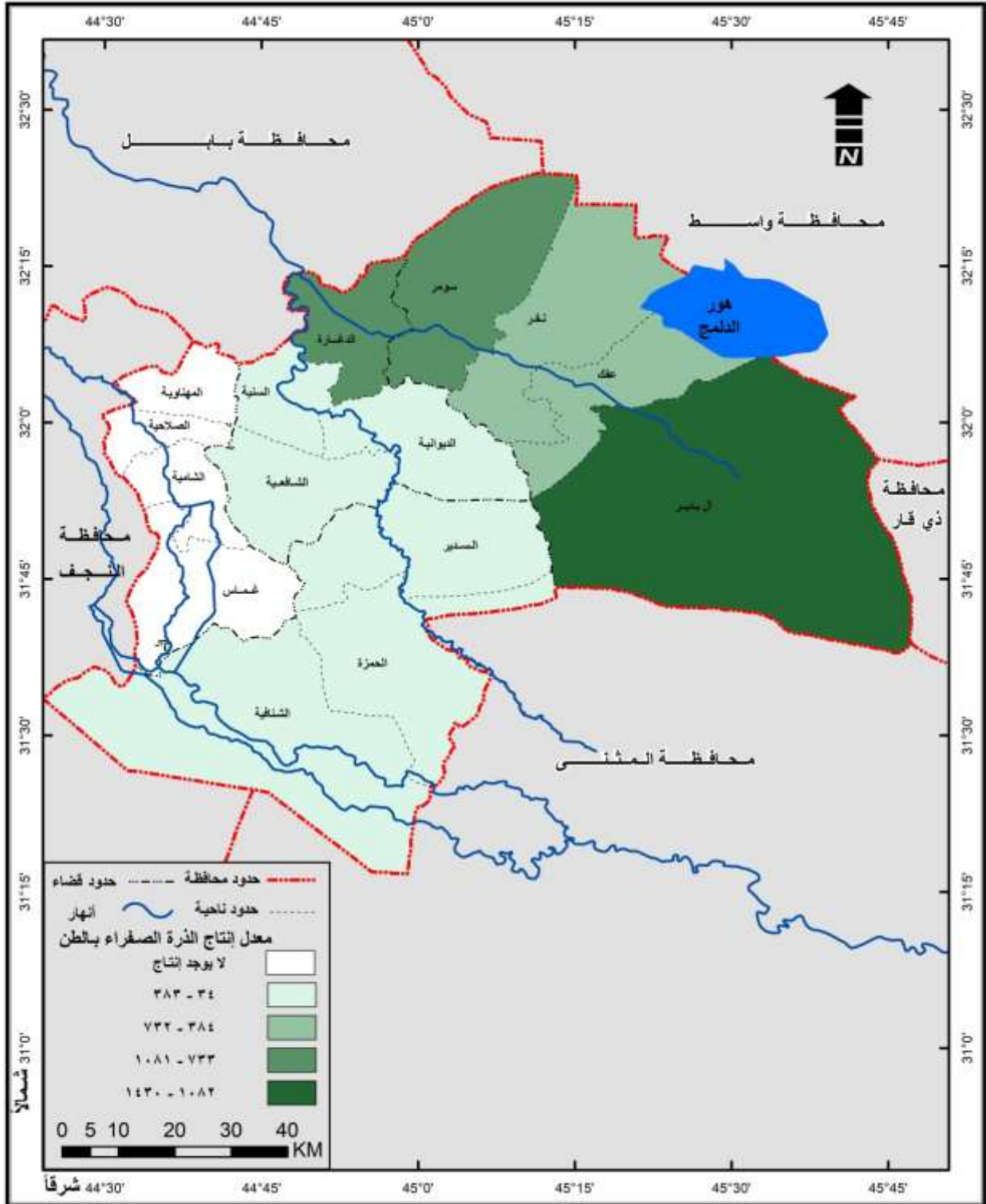
أما قضاء الحمزة فقد بلغت نسبته (١٣,٧%)، في حين لم تتم زراعة المحصول في الشامية لمنافسة محاصيل الحبوب الأخرى الأكثر أهمية منه وأهمها محصول الشلب. شكل (٦). أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية البدير بقية النواحي بنسبة بلغت (٢٣,٢%)، تليها ناحية سومر بنسبة (١٧,٣%) ثم ناحية الدغارة بنسبة (١٤,٤%).

#### ب. من حيث الإنتاج :

بلغ مجموع إنتاج محصول الذرة الصفراء (٥٢١٦ طناً) وهو متباين بين الوحدات الإدارية في منطقة الدراسة ، إذ تصدر قضاء عفك بقية الأقصية بنسبة (٦٦,٣%) من مجموع الإنتاج في المحافظة ، يليه قضاء لذيوانية بنسبة (٢١,٩%). ثم قضاء الحمزة بنسبة (١١,٨%).

أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية البدير بقية النواحي بنسبة (٢٧,٥%) من مجموع الإنتاج ، تليها ناحية سومر بنسبة (١٨,٦%)، ثم ناحية الدغارة ومركز قضاء عفك بنسبة (١٤,٨% و ١١,٦%) لكل منهما على الترتيب ، تبعاً للتباين وعدم التجانس بين قيم المساحة المستثمرة بمحصول الذرة الصفراء فيظهر الإنتاج متبايناً بين الوحدات الإدارية في المحافظة ، ويمكن تقسيم الوحدات الإدارية بحسب كمية الإنتاج على النحو الآتي: جدول (١٧) وخريطة (١٠).

خريطة (١٠) التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر : بيانات جدول (١٧)

• النواحي التي لم تظهر بها مساحات مستثمرة بمحصول الذرة الصفراء وتتمثل بقضاء الشامية ووحداته الادارية كافة التي تضم (مركز القضاء وناحية المهناوية وناحية الصلاحية وناحية غماس).

• النواحي التي تنتج فيها محصول الذرة الصفراء ويمكن تقسيمها الى اربع فئات كما موضحة في الخريطة (١٠).

#### - الفئة الأولى (٣٤-٣٨٣) طناً:

بلغ عدد الوحدات الإدارية ضمن هذه الفئة (٦ نواحي) تضم كلاً من (مركز قضاء الديوانية وناحية السنية وناحية الشافعية ومركز قضاء الحمزة وناحيتي السدير والشنافية) بمجموع إنتاج (٩٩٥,٤ طناً)، أي ما نسبته (١٩%) من الإنتاج الكلي لمحصول الذرة الصفراء في المحافظة وتراوحت كمية الانتاج في هذه الفئة بين (٣٤ طناً) في مركز قضاء الديوانية وبين (٢٧٦ طناً) في ناحية السدير.

#### - الفئة الثانية (٣٨٤ - ٧٣٢) طناً:

وتقع ضمن هذه الفئة ناحيتي (مركز قضاء عفك وناحية نفر)، وبمجموع إنتاج بلغ (١٠٤٧ طناً) ويمثل نسبة (٢٠%) من مجموع الإنتاج الكلي في المحافظة، وتمثل أقل إنتاج ضمن هذه الفئة في مركز قضاء عفك (٦٠٣,٧ طناً) فيما بلغ أعلى إنتاج في ناحية نفر (٤٤٣,٣ طناً).

#### - الفئة الثالثة (٧٣٣-١٠٨١) طناً:

بلغ مجموع إنتاج هذه الفئة من محصول الذرة الصفراء (١٧٤٣,٦ طناً) إذ يمثل نسبة (٣٣,٥%) من مجموع الإنتاج الكلي في المحافظة، وبلغ أقل انتاج ضمن هذه الفئة (١,٧٧١ طناً) تمثل في ناحية الدغارة ، في حين بلغ أعلى إنتاج (٩٧٢,٥ طناً) تمثل في ناحية سومر.

#### - الفئة الرابعة (١٠٨٢-١٤٣٠) طناً:

تضم هذه الفئة ناحية البدير التي بلغ مجموع انتاجها (١٤٣٠ طناً) أي ما نسبته (٢٧,٥%) من مجموع إنتاج محصول الذرة الصفراء في المحافظة.

#### ت. من حيث الانتاجية :

بلغ المعدل العام للإنتاجية في المحافظة (٤٤٨,٩ كغم/دونم) وهو متباين بين الوحدات الإدارية فيها، إذ سجل قضاء عفك انتاجية بلغت بمعدل (٥٠١,٤ كغم/دونم) وهي إنتاجية أعلى من المعدل العام، في حين سجلت إنتاجية قضاءي الحمزة والديوانية (٤٣٩,٧ كغم/دونم) و(٤٠٥,٧ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب وهي إنتاجية أقل من المعدل العام في المحافظة.

ويعود سبب التذبذب وعدم التجانس في الانتاجية الى تباين الحصة المائية ، فضلاً عن الدعم الحكومي في مجال الاسمدة والبذور والمبيدات اللازمة لزيادة المحصول.

أما على مستوى النواحي فقد سجلت اعلى إنتاجية في ناحية البدير بمعدل (٥٨٣,٨ كغم/دونم)، تليها ناحية السدير بمعدل انتاجية بلغ (٥٨٣,٥ كغم/دونم)، ومن ثم ناحية الدغارة بمعدل انتاجية بلغ (٥٠٦,٤ كغم/دونم) ثم ناحية نفر (٤٥٣,٦ كغم/دونم).

#### ثانياً: محاصيل الخضر

تأتي أهمية محاصيل الخضر من عدد المميزات الايجابية المترتبة على زراعتها والتي تتمثل بمميزات اقتصادية تضم قلة رأس المال المستهلك في العملية الانتاجية مقابل مردود اقتصادي سريع ناتج عن قصر فصل النمو، كما إن الاستهلاك اليومي لمنتجاتها يجعل من السهل تسويقها في اتجاهات عديدة وبأسعار مقبولة تمنح الفلاح مردود ايجابي يزيد من تكلفة زراعة المحصول. أما المميزات الغذائية لمحاصيل الخضر بشكل عام فأنها تحتوي على مجموعة من الفيتامينات المتنوعة<sup>(١)</sup>، فضلاً عن معادن الكالسيوم والفسفور، وان احتواء محاصيل الخضر على املاح معدنية يعمل على معادلة الحموضة في جسم الانسان<sup>(٢)</sup>.

تحتاج محاصيل الخضر لمتطلبات مناخية متنوعة حسب نوع المحصول إذ تم تقسيمها إلى محاصيل خضر صيفية وأخرى شتوية حسب المتطلبات الحرارية خلال موسم النمو، فبعضها يصنف ضمن المجموعة الصيفية وهي المحاصيل التي تحتاج الى معدلات حرارية مرتفعة أو معتدلة مثل (الرقى ، البطيخ ، الطماطة ، الباميا، والخيار وغيرها) وهي تزرع خلال الموسم الحار يتراوح معدل الحد الحراري الأدنى لها (١٠-٢٨)°م، في حين يكون معدل الحد الحراري الأعلى (٢٩-٣٥)°م، في حين لا يتطلب إنتاج بعضها درجات حرارة عالية كالشجر والخيار والخس والكرفس وغيرها حيث تزرع خلال الموسم الشتوي وبمعدلات حرارية تختلف عن سابقتها فيكون الحد الحراري الأدنى لها (٤-٧)°م، بينما يكون الحد الحراري الأعلى (٢١-٢٤)°م<sup>(٣)</sup>.

(١) عباس فاضل السعدي ، انتاج الخضروات ومدى كفايتها للسكان في العراق ، مجلة الزراعة والتنمية في الوطن العربي ، العدد (١٣)، اسنة الثالثة ، السودان ، ١٩٨٩ ، ص٤.

(٢) عبد علي الخفاف ، العادات الغذائية والانماط المرضية توزيع جغرافي وتحليل مكاني ، دار الضياء للطباعة والتصميم ، النجف الاشرف ، ٢٠٠٦ ، ص٢٠٦.

(٣) مخلف شلال مرعي وابراهيم محمد حسون القصاب ، جغرافية الزراعة، مصدر سابق ، صص٢٤.

بلغ معدل المساحة المستثمرة في زراعة محاصيل الخضر ضمن الحدود الإدارية لمحافظة القادسية (٤٤٠٧٦ دونماً)، خلال المواسم الزراعية الثلاثة (٢٠١٨-٢٠١٩) و(٢٠١٩-٢٠٢٠) و(٢٠٢٠-٢٠٢١) إذ مثلت نسبة مقدارها (٥,٥%) من مجموع المساحة المستثمرة بالمحاصيل الرئيسة في محافظة القادسية. وتصنف محاصيل الخضر بحسب موسم انتاجها في منطقة الدراسة الى:

#### ١. محاصيل الخضر الصيفية :

وتشتمل على الرقي والبطيخ والخيار والبادنجان والطماطة والبايما واللوبياء، وتبلغ المساحة المستثمرة بالخضر الصيفية في المحافظة نحو (٣٣٧١١ دونماً)، ويشكل نسبة (٧٦,٤%) من مجموع المساحة المستثمرة بالمحاصيل الخضر والبالغة (٤٤٠٧٦ دونماً) وتشكل نسبة (٤,٢%) من مجموع المساحة المستثمرة بالمحاصيل الرئيسة بالمحافظة. شكل (٢) أما توزيعها الجغرافي فيلاحظ من الجدول (١٨) أن هناك تباين واضح في المساحة المستثمرة والإنتاج والإنتاجية بين الوحدات الإدارية في محافظة القادسية ، ويمكن توضيحها على النحو الآتي:

#### أ. من حيث المساحة المستثمرة:

تصدر قضاء عفك بقية الأفضية بنسبة (٤٧,٥%)، يليه قضاء الحمزة بنسبة (٢٦,٤%)، إثم جاء قضاء الديوانية بنسبة (٢٦,١%). شكل (٧). أما على مستوى النواحي فقد تصدر مركز قضاء الحمزة بنسبة (١٧,٥%)، تليه ناحية نفر بنسبة (١٣,٩%)، ومن ثم ناحية سومر ومركز قضاء الديوانية بنسب (١٧,٤%) و(١٣%)، لكل منهما على الترتيب .

#### ب. من حيث الإنتاج :

بلغ مجموع معدل إنتاج محاصيل الخضر الصيفية (٧٨٥٢٠,٦ طناً) وهناك تباين بين الوحدات الإدارية في المحافظة، إذ تصدر قضاء عفك بقية الأفضية بنسبة (٤٧,٨%) من مجموع معدل الانتاج في المحافظة ، يليه قضاء الديوانية بنسبة (٢٧,٨%)، ثم قضاء الحمزة بنسبة (٢٤,٤%). أما على مستوى النواحي فقد تصدر ناحية مركز قضاء الحمزة بنسبة (١٨,٨%)، تليه ناحية سومر بنسبة (١٣,٣%) ، ثم ناحية نفر ومركز قضاء الديوانية ومركز قضاء عفك بنسب بلغت (١٥% و ١٣,٩% و ١١,٨%) لكل منها على الترتيب ، تعد الاسباب التي تقف وراء ذلك التباين وانخفاض الانتاج هي عمليات العزوف الكبيرة من قبل الفلاحين لإنتاج هذه المحاصيل بسبب الخسائر المتلاحقة التي مني بها هؤلاء من جراء سياسة أغراق



السوق بالمحاصيل المستوردة من دول الجوار مما يجعل عملية الإنتاج غير مجدية من الناحية الاقتصادية.

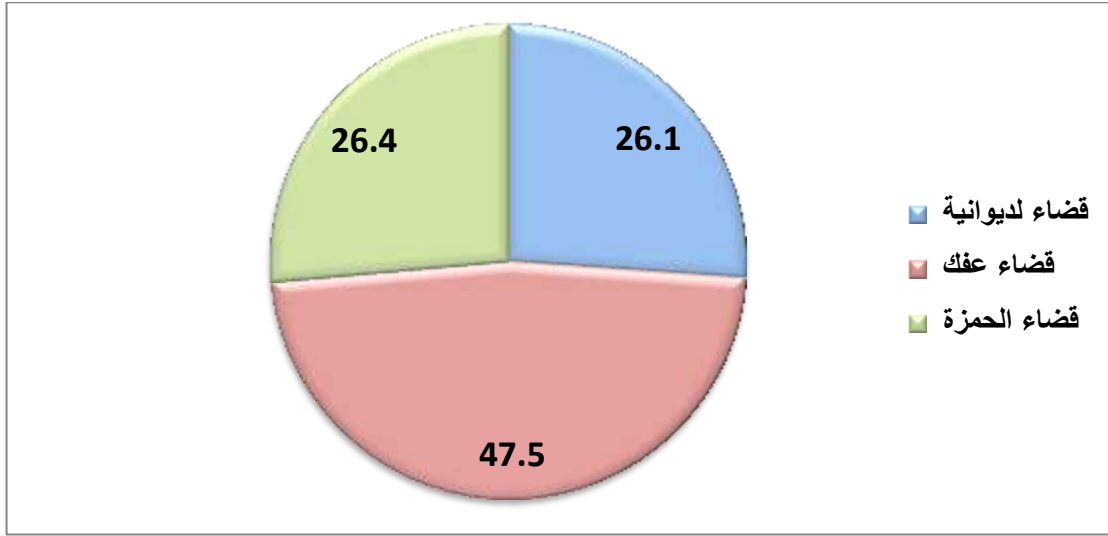
يتضح من الجدول (١٨) أن هناك التباين وعدم تجانس بين المساحة المستثمرة بمحاصيل الخضر الصيفية ، مما أدى الى تباين قيم الإنتاج بين الوحدات الإدارية في المحافظة ، لذا يمكن تقسيم الوحدات الإدارية على النحو الآتي:

جدول (١٨) التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحاصيل الخضر الصيفية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

القضاء	الناحية	معدل المساحة المزروعة (دونم)	%	معدل الإنتاج (طن)	%	معدل الإنتاجية (كغم/ دونم)
الديوانية	م. ق. الديوانية	٤٣٦٧	١٣	١٠٩١٧,٥	١٣,٩	٢٥٠٠
	ن. السنية	٩٨٥,٧	٣	١٩٧١,٤	٢,٥	٢٠٠٠
	ن. الدغارة	٢٥٨٣,٦	٧,٦	٧٧٥٢	٩,٨	٣٠٠٠
	ن. الشافعية	٨٣٥,٥	٢,٥	١٢٥٢	١,٦	١٥٠٠
	المجموع/ معدل الانتاجية	٨٧٧١,٨	٢٦,١	٢١٨٩٢,٩	٢٧,٨	١٥٠٠
عفك	م. ق. عفك	٣٨٦٧,٢	١١,٥	٩٢٨١,٢	١١,٨	٢٤٠٠
	ن. سومر	٤٥٥٠	١٣,٤	١٣٦٥٠	١٧,٣	٣٠٠٠
	ن. نفر	٤٦٨٧,٧	١٣,٩	١١٧١٩,٢	١٥	٢٥٠٠
	ن. البدير	٢٩٣٥,٥	٨,٧	٢٩٢٥,٨	٣,٧	٢٧٠٠
	المجموع/ معدل الانتاجية	١٦٠٤٠,٤	٤٧,٥	٣٧٥٧٦,٢	٤٧,٨	٢٦٥٠
الحمزة	م. ق. الحمزة	٥٨٩٦,٣	١٧,٥	١٤٧٤٠	١٨,٨	٢٥٠٠
	ن. السدير	١٣٢٥,١	٤	٢٦٥٠,٩	٣,٣	٢٠٠٠
	ن. الشنافية	١٦٧٧,٤	٤,٩	١٦٦٠,٦	٢,٣	٩٩٠
	المجموع/ معدل الانتاجية	٨٨٩٨,٨	٢٦,٤	١٩٠٥١,٥	٢٤,٤	١٨٣٠
الشمالية	م. ق. الشمالية	-	-	-	-	-
	ن. المهنوية	-	-	-	-	-
	ن. الصلاحية	-	-	-	-	-
	ن. غماس	-	-	-	-	-
	المجموع/ معدل الانتاجية	-	-	-	-	-
المجموع الكلي/ معدل الانتاجية الكلي		٣٣٧١١	١٠٠	٧٨٥٢٠,٦	١٠٠	١٩٩٣,٣

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ م.

شكل (٧) التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محاصيل الخضر الصيفية بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٨).

- النواحي التي لم تظهر بها مساحات مستثمرة بزراعة محاصيل الخضر الصيفية: وتشمل قضاء الشامية متمثلاً بمركز القضاء ونواحيه (المهناوية والصلاحية وغماس)، وذلك بسبب منافسة محاصيل الحبوب التي تستحوذ على معظم المساحات الزراعية في القضاء ، أو أنها تنتج ولكن بنسب قليلة جداً وغير كافية لاستهلاك العائلة أو بيعها في الأسواق.
- النواحي التي ينتج فيها محاصيل الخضر الصيفية ويمكن تقسيمها الى أربع فئات بحسب كمية الإنتاج كما توضحه الخريطة (١١):

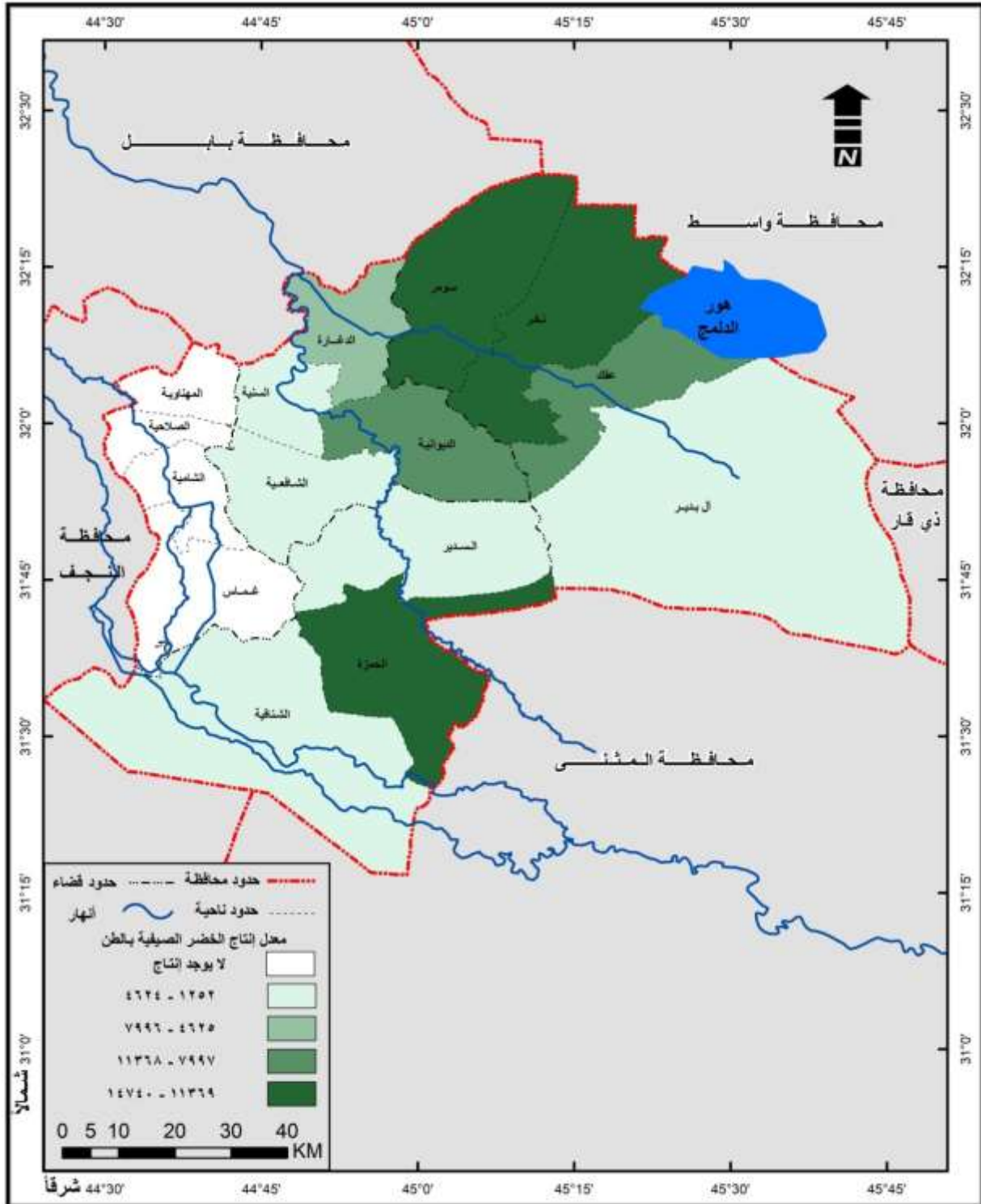
- الفئة الأولى (١٢٥٢-٤٦٢٤) طناً:

تقع هذه الفئة (٥ نواحي) وهي (الشافعية والسنية والسدير والشافعية والبدير) بلغ مجموع إنتاجها (١٠٤٦٠,٧ طناً)، أي ما نسبته (١٣,٤%) من مجموع الإنتاج الكلي لمحاصيل الخضر الصيفية في منطقة الدراسة ، على أن هذا الإنتاج يتباين من ناحية الى أخرى، إذ تمثل أقل إنتاج (١٢٥٢ طناً) في ناحية الشافعية ، في حين بلغ أعلى إنتاج (٢٩٢٥,٨ طناً) تمثل في ناحية البدير.

- الفئة الثانية (٤٦٢٥ - ٧٩٩٦) طناً:

تمثلت هذه الفئة في ناحية الدغارة بلغ مجموع إنتاجها (٧٧٥٢ طناً) إذ يمثل نسبة (٩,٨%) من مجموع الإنتاج الكلي في منطقة الدراسة.

خريطة (١١) التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحاصيل الخضر الصيفية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر : بدلالة بيانات جدول (١٨).

## - الفئة الثالثة (٧٩٩٧-١١٣٦٨) طناً:

وتقع ضمن هذه الفئة ناحيتي (مركز قضاء الديوانية ومركز قضاء عفك) وبلغ مجموع انتاجها (٢٠٩٨,٧ طناً) أي ما نسبته (٢٥,٨%) من مجموع الإنتاج الكلي لمنطقة الدراسة من محاصيل الخضر الصيفية.

## - الفئة الرابعة (١١٣٦٩-١٤٧٤٠) طناً:

تضم هذه الفئة (٣ نواحي) تمثلت في (مركز قضاء الحمزة وناحيتي سومر ونفر) وبلغ مجموع انتاجها (٤٠١٠٩,٢ طناً) أي ما نسبته (٥١%) من مجموع الإنتاج الكلي لمحاصيل الخضر الصيفية في منطقة الدراسة.

## ت. من حيث الانتاجية :

بلغ المعدل العام لإنتاجية محاصيل الخضر الصيفية في محافظة القادسية (١٩٩٣,٣) كغم/دونم) وهي متباينة أيضاً بين الوحدات الإدارية ، إذ سجلت انتاجية أعلى من المعدل العام في قضاء عفك إذ بلغت (٢٦٥٠ كغم/دونم) ، بينما بلغت معدل الإنتاجية في قضاءي الحمزة والديوانية (١٨٣٠ كغم/دونم) و(١٥٠٠ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب وهي أقل من المعدل العام. أما على مستوى النواحي فقد سجلت اعلى إنتاجية في ناحيتي الدغارة وسومر بمعدل (٣٠٠٠ كغم/دونم) لكل ناحية منها، تليها ناحية البدير بمعدل انتاجية بلغ (٢٧٠٠ كغم/دونم)، ومن ثم مركز قضاء الحمزة ومركز قضاء الديوانية وناحية نفر بمعدل انتاجية بلغت (٢٥٠٠ كغم/دونم) لكل واحدة منها في حين اقل معدل سجل في ناحية الشناقية بلغ (٩٩٠ كغم/دونم) .

## ٢. محاصيل الخضر الشتوية

تبدأ زراعة الخضر الشتوية في شهر تشرين الأول لتجنى في شهر نيسان ، وهي تشمل (الطماطة المغطاة والبصل والثوم والجزر والقرنبيط والشوندر والخس والسبانغ والباقلاء والشلغم والسلق واللهاة)<sup>(١)</sup>.

(١) محمد عبد الكريم محمد الحياي ، فهرست الاسماء العلمية للنباتات والآفات الزراعية في العراق ، ط١ ،  
العلا للطباعة والنشر ، الموصل، ٢٠١٣، ص٩.

## أ. من حيث المساحة المستثمرة:

تمتد زراعة محاصيل الخضر الشتوية على معدل مساحة تقدر (١٠٣٦٥ دونماً) جدول (١٩)، وهي تشكل ما نسبته (٢٣,٥%) من مجموع المساحة المزروعة بمحاصيل الخضر والبالغة (٤٤٠٧٦ دونماً) أي ما يعادل (١,٣%) من مجموع المساحة المستثمرة بالمحاصيل الرئيسية بالمحافظة. شكل (٢) أما توزيعها الجغرافي فيلاحظ من الجدول (١٩) تصدر قضاء عفك بقية الأفضية بنسبة (٤٣,٨%) يليه قضاء الديوانية بنسبة (٢٨,٤%) ثم قضائي الحمزة والشامية بنسب (١٨,٩% و ٨,٩%) لكل منهما على الترتيب شكل (٨). أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية سومر بقية النواحي بنسبة (١٣,٦%)، يليها مركز قضاء عفك بنسبة (١٢%)، ومن ثم ناحيتي البدير والدغارة بنسب (١٠,٢% و ٩,٤%)، لكل منهما على الترتيب.

## أ. من حيث الإنتاج :

أما التوزيع الجغرافي لإنتاج محاصيل الخضر الشتوية في المحافظة ، فيلاحظ التباين في مؤشراتته بين الوحدات الإدارية تبعاً لتباين قيم المساحة والانتاجية ، إذ بلغ مجموع معدل إنتاج محاصيل الخضر الشتوية في المحافظة (٢١٣٠٨,٤ طناً)، إذ سجلت أعلى نسبة للإنتاج في قضاء عفك بنسبة (٤٩,٩%)، يليه قضاء الديوانية بنسبة (٢٢%)، ثم قضائي الحمزة والشامية بنسب (١٩% و ٩,١%) لكل منهما على الترتيب. أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية سومر بقية نواحي المحافظة بنسبة (١٦,٦%)، يليها مركز قضاء عفك بنسبة (١٤,٧%) ثم ناحية البدير بنسبة (١١,٥%)، ويمكن تقسيم الوحدات الإدارية في منطقة الدراسة الى فئات بحسب كمية الإنتاج للوقوف على الصورة الحقيقية للتوزيع الجغرافي لإنتاج محاصيل الخضر الشتوية. وكما توضحه الخريطة (١٢) وكما يأتي:

## - الفئة الأولى (١٧٢-١٠١٣) طناً:

تضم هذه الفئة (٥ نواحي) تمثلت ب(ناحية السنية ومركز قضاء الشامية وناحيتي المهناوية والصلاحية وناحية الشنافية) بمجموع إنتاج بلغ (٢٦٦٣,٢ طناً)، أي ما نسبته (١٢%) من الإنتاج الكلي لمحاصيل الخضر الشتوية في المحافظة ، وتراوحت كمية الانتاج في هذه الفئة بين (١٧٢ طناً) في ناحية الصلاحية وبين (٩٢١ طناً) في ناحية الشنافية.

جدول (١٩) التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحاصيل الخضر الشتوية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

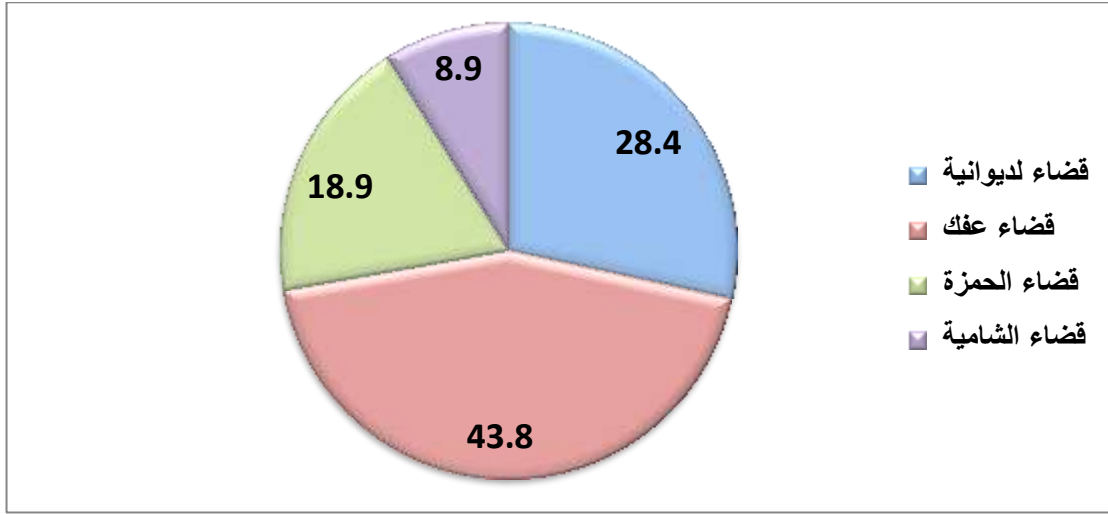
القضاء	الناحية	معدل المساحة المزروعة (دونم)	%	معدل الإنتاج (طن)	%	معدل الإنتاجية (كغم/ دونم)
الديوانية	م. ق. الديوانية	٨٧٦,٥	٨,٦	١٣٦٧,٥	٦,٤	١٥٦٠,٢
	ن. السنية	٤٣٥,٢	٤,٢	٨٧٠,٤	٤,٥	٢٠٠٠
	ن. الدغارة	٩٥٣,٧	٩,٤	٢٤١٣,٣	٥,٦	٢٥٣٠,٥
	ن. الشافعية	٦٥٠	٦,٢	١١٧٠	٥,٥	١٨٠٠
	المجموع/ معدل الإنتاجية	٢٩١٥,٤	٢٨,٤	٥٨٢١,٢	٢٢	١٥٢٢,٦
عفك	م. ق. عفك	١٢٤٨,٨	١٢	٣١٣٤,٧	١٤,٧	٢٥١٠
	ن. سومر	١٤١٣	١٣,٦	٣٥٣٦	١٦,٦	٢٥٠٢,٨
	ن. نفر	٨٢٤,١	٨	١٥٢٤,٨	٧,١	١٨٥٠
	ن. البدير	١٠٦٤,٦	١٠,٢	٢٤٤٨,٥	١١,٥	٢٣٠٠
	المجموع/ معدل الإنتاجية	٤٥٥٠,٥	٤٣,٨	١٠٦٤٤	٤٩,٩	٢٢٩٠,٧
الحمزة	م. ق. الحمزة	٦٥٧,٩	٦,٣	١٤٥٤,٣	٦,٨	٢٢١٠,٥
	ن. السدير	٧٣٥,٥	٧	١٥٠٧	٧,٥	٢٠٠٠
	ن. الشنافية	٥٩٠,٤	٥,٦	٩٢١	٤,٧	١٥٦٠
	المجموع/ معدل الإنتاجية	١٩٨٣,٨	١٨,٩	٢٨٨٢,٣	١٩	١٩٢٣,٥
	م. ق. الشامية	٢٣٨,٤	٢,٣	٥٢٤,٥	٢,٤	٢٢٠٠
الشامية	ن. المهناوية	١٢٣	١,٣	١٧٥,٣	٠,٨	١٤٢٥
	ن. الصلاحية	٨٥,٢	٠,٨	١٧٢	٠,٨	٢٠١٠,٨
	ن. غماس	٤٦٨,٧	٤,٥	١٠٨٩,١	٥,١	٢٣٢٥,٢
	المجموع/ معدل الإنتاجية	٩١٥,٣	٨,٩	١٩٦٠,٩	٩,١	١٩٩٠,٢
	المجموع الكلي/ معدل الإنتاجية الكلي	١٠٣٦٥	١٠٠	٢١٣٠٨,٤	١٠٠	١٩٣١,٧

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١م.

#### - الفئة الثانية (١٠١٤ - ١٨٥٤) طناً:

بلغ عدد النواحي ضمن هذه الفئة (٦ نواحي) تمثلت في (مركز قضاء الديوانية وناحية نفر ومركز قضاء الحمزة وناحية السدير وناحية غماس وناحية الشافعية)، بمجموع إنتاج بلغ (٨١١٢,٧ طناً) ليشكل نسبة (٣٦,٣%) من الإنتاج الكلي في المحافظة. ويتراوح الإنتاج في هذه الفئة بين (١٠٨٩,١ طناً) في ناحية غماس وبين (١٥٢٤,٨ طناً) في ناحية نفر.

شكل (٨) التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محاصيل الخضر الشتوية بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بدلالة بيانات جدول (١٩).

- الفئة الثالثة (١٨٥٥-٢٦٩٥) طنًا:

تقع ضمن حدود هذه الفئة (ناحيتي الدغارة والبدير) بمجموع انتاج بلغ (٤٨٦١,٨ طنًا) وهو يشكل نسبة (٢١,٧%) من الإنتاج الكلي لمحاصيل الخضر الشتوية في منطقة الدراسة.

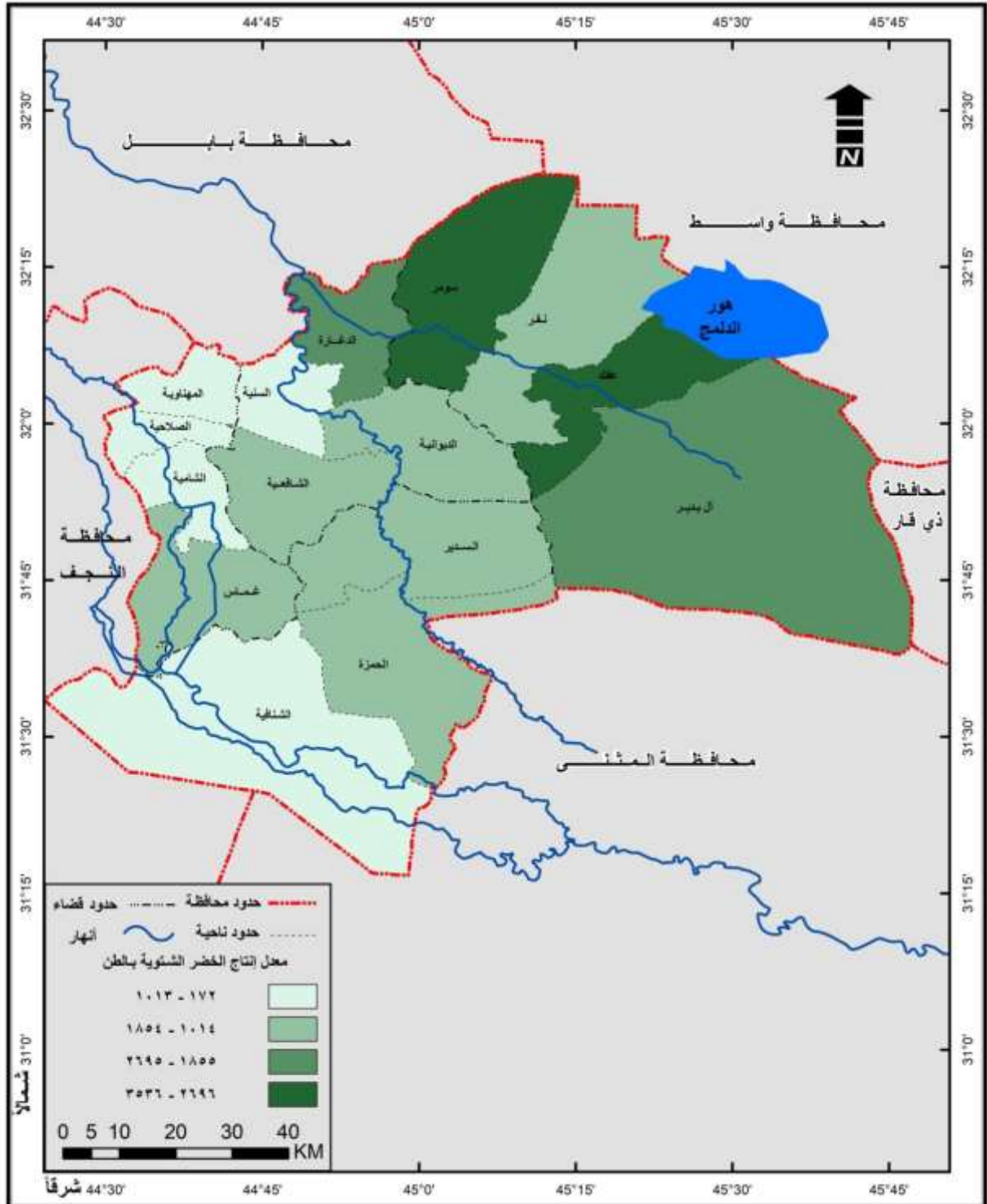
- الفئة الرابعة (٢٦٩٦-٣٥٣٦) طنًا:

تتدرج تحت هذه الفئة كل من مركز قضاء عفك وناحية سومر التي بلغ انتاجهما على التوالي (٣١٣٤,٧ طنًا) و(٣٥٣٦ طنًا) اذ بلغ مجموع انتاجهما (٦٦٧٠,٧ طنًا) ويشكل نسبة (٣٠%) من مجموع إنتاج محاصيل الخضر الشتوية في المحافظة.

ب. من حيث الانتاجية :

بلغ المعدل العام لإنتاجية محاصيل الخضر الشتوية في المحافظة (١٩٣١,٧ كغم/دونم) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية، فقد تصدر قضاء عفك بإنتاجية بلغت (٢٢٩٠,٧ كغم/دونم) يليه قضاءي الحمزة والشامية بإنتاجية بلغت (١٩٢٣,٥ كغم/دونم) و(١٩٩٠,٢ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب، بينما بلغت معدل الإنتاجية في قضاء الديوانية (١٥٢٢٦ كغم/دونم) وهي أقل من المعدل العام. أما على مستوى النواحي فقد سجلت اعلى إنتاجية في ناحية الدغار ٠ بمعدل (٢٥٣٠,٥ كغم/دونم)، يليها مركز قضاء عفك بمعدل انتاجية بلغ (٢٥١٠ كغم/دونم)، ومن ثم ناحية سومر وناحية غماس بمعدل انتاجية بلغت (٢٥٠٢,٨ كغم/دونم) و(٢٣٢٥,٢ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب.

خريطة (١٢) التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحاصيل الخضر الشتوية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (١٩)



## ثالثاً: محاصيل البستنة :

تتمثل محاصيل البستنة بالمساحات المستثمرة بالأشجار المعمرة الدائمة الخضرة والنفضية ، وتعد أشجار النخيل وأشجار الرمان والعنب والتين وبعض اشجار الحمضيات من أهم الأشجار المعمرة في منطقة الدراسة.

تنمو أشجار الفاكهة قريبة من أشجار النخيل وذلك لسهولة عملية الري ولحماية اشجار الفاكهة من ارتفاع درجات الحرارة وانخفاضها، ومن هنا فإن الصفة العامة التي تمتاز بها محاصيل البستنة هي التنوع لا التخصص في انتاجها، إذ يندر وجود مزارع متخصصة بأنواع معينة من أشجار الفاكهة ، وإنما يتداخل إنتاج أشجار النخيل مع أشجار الفاكهة ، باستثناء قضاء الشامية إذ يندر وجود أشجار الفاكهة ، وإنما تظهر أشجار النخيل ضمن المساحات المستثمرة بمحصول الشلب<sup>(١)</sup>.

تحتاج محاصيل البستنة الى تربة جيدة خاصة أشجار الحمضيات التي تجود زراعتها في الترب المزيجية ذات التصريف الجيد للأملاح. كذلك بالنسبة للمياه فأشجار الحمضيات تحتاج الى كميات كبيرة من المياه ولاسيما في فصل الصيف ، في حين هناك محاصيل أخرى تتحمل قلة المياه مثل اشجار النخيل والزيتون<sup>(٢)</sup>.

تعد درجات الحرارة من العوامل الطبيعية المؤثرة في أشجار الفاكهة ، إذ تمثل درجة الحرارة (١٨-٤٤) م° هي الدرجة الحرارية المثالية للنخيل و(٢١-٣٨) م° هي الدرجة الحرارية المثالية لأشجار العنب والتين والرمان ، أما درجة حرارة (٥٠ م°) فهي العظمى بالنسبة للنخيل و(٤٣ م°) هي درجة الحد الأعلى لأشجار الفاكهة الأخرى ، وتتحمل أشجار النخيل درجات حرارة منخفضة دون الصفر المئوي بعدة درجات ، ويرجع ذلك إلى الشكل المورفولوجي للنخيل الذي يبدي مقاومة كبيرة لدرجات الحرارة المنخفضة والمرتفعة<sup>(٣)</sup>.

تبلغ المساحة المستثمرة بمحاصيل البستنة (٣٦٨٤١ دونماً)، لتشكل نسبة (٤,٦%) من مجموع معدل المساحة المستثمرة بالإنتاج المحصولي في محافظة القادسية. ويمكن تقسيم محاصيل البستنة فيها وبحسب انتاجها إلى:

(١) انتظار ابراهيم حسين الموسوي ، التحليل المكاني لاستعمالات الأرض الزراعية في محافظة القادسية ، مصدر سابق ، ص٢٠٠.

(٢) حيدر عبود كزار الشمري ، تحليل جغرافي لإمكانات التنمية الزراعية وأهميتها في تحقيق التنمية الاقليمية المستدامة في محافظة القادسية، اطروحة دكتوراه (غ.م)، كلية التربية للبنات، جامعة الكوفة، ٢٠١٥، ص٢١٠.

(٣) سلام هاتف احمد الجبوري ، المناخ والمحاصيل الزراعية ، مصدر سابق ، ص١٨٧.

## ١. أشجار النخيل

تعد منطقة الدراسة من المناطق التي تشتهر بأشجار النخيل ، إلا انها تعرضت للتدهور في اعدادها وإنتاجها كما هو الحال في نقص اعداد النخيل في عموم العراق. بعد أن كان العراق يتصدر دول المنطقة بعدد النخيل ، والذي وصل الى أكثر من (٣٢ مليون نخلة) مختلفة الأنواع والأصناف في سبعينيات القرن الماضي انخفض هذا العدد الى (١٦ مليون نخلة) سنة ٢٠٠٢ ، تغطي مساحة نصف مليون دونم. أنتجت (٨٦٨ الف طن) من التمور وبمتوسط إنتاجية بلغ (٦١,٣ كغم/نخلة)، وأصبح العراق يستورد الأنواع الجيدة من دول أخرى ومنها الامارات العربية والسعودية ، وقد انخفضت إنتاجية النخلة حتى وصلت الى حوالي (٣٦ كغم/نخلة)، وهي كمية متدنية عند مقارنتها بإنتاجية النخيل في دول المنطقة العربية ومنها دولة الامارات العربية المتحدة التي وصلت فيها إنتاجية النخلة إلى أكثر من (١٥٠ كغم/نخلة)<sup>(١)</sup>.

تعزى اسباب التدهور في أعداد النخيل وتدني إنتاجها في المحافظة الى عدم الاهتمام بتجديد البساتين لكبر اعمارها وبالتالي قلة إنتاجها ، فضلاً عن الإصابة بمختلف المسببات المرضية التي تهاجم المجموع الخضري والجذري والمؤدية إلى تدهور الأشجار في مراحل نموها مع انخفاض الإنتاجية والموت في كثير من الحالات. وتعد ظاهرة تخطط والتواء وتجعد ورقيات النخيل وموتها هي السائدة<sup>(٢)</sup>.

أن أهم أنواع التمور الرئيسية في منطقة الدراسة هي (الزهدي والعمراني والخستاوي والشكر)، وتختلف متوسطات إنتاجية هذه الأنواع عن بعضها البعض اذ تنتج النخلة الواحدة منها حوالي (٥٠ و ٤٨ و ٤٧ و ٤٥) كغم / نخلة لكل نوع منها على الترتيب ، أما الأنواع الأخرى فهي (الخضراوي والبريم والمكتوم والبرحي والبربي والحمراوي والتبرزل) فأن إنتاجها يتراوح بين (٢٥-٣٠ كغم/نخلة)، هذه الفروقات في الإنتاجية لا يعني ان يكون هناك اهتمام بنوع معين على حساب نوع آخر (لزهدي) مثلاً وانما ينبغي ان ينصب الاهتمام على كل هذه الأنواع وخاصة النادرة منها او التي تدخل في مجال تصديرها للخارج لمزايا اقتصادية معروفة ، لأن بقية الأنواع

(١) رعد مسلم اسماعيل ونورية صاعد فيصل ، الجدوى الاقتصادية لإنشاء بساتين النخيل الحديثة ، مجلة الزراعة العراقية ، المجلد (١٤)، العدد (٩)، ٢٠٠٩، ص١١٨.

(٢) علا حسين علي الكناني ، التحليل المكاني لزراعة النخيل في محافظة القادسية، رسالة ماجستير (غ.م)، كلية الآداب، جامعة القادسية، ٢٠١٦، ص١٤٧.

قد يكون هناك اقبال واسع عليها ويرغب بها المستهلك افضل من نوع ثاني ، أو أن هناك نوعاً قد لا تكفي للاستهلاك المحلي أو أن يصدر الى الخارج للحصول على موارد مالية.

أما التوزيع الجغرافي لأشجار النخيل فيلحظ من الجدول (٢٠) التباين بين الوحدات الإدارية في مؤشرات من حيث المساحة المستثمرة والإنتاج والإنتاجية ، لذا يمكن ملاحظة الآتي:

#### أ. من حيث المساحة المستثمرة:

بلغت مساحة البساتين (٣٦٨٤١ دونماً) في عموم المحافظة، وتمثل نسبة (٤,٦%) من مجموع المساحة المحصولية في المحافظة ، أما التركيز العام لمساحة البساتين كان ضمن قضاء الشامية بواقع (٢٢٩١٤ دونماً) أي ما يشكل بنسبة (٦٢,٢%) من مساحة البساتين في عموم المحافظة ، ويعد نخل كلي بلغ (٧٦٤٧٣٤ نخلة) إذ شكل نسبة (٦٧,٦%) من مجموع النخيل الكلي في المحافظة. كان منها (٦٨٧٠٣٦ نخلة) منتجة. أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب قضاء الديوانية بمساحة مزروعة قدرها (٨٤٥٥ دونماً) أي ما يعادل (٢٣%) من مجموع المساحة المزروعة بالنخيل في المحافظة. زرعت فيها (٢٢٠٠٦١ نخلة) بما يعادل (١٩,٤%) من مجموع النخيل الكلي في المحافظة. أما المنتج منها فقد بلغ (١٤٨٧٩٠ نخلة). وجاء قضاء الحمزة بالمرتبة الثالثة من حيث المساحة المزروعة بالبساتين إذ بلغت (٣٦٧٧ دونماً) أي ما يشكل نسبة (٩,٩%) من مجموع مساحة البساتين في المحافظة ، وكان العدد الكلي للنخيل في القضاء بلغ (١٠٣٩٠٧ نخلة)، أما العدد المنتج من نخل القضاء فبلغ (٨٤٤٧١ نخلة)، ومن ثم جاء قضاء عفاك بالمرتبة الأخيرة بواقع (١٧٩٥ دونماً) أي ما نسبته (٤,٩%) من مجموع المساحة الكلية في المحافظة ويعد نخل بلغ (٦١٦١٢ نخلة) كان عدد المنتج منها (٥٣٣٣٢ نخلة) فقط. أما على مستوى النواحي فقد تصدرت نواحي قضاء الشامية بقية نواحي المحافظة بنسب (٢٨,٨% و ١٤,١% و ١١,١% و ٨,١%) لكل من ناحية غماس وناحية المهناوية وناحية الصلاحية ومركز قضاء الشامية على الترتيب.

#### ب. من حيث الإنتاج :

تستثمر حوالي (٩٧٣٦٢٩ نخلة منتجة) في المحافظة ومن خلالها بلغت كمية الإنتاج (٤٤٠٧٥,٧ طناً) من التمور مختلفة الاصناف إذ توزع هذا الإنتاج بشكل متباين بين الوحدات الإدارية في المحافظة وذلك تبعاً لتباين اعداد النخيل المنتج ومتوسط إنتاجية النخلة الواحدة.

جدول (٢٠) التوزيع الجغرافي لمعدل مساحة البساتين وعدد النخيل والإنتاج والإنتاجية في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

القضاء	الناحية	معدل مساحة البساتين (دونم)	عدد النخيل الكلي	النخيل المنتج		متوسط إنتاجية النخلة (كغم)	معدل الإنتاج (طن)	%
				%	نخلة			
الديوانية	م. ق. الديوانية	١٥٥٠	٤١٠١٨	٢,٨	٢٧٣٨٧	٤٥	١٢٣٢,٤١	٢,٩
	ن. السنية	٣١٩٤	٢١٥١٠	١,٦	١٥٤٦٠	٥٠	٧٧٣	١,٧
	ن. الدغارة	٣٥٠٠	١٠٢٣٦٨	٨,٤	٨١٢٣٠	٥٠	٤٠٦١,٥٠	٩,٣
	ن. الشافعية	٢١١	٥٥١٦٥	٤,٥	٤٢٧١٣	٤٠	١٧٠٨,٥٢	٣,٨
	المجموع/ المعدل	٨٤٥٥	٢٢٠٠٦١	١٧,٣	١٤٨٧٩٠	٤٦,٢٥	٧٧٧٥,٤٣	١٧,٧
عفك	م. ق. عفك	٦٥٩	٢٢٤٨٠	٢,٨	١٩١٣٥	٥٠	٩٥٦,٧٥	٢,١
	ن. سومر	٦٣٨	٢١١٢٣	٢,٩	٢٠٠٥٧	٤٠	٨٠٢,٧٨	١,٥
	ن. نفر	٢٤٦	٩٤٦٦	٠,٧	٧٢١٣	٤٠	٢٨٦	٠,٥
	ن. البدير	٢٥٢	٨٥٤٣	٠,٧	٦٩٢٧	٤٥	٣١٣,٧٣	٠,٥
	المجموع/ المعدل	١٧٩٥	٦١٦١٢	٧,١	٥٣٣٣٢	٤٣,٧٥	٢٠٦٢,٢٦	٤,٦
الحمزة	م. ق. الحمزة	٢٠٢٨	٦٢٧٠٢	٤,٧	٤٥٩٥٣	٤٠	١٨٣٨,١٢	٤,١
	ن. السدير	١٤٢٤	٣٠٠٨٢	٣	٢٨٧٦٠	٥٠	١٤٣٨	٣,٢
	ن. الشناقية	٢٢٥	١١١٢٣	١	٩٧٥٨	٤٥	٤٣٩,١١	١,١
	المجموع/ المعدل	٣٦٧٧	١٠٣٩٠٧	٨,٧	٨٤٤٧١	٤٥	٣٧١٥,٢٣	٨,٤
	م. ق. الشامية	٢٩٨٦	١٢٠٤٧٠	١٣,٩	١٠٧٤٥	٥٠	٥٣٧٢,٥٠	١٢,٢
الشامية	ن. المهناوية	٥٢٠٠	١٧٠٥٦٧	١٤,٦	١٤٢٤١٣	٥٠	٧١٢٠,٦٥	١٦,٣
	ن. الصلاحية	٤١١٩	١٥٩٣٢٨	١٤	١٣٥٨٠٣	٤٥	٦١١١,٦٣	١٣,٨
	ن. غماس	١٠٦٠٩	٣١٤٣٦٩	٢٤,٤	٢٣٨٣٧٠	٥٠	١١٩١٨	٢٧
	المجموع/ المعدل	٢٢٩١٤	٧٦٤٧٣٤	٦٦,٩	٦٨٧٠٣٦	٤٨,٧٥	٣٠٥٢٢,٧٨	٦٩,٣
	المجموع الكلي/ المعدل الكلي	٣٦٨٤١	١١٣٠١١٤	١٠٠	٩٧٣٦٢٩	٤٥,٩٣	٤٤٠٧٥,٧	١٠٠

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ م.

احتل قضاء الشامية المرتبة الأولى بواقع إنتاج (٣٠٥٢٢,٧٨ طناً) ما يشكل نسبة (٦٩,٣%) من مجموع الإنتاج في المحافظة، يليه قضاء الديوانية إذ حقق إنتاج مقداره (٧٧٧٥,٤٣ طناً) بما يعادل (١٧,٧%) من مجموع إنتاج التمور في المحافظة. ثم قضاءي الحمزة وعفك بكمية إنتاج بلغت (٣٧١٥,٢٣ طناً) و(٢٠٦٢,٢٦ طناً) وينسب (٨,٤%)

و٤,٦%) لكل منهما على الترتيب. ولتحليل تباين إنتاج التمور بين الوحدات الإدارية في منطقة الدراسة فقد صنفت الى فئات عديدة جدول (٢٠) وخريطة (١٣). وكما يأتي:

#### - الفئة الأولى (٢٨٦-٣١٩٤) طناً:

تشمل هذه الفئة (١٠ وحدات ادارية) وهي مركز قضاء الديوانية وناحية الشافعية ومركز قضاء عفك وناحية سومر وناحية البدير وناحية نفر وناحية السدير وناحية السنية وناحية الشنافية ومركز قضاء الحمزة) بلغ إنتاج هذه الفئة (٩٤٩١,٤٢ طناً)، ما يشكل نسبة (٢١,٦%) من مجموع إنتاج المحافظة من التمور ، وبلغ أقل إنتاج ضمن هذه الفئة (٢٨٦ طناً) تمثل في ناحية نفر، بينما بلغ اعلى إنتاج (١٧٠٨ طناً) في ناحية الشافعية.

#### - الفئة الثانية (٣١٩٥ - ٦١٠٢) طناً:

تضم هذه الفئة كلاً من (ناحية الدغارة ومركز قضاء الشامية) بلغ انتاجهما على الترتيب (٤٠٦١,٥٠ طناً) و(٥٣٧٢,٥٠ طناً) ويمثلا ما نسبته (٢١,٤%) من الإنتاج الكلي لمحصول التمور في منطقة الدراسة.

#### - الفئة الثالثة (٦١٠٣-٩٠١٠) طناً:

تقع ضمن هذه الفئة (ناحيتين فقط) هما (المهناوية والصلاحية) بلغ مجموع انتاجهما (٣٢٣٢,٢٨ طناً) ليشكل نسبة (٣٠%) من الإنتاج الكلي لمحصول التمور في منطقة الدراسة.

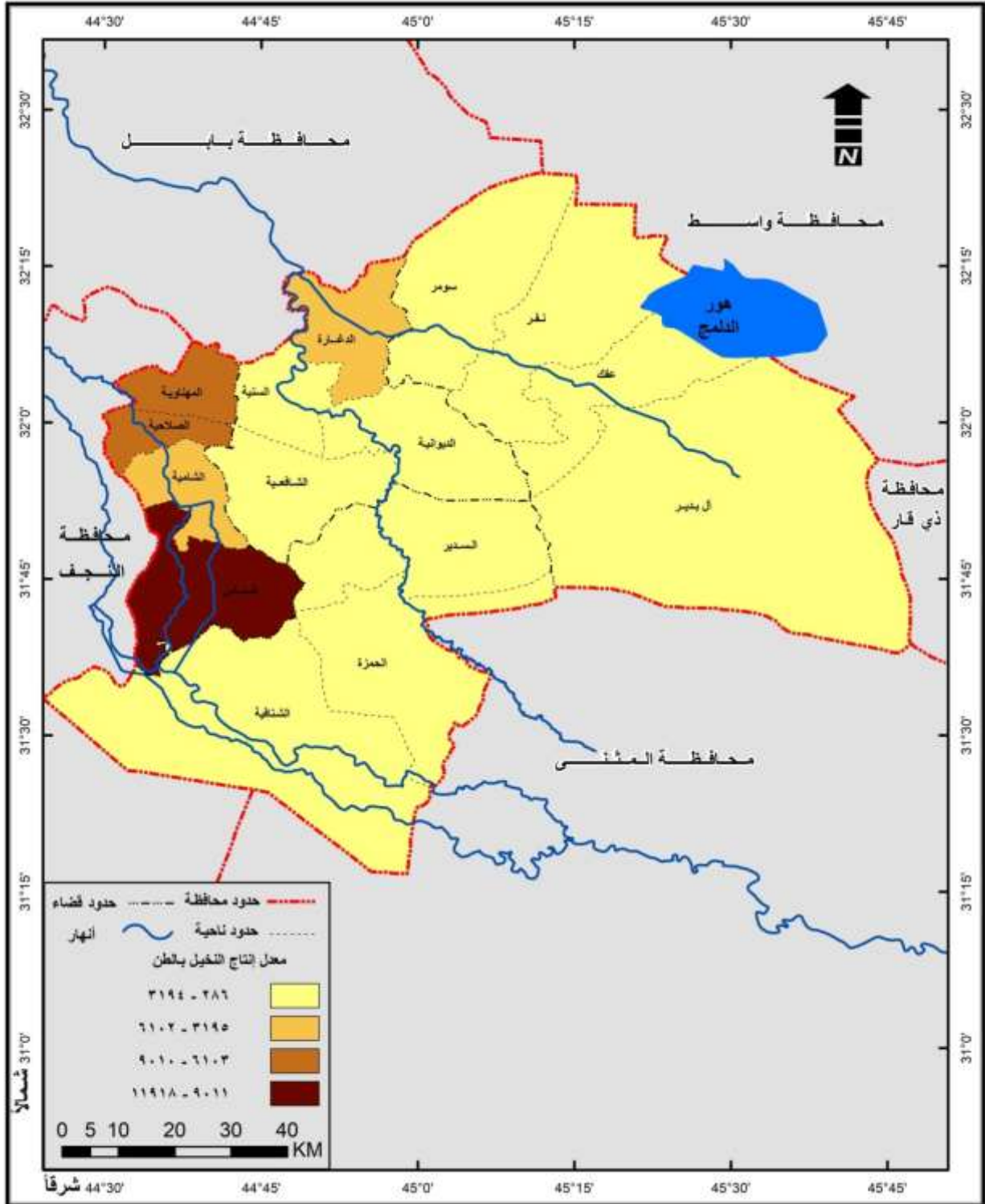
#### - الفئة الرابعة (٩٠١١-١١٩١٨) طناً:

تتمثل هذه الفئة في ناحية غماس فقط بكمية انتاج بلغت (١٩١٨ طناً) أي ما يشكل نسبة (٢٧%) من مجموع إنتاج محصول التمور في المحافظة.

#### ت. من حيث الانتاجية :

بلغ المعدل العام لإنتاجية في المحافظة (٤٥,٩٣ كغم/نخلة) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية ، إذ تصدر قضاءي الشامية والديوانية بقية الاقضية بإنتاجية اعلى من المعدل العام إذ بلغت (٤٨,٧٥ كغم/نخلة) و(٤٦,٢٥ كغم/نخلة) لكل منهما على الترتيب ، بينما كانت الإنتاجية في قضاءي الحمزة وعفك اقل من المعدل العام إذ بلغت (٤٥ كغم/نخلة) و(٤٣,٧٥ كغم/نخلة) لكل منهما على الترتيب.

خريطة (١٣) التوزيع الجغرافي لمعدل انتاج (بالطن) أشجار النخيل في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (٢٠).

## ٢. اشجار الفاكهة:

الفاكهة هي احدى محاصيل البستنة وهي تحتل المرتبة الثانية في الهرم الغذائي بعد مجموعة الحبوب، ويقصد بها ثمار وبذور الأشجار والشجيرات والنباتات العشبية المعمرة الصالحة للأكل من قبل الإنسان ، وتتصف الفاكهة بقيمتها الغذائية والصحية علاوة على حلاوة طعمها وجمال منظرها ، وتحتوي على مركبات عضوية هامة<sup>(١)</sup>.

تمثل درجة الحرارة أهم العناصر المناخية المؤثرة على زراعة وإنتاج أشجار الفاكهة بصفة عامة ، إذ تمثل المتحكم الرئيس في تحديد موسم النمو ، إذ يؤدي ارتفاع درجات الحرارة عن الحد الاعلى اللازم لنمو هذه الاشجار خلال فترة نضج الى تساقط الثمار والازهار بسبب الجفاف وكذلك حدوث تشوهات في الثمار مما يقلل من جودتها وتفقد حبوب اللقاح حيويتها ويضعف نمو أنبوب اللقاح بارتفاع درجة الحرارة كما ان ارتفاعها في بداية النمو يسبب قتل الجذور او تقليل نموها ، إذ يقل نشاط الجذور بارتفاع وانخفاض درجة الحرارة عن المعدل ، وتؤدي الى شدة (التبخر والنتح) وتعمل على تناقص الرطوبة وبالتالي ينعكس ذلك على ذبول اوراق الأشجار ومن ثم ثمارها<sup>(٢)</sup>.

يمكن زراعة أشجار الفاكهة في أراضي متباينة من حيث قوام التربة ولكن يفضل ان يتراوح قوامها من التربة الرملية الى طينية خفيفة ، وينبغي ان تكون التربة جيدة التصريف وخالية من الطبقات الصماء بحيث لا يقل بعد مستوى الماء الأرضي عن (١٥٠ سم) من سطح التربة ، ويتوقف نجاح نموها الخضري وارتفاع انتاجها لحد كبير على خواص وصفات تلك الأراضي ، كما أن من المفروض الابتعاد عن زراعتها في الأراضي المالحة ، إذ ان ارتفاع الأملاح في التربة يؤدي الى نقص العناصر الغذائية على الاشجار رغم توفرها في الأراضي وتستجيب الأشجار للتسميد الأوزوني كما أن أيونات الكلوريد تسبب سمية مباشرة للأشجار<sup>(٣)</sup>.

وتعد زراعة الفاكهة من ضمن الزراعات الكثيفة التي تشتهر بطول فترة نموها فبعضها يحتاج الى فترة ثمانية اشهر كما أن الحمضيات تتطلب فترة نمو ابتداءً من شهر آذار ولغاية

(١) مخلف شلال مرعي وابراهيم محمد حسون القصاب ، مصدر سابق ، ص ٢٧١.

(٢) رعد رحيم حمود ، تطوير زراعة الحمضيات بالطريقة المكشوفة في محافظة ديالى - قضاء بعقوبة ، مجلة الفتح ، العدد (٣٩) ، ٢٠٠٩ ، ص ٥.

(٣) سلامة عبد سالم شريف ، زراعة وانتاج الموالح ، معهد بحوث البساتين ، مصر ، ٢٠١٠ ، ص ٢-٣.

شهر تشرين الأول في حين تتطلب اشجار فواكه اخرى فترة نمو ستة اشهر كما في اشجار الخوخ والمشمش والرمان والعنب والنخيل والزيتون ، وتختلف اشجار الفاكهة في احتياجاتها المائية وذلك حسب نوع الشجرة والظروف البيئية النامية فيها من درجة الحرارة والرطوبة والرياح والاضاءة ونوع التربة المزروعة فيها وغيرها من العوامل ، إذ يؤدي الماء اثراً مهماً في حياة النبات فهو يمثل تقريباً (٩٠%) من وزن الثمار والاقرع وحوالي (٤٠%) من خلايا الخشب الميتة ويمثل (١٠%) من محتوى البذور الحية. وان من اهم أشجار الفاكهة الموجودة في المحافظة هي أشجار التفاحيات مثل اشجار (التفاح والتين والرمان والعنب)، والحمضيات مثل اشجار (البرتقال والليمون والنانج) فضلاً عن الأشجار ذات النواة الصلبة مثل السدر (النبق) والمشمش ، فضلاً عن أشجار الزيتون ، ويلحظ من جدول (٢١) وخريطة (١٤).

أن أشجار الفاكهة تنتشر في مناطق متفرقة من منطقة الدراسة ما عدا قضاء الشامية وبعض اجزاء من قضاءي الديوانية والحمزة ، ولعل السبب في ذلك ان الأراضي الزراعية في هذه المناطق مستغلة بالكامل في زراعة المحاصيل الرئيسية كالحنطة والشعير والشلب ، وهي تحتاج إلى عناية كبيرة ومستمرة على مدار السنة وخاصة في فترة نضوج الثمار.

#### رابعاً: محاصيل العلف

تمثل محاصيل العلف المحاصيل الزراعية التي يتم زراعتها لغرض الاستفادة منها بوصفها غذاءً رئيسياً للحيوانات ، ونباتات العلف اما تنمو بصورة طبيعية كما هو الحال في المراعي الطبيعية أو تزرع من قبل الإنسان وعندئذ تعرف بمحاصيل العلف<sup>(١)</sup>. التي توفر احتياجات الحيوان من الغذاء في اوقات شحة المراعي الطبيعية المتمثلة بالمحاصيل العلفية الخضراء<sup>(٢)</sup>، إذ تعطى على هيئة علف اخضر او بعد عمل (الدريس)<sup>(\*)</sup> منها ، وتتم زراعتها في منطقة الدراسة بثلاث أنواع (الذرة البيضاء العلفية والجت والبرسيم).

(١) منذر خماس جبار العبادي، اثر بعض العمليات الزراعية ، والزراعة المتداخلة على صفات النمو والصفات

الخضرية لنباتات البرسيم ، مجلة الفرات للعلوم الزراعية ، العدد (١)، جامعة بابل، ٢٠١٠، ص ٣٠.

(٢) سلام سالم عبد هادي الجبوري ، الثروة الحيوانية في محافظة القادسية وإمكانيات تنميتها، اطروحة دكتوراه

(غ. م)، كلية الآداب ، جامعة الكوفة، ٢٠١٥، ص ٢١٩.

(\*) الدريس: عبارة عن محصول علف اخضر قطع وجفف حتى يمكن حفظه مدة طويلة يبقى فيها صالحاً لتغذية الحيوانات ، ويلجأ الفلاح الى عمل الدريس عندما يزيد انتاج محصول العلف الاخضر عنده عن احتياجات مواشيه اثناء فصل النمو. للاستزادة ينظر: صبحي احمد الدليمي وعبد السلام عارف عبد الرزاق، جغرافية الزراعة، ط١، دار امجد للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٢٠، ص ٩٧.



جدول (٢١)

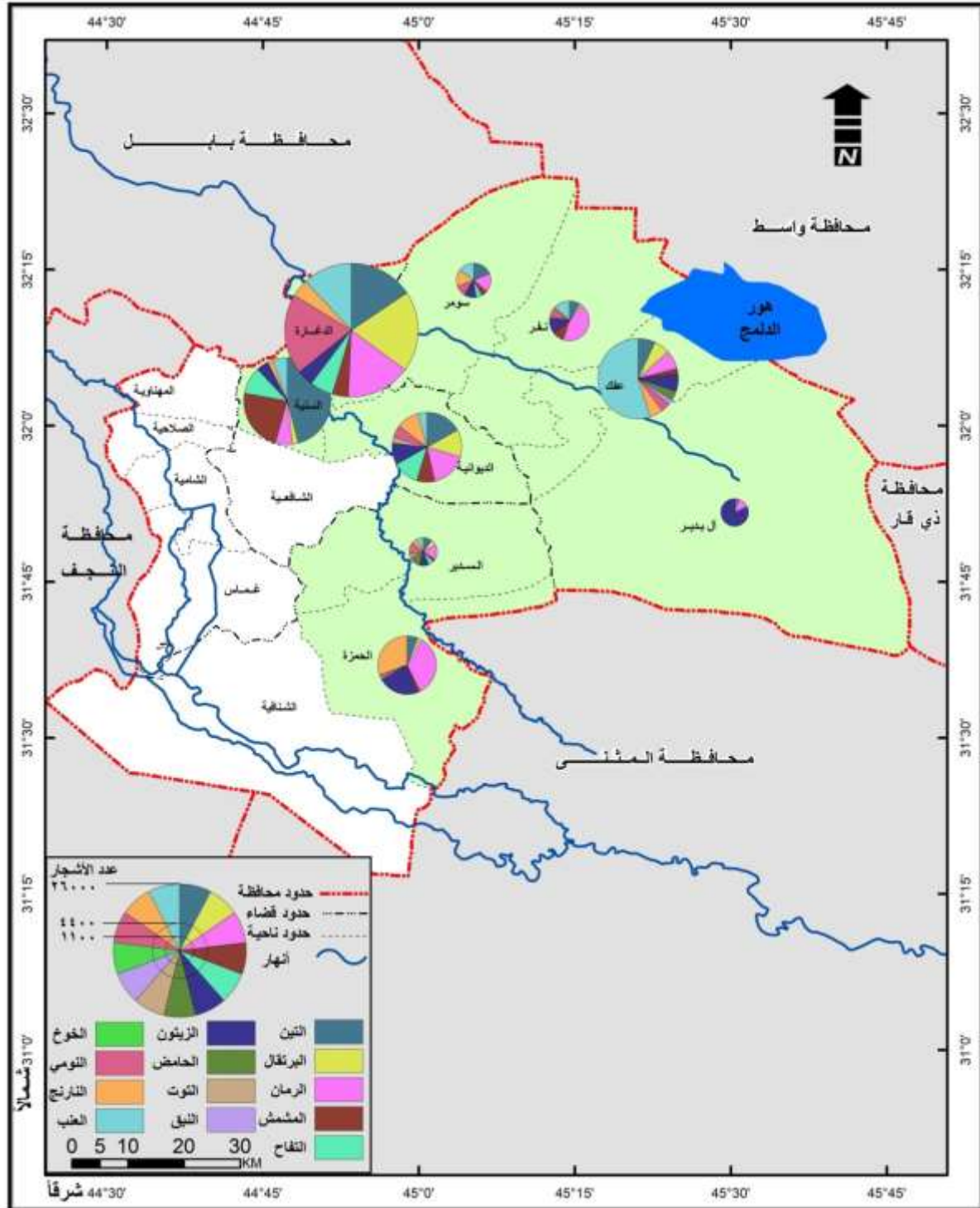
التوزيع الجغرافي لأعداد أشجار الفاكهة في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية لعام ٢٠٢١

القضاء	الناحية	الزيتون	البرتقال	التابونج	الرمان	المشمش	التفاح	الزيتون	الحامض	الزيتون	الزيتون	الزيتون	الزيتون
الديوانية	م. ق. الديوانية	١٢٠٠	٩٠٠	٧٥٠	١٢٠٠	٦٠٠	٨٦٠	٧١٠	-	٢٠٠	-	٤٠٠	٣٠٠
	ن. السنية	٥٠٠٠	٢٢٥	٢١٠	٧٠٠	٢٥٥٠	١١٠٠	٥٠٠	-	١٠٠	-	-	٦٠٠
	ن. الدغارة	٤٠٠٠	٥٠٠٠	١٠٩٠	٤٠٠٠	١٠٠٠	١٤٥٠	١٠٠٠	١٠٥	٢٠٠	١٠٠	٥٠٠٠	٣٠٨٧
	ن. الشافعية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	المجموع	١٠٢٠٠	٦١٢٥	٢٠٥٠	٥٩٠٠	٤١٥٠	٣٤١٠	٢٢١٠	١٠٥	٥٠٠	١٠٠	٥٤٠٠	٣٩٨٧
عفك	م. ق. عفك	٦٤٥	٦٠٠	٥٠٠	٧٠١	٢١٣	٨٨	٦٥٠	٣٥٠	١٣	٢٠٠	٣٤٠	٥١٠٠
	ن. سومر	٣٢٠	-	٢٧٨	٣١٠	٩٩	٩٨	١٩٥	-	٢٠	-	١٦٠	٢٥٥
	ن. نفر	٢٠٠	٥٠	٣٠	١٠٠٠	٢١٣	٢٠	٣٠٠	-	٣٣	١٢	١٥٠	٣٠٠
	ن. البدير	٥٠	-	-	١٥٠	-	-	٩٠٠	-	-	-	-	-
	المجموع	١٢١٥	٦٥٠	٨٠٨	٢١٦١	٥٢٥	٢٠٦	٢٠٤٥	٣٥٠	٦٦	٢١٢	٦٥٠	٥٦٥٥
الحمزة	م. ق. الحمزة	٣٠٠	١٠٠	١٥٠٠	١٧٠٠	١٠٠	٤٣	١١٠٠	-	٦٥	١٦	٦٧	-
	ن. السدير	١٢٠	٨٠	٧٥	١٩٩	٣٢	٧٠	١٢٥	١٤٥	٥٥	-	١٦٥	٩٠
	ن. الشنافية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	المجموع	٤٢٠	١٨٠	١٥٧٥	١٨٩٩	١٣٢	١١٣	١٢٢٥	١٤٥	١٢٠	١٦	٢٣٢	٩٠
الشامية	م. ق. الشامية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ن. المهناوية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ن. الصلاحية	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ن. غماس	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	المجموع	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع الكلي		١١٨٣٥	٦٩٥٥	٤٤٣٣	٩٩٦٠	٤٨٠٧	٣٧٢٩	٥٤٨٠	٦٠٠	٦٨٦	٣٢٨	٦٢٨٢	٩٧٣٢

المصدر: بالاعتماد على :

- (١) مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ م.
- (٢) مديرية احصاء محافظة القادسية ، شعبة الاحصاء الزراعي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ م.

خريطة (١٤) التوزيع الجغرافي لأعداد أشجار الفاكهة في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بدلالة بيانات جدول (٢١).

- (١) مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١م.
- (٢) مديرية احصاء محافظة القادسية ، شعبة الاحصاء الزراعي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١م.

بلغ معدل المساحة المزروعة بمحاصيل العلف في المحافظة للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١) (٢٣٧٠٥ دونماً)، ونسبة (٢,٩%) من اجمالي مساحة المحاصيل الرئيسية في المحافظة وبالباقي (٧٩٨٤٠٨ دونماً). جدول (١٣) ويمكن دراسة المحاصيل الثلاث على النحو الآتي:

### ١. محصول الذرة البيضاء

تعد الذرة البيضاء من محاصيل العلف الرئيسية التي تزرع لتستعمل علفاً حيوياً للحيوانات او علفاً اخضر في حالة طرية او بعد تجفيفها ، فضلاً عن دخولها في صناعة السكر والزيوت ، وتأتي أهميتها من احتواء حبوبها على (٧٠%) كاربوهيدرات ذائبة و(١٣%) بروتين خام و(٣,٣%) دهون و(١,٥%) الياف و(١,٧%) معادن ، ولصعوبة هضم حبوب الذرة البيضاء يفضل ترطيبها بالماء او جرشها قبل تقديمها للحيوانات<sup>(١)</sup>.

تلائم المقومات الطبيعية في منطقة الدراسة انتاج محصول الذرة البيضاء لما يتسم به من خصائص لاسيما فصل النمو الطويل الذي يتراوح بين (٣-٤) اشهر، وبما أنه يتحمل الجفاف والتربة المتملحة التي تقل فيها الموارد المائية عن حاجة المحصول ويتفق ذلك في الأراضي الزراعية البعيدة عن مجاري الأنهار، فضلاً عن ذلك فأنتاجه لا يحتاج الى أيدي عاملة زراعية كبيرة لذلك تنتشر زراعته في الجهات القليلة السكان<sup>(٢)</sup>.

وتتمثل العوامل الملائمة لزراعة المحصول بدرجات الحرارة وهو من المحاصيل الصيفية المحبة للحرارة إذ تعد درجة الحرارة (٢٧-٣٥) م<sup>٥</sup> هي الدرجة المثلى للنمو التي يوجد فيها المحصول ، أما درجة الحرارة العظمى فهي (٤٥ م<sup>٥</sup>)، والصغرى تتراوح بين (١٠-١٢) م<sup>٥</sup><sup>(٣)</sup>. وتحتاج الذرة البيضاء الى مقنن مائي يصل الى حوالي (٤١٥١ م<sup>٣</sup>/ دونم)<sup>(٤)</sup>، إذ تعد من المحاصيل المقاومة للجفاف وقلة المياه إذ لها القابلية على الالتفاف على نفسها اثناء الجفاف وقلة المياه<sup>(٥)</sup> وتوجد زراعته في التربة الطينية المزيجية إذ تعطي الحد الأعلى من الحاصل

(١) مفتاح محمد شلقم وعباس حسن شويلية ، الحبوب والبقول الغذائية ، ط١، منشورات جامعة سبها ، مصر ، ٢٠١١، ص١٤٧-١٤٨.

(٢) الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع عدد من الفلاحين في ناحية السدير ، بتاريخ ٣٠/٤/٢٠٢٢.

(٣) فيصل محبس الطاهر وشيما ابراهيم الرفاعي، استجابة تراكيب وراثية من الذرة البيضاء لمواقع ومواسم مختلفة، مجلة جامعة ذي قار العلمية ، المجلد (٨) العدد (١)، جامعة ذي قار، ٢٠٢١، ص٢.

(٤) وزارة الري ، تقييم استغلال الموارد المائية للأغراض الزراعية في العراق ، دراسة رقم (٢٤)، ٢٠٠٠، ص٧.

(٥) عبد الحميد احمد اليونس، انتاج وتحسين المحاصيل ، ج١، دار الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد، ١٩٩٣، ص٥٩٧.

الحبوبي، ويمكن زراعتها في التربة الفقيرة او القلوية الملحية ، فضلاً عن زراعتها في التربة ذات الحموضة (٥,٥ - ٨,٥) من (PH)، ولكن تجود زراعة المحصول في التربة ذات الحموضة (٦,٥-٧) من (PH)<sup>(١)</sup>.

أما في منطقة الدراسة أن العوامل الطبيعية تتلاءم مع زراعة المحصول ، إذ تتميز بطول فصل النمو للمحصول صيفاً ، إذ يزرع في المناطق الزراعية ذات التربة المتملحة لمقاومته الملوحة ، كما يزرع في المناطق التي تقل فيها الحصة المائية ، تبدأ زراعته في شهر تموز ويحصد في شهر تشرين الأول الى بداية تشرين الثاني. إذ بلغت المساحة المزروعة بالمحصول للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١) (١١٣١٧ دونماً)، وبنسبة (١,٤%) من اجمالي المساحة المزروعة بالمحاصيل الرئيسية في المحافظة وبالباغة (٧٩٨٤٠٨ دونماً) وبنسبة (٤٧,٧%) من مجموع المساحة المزروعة بالمحاصيل العلفية وبالباغة (٢٣٧٠٥ دونماً). أما توزيعها الجغرافي لإنتاجه فيتضح من خلال الحقائق الآتية ممثلة بالجدول (٢٢):

#### أ. من حيث المساحة المستثمرة:

تصدر قضاء عفك أفضية المحافظة إذ استأثر بنسبة (٥٤,٤%) من اجمالي معدل المساحة المزروعة وبالباغة (١١٣١٧ دونماً)، ويعود السبب الى الظروف الطبيعية الملائمة لزراعته بالقضاء وأهمها الحصة المائية ، يليه قضاء الحمزة بنسبة (١٧,٩%)، ومن ثم قضاءي الديوانية والشامية بنسبة (١٧% و ١٠,٧%) لكل منهما على الترتيب، ويعود السبب الى قلة زراعة المحصول الى قلة اهميته مقارنة بالمحاصيل الأخرى . شكل (٩).

أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية البدير بقية النواحي بنسبة (٢٤,٤%)، ثم مركز قضاء عفك بنسبة (١٦,٣%)، يليه ناحيتي غماس والشنافية بنسبة (١٠,٧%) و(٩,٥%)، لكل منهما على الترتيب .

#### ب. من حيث الإنتاج :

بلغ معدل الإنتاج في المحافظة (٣٩٥٤,٧ طناً) وهو متباين بين الوحدات الإدارية، إذ تصدر قضاء عفك بقية الأفضية بنسبة (٥٤,٧%)، يليه قضاء الحمزة بنسبة (١٨,٨%)، ثم قضاء الديوانية وقضاء الشامية بنسب (١٣,٨% و ٨,٧%) لكل منهما على الترتيب. أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية البدير بقية نواحي المحافظة بنسبة (٢٨%)، يليها مركز قضاء عفك

(١) وفق الشماع وعبد الحميد احمد اليونس ، مصدر سابق ، ص ١١٩.

بنسبة (١٦,٤%)، ثم ناحية الشنافية بنسبة (١٢,٥%). ويمكن تقسيم الوحدات الإدارية في منطقة الدراسة الى قسمين هما:

جدول (٢٢) التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الذرة البيضاء في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

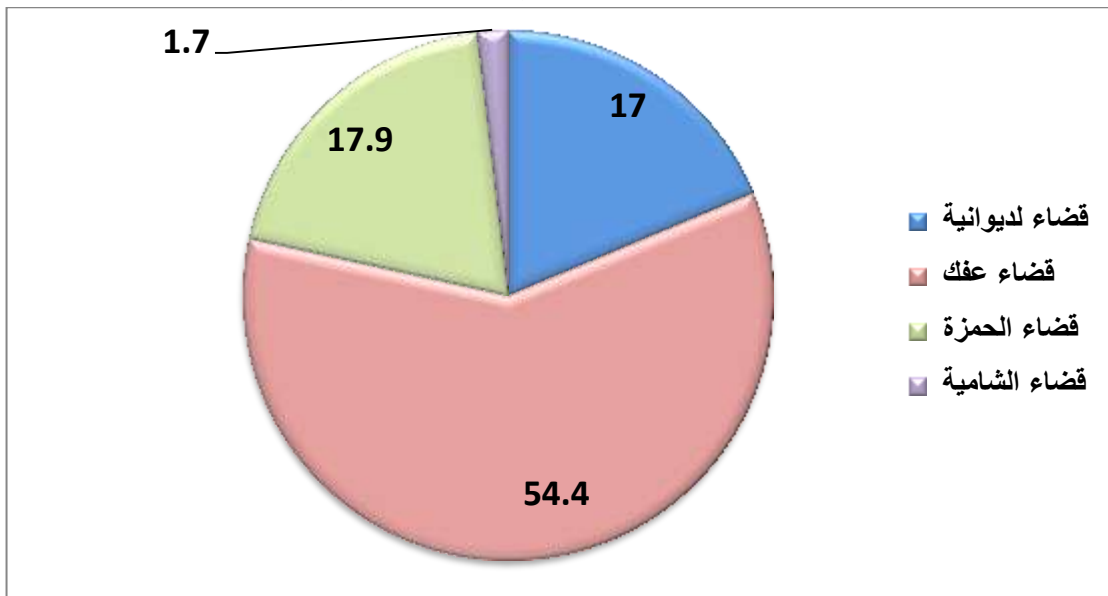
القضاء	الناحية	معدل المساحة المزروعة (دونم)	%	معدل الإنتاج (طن)	%	معدل الإنتاجية (كغم/ دونم)
الديوانية	م. ق. الديوانية	٦١٢,٦	٥,٤	٢٢٣,٦	٥٨	٣٦٥
	ن. السنية	٣٧٣,٨	٣,٣	١٧١,٦	٤,٤	٤٥٨,٥
	ن. الدغارة	٢٠٨,٢	١,٨	٤٧	١,٣	٢٢٨,٧
	ن. الشنافية	٧٤٥,٦	٦,٥	٢٥٨,٥	٦,٥	٣٤٦,٦
	المجموع/ معدل الانتاجية	١٩٤٠,٢	١٧	٧٠٠,٧	١٧,٨	٣٤٩,٧
عفك	م. ق. عفك	١٨٤٧,٣	١٦,٣	٦٥٠,٢	١٦,٤	٣٥٢
	ن. سومر	٨٣٦,٥	٧,٤	٢٥٦,٢	٦,٥	٣٠٦,٥
	ن. نفر	٦٧٥,٤	٦,٣	١٥٢,٥	٣,٨	٢٢٥,٨
	ن. البدير	٢٧٦٨,٣	٢٤,٤	١١٠,٣	٢٨	٣٩٨,٤
	المجموع/ معدل الانتاجية	٦١٢٧,٥	٥٤,٤	٢١٦١,٩	٥٤,٧	٣٢٠,٧
الحمزة	م. ق. الحمزة	٥٠١,١	٤,٤	١٢٢,٩	٣,١	٢٤٥,٣
	ن. السدير	٤٥٣,٤	٤	١٣٠	٣,٢	٢٨٦,٦
	ن. الشنافية	١٠٨٦,١	٩,٥	٤٩٣,٢	١٢,٥	٤٥٤,١
	المجموع/ معدل الانتاجية	٢٠٤٠,٦	١٧,٩	٧٤٦,١	١٨,٨	٣٢٨,٦
الشمالية	م. ق. الشمالية(*)	-	-	-	-	-
	ن. المهناوية	-	-	-	-	-
	ن. الصلاحية	-	-	-	-	-
	ن. غماس	١٢٠٨,٧	١٠,٧	٣٤٦	٨,٧	٢٨٦,٣
	المجموع/ معدل الانتاجية	١٢٠٨,٧	١٠,٧	٣٤٦	٨,٧	٢٨٦,٣
	المجموع الكلي/ معدل الانتاجية الكلي	١١٣١٧	١٠٠	٣٩٥٤,٧	١٠٠	٣٢١,٣

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ م.

(\*) لم يظهر إنتاج للذرة البيضاء في قضاء الشمالية ونواحيه ما عدا ناحية غماس لاستعمالها كعلف اخضر للماشية.

- الوحدات الادارية التي لم تظهر بها مساحات مستثمرة بمحصول الذرة البيضاء: وتتمثل ب(مركز قضاء الشامية وناحية المهناوية وناحية الصلاحية) ويعود ذلك الى شيوع زراعة محصول الشلب مما يجعله منافس ضعيف معه حيث تسود زراعته في القضاء
- الوحدات الادارية التي تنتج محصول الذرة البيضاء: ويمكن تقسيمها بحسب معدل إنتاجها الى أربع فئات وكما توضحها الخريطة (١٥):

شكل (٩) التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الذرة البيضاء بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (٢٢).

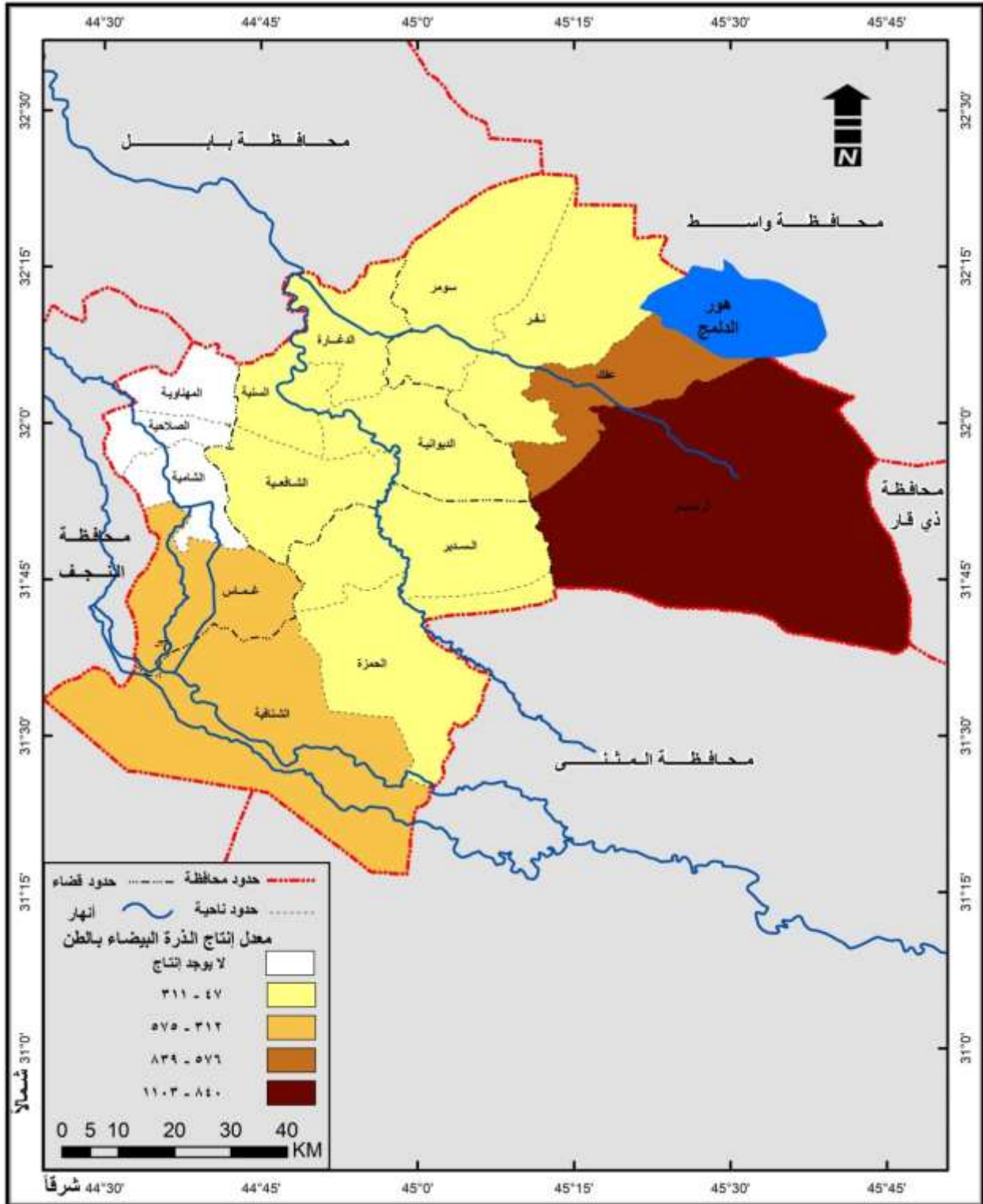
#### - الفئة الأولى (٤٧-٣١١) طناً:

تندرج تحت هذه الفئة (٨ وحدات ادارية) تتمثل (مركز قضاء الديوانية وناحية السنية وناحية الدغارة وناحية الشافعية وناحية سومر وناحية نفر ومركز قضاء الحمزة وناحية السدير) بمجموع إنتاج بلغ (١٣٦٢,٣ طناً)، أي ما نسبته (٣٤,٤%) من الإنتاج الكلي لمحصول الذرة البيضاء في منطقة الدراسة وتراوح انتاج هذه الفئة بين (٤٧ طناً) في ناحية الدغارة وبين (٢٥٨,٥ طناً) في ناحية الشافعية.

#### - الفئة الثانية (٣١٢-٥٧٥) طناً:

تقع ضمن حدود هذه الفئة ناحيتي (غماس والشنافية)، بمجموع إنتاج بلغ (٨٣٩,٢ طناً) وهو يشكل نسبة (٢١,٢%) من الإنتاج الكلي لمحصول الذرة البيضاء في المحافظة.

خريطة (١٥) التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الذرة البيضاء في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (٢٢).

## - الفئة الثالثة (٥٧٦-٨٣٩) طناً:

تتمثل هذه الفئة في مركز قضاء عفك بمجموع انتاج بلغ (٦٥٠,٢ طناً) أي ما نسبته (١٦,٥%) من مجموع الإنتاج الكلي لمحصول الذرة البيضاء في منطقة الدراسة.

## - الفئة الرابعة (٨٤٠-١١٠٣) طناً:

تقع هذه الفئة ضمن ناحية البدير بمجموع انتاج بلغ (١١٠٣ طناً) ليشكل نسبة (٢٧,٩%) من مجموع الإنتاج الكلي لمحصول الذرة البيضاء في محافظة القادسية.

## ت. من حيث الانتاجية :

بلغ المعدل العام لإنتاجية محصول الذرة البيضاء في المحافظة (٣٢١,٣ كغم/دونم) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية ، فقد تصدر قضاء الديوانية بإنتاجية بلغت (٣٤٩,٧ كغم/دونم) وهي اعلى من المعدل العام في المحافظة يليه قضاء الحمزة بإنتاجية بلغت (٣٢٨,٦ كغم/دونم)، بينما بلغت إنتاجية قضاءي الشامية وعفك (٢٨٦,٣ كغم/دونم) و(٣٢٠,٧ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب وهي أقل من المعدل العام في المحافظة. ويعود سبب هذا التباين في الإنتاجية الى العوامل البشرية وأهمها اليد العاملة ذات الخبرة المتوارثة لدى الفلاح لزراعة المحصول ، فضلاً عن شيوع زراعة الشلب لاسيما في قضاء الشامية مما يجعله منافس ضعيف حيث تسود زراعته في القضاء.

## ٢. محصول الجت :

يعد محصول الجت من أهم محاصيل العلف وهو محصول بقولي معمر يبقى ويمكن له أن يوفر إنتاجاً لمدة (٤-٥) سنوات ، وتأتي أهميته كونه يمتاز بالقيمة الغذائية العالية لاحتوائه على (٣٧,٤٣%) من الكاربوهيدرات و(٢٧,٨٧%) من البروتين و(١٢,٧٦%) معادن ومواد أخرى<sup>(١)</sup>. وتتمثل العوامل الملائمة لإنتاج المحصول بدرجة الحرارة المثالية والتي تبلغ (٣٠ م<sup>٥</sup>) ودرجة الحرارة الصغرى اللازمة لأنباته تصل الى (١ م<sup>٥</sup>)، بينما تصل درجة الحرارة العظمى الى (٣٧ م<sup>٥</sup>)<sup>(٢)</sup>.

(١) حكمت عسكر رومي، زراعة الجت في العراق ، المجلس الزراعي الأعلى ، مكتب التنسيق والبحوث الزراعية ، بغداد ، ١٩٧٩، ص٤-٥.

(٢) مجيد محسن الانصاري وزميلاه ، مبادئ المحاصيل الحقلية ، مطبعة دار المعرفة ، بغداد ، ١٩٨٠، ص٥٩.



أما احتياج الدونم الواحد المزروع بمحصول الجت من المياه فتصل الى (٧٩٢٣ م<sup>٣</sup>/دونم) وتزداد الحاجة الى المياه تبعاً لدرجة نمو المحصول وزيادة الغطاء الخضري بمعدل رية واحدة كل اسبوع ، وينمو محصول الجت في أنواع من التربة ، ولكنه يعطي اجود إنتاج في الترب المزيجية العميقة الجيدة الصرف ذات القدرة المتوسطة على الاحتفاظ بالرطوبة ، ولا يجود إنتاجه في التربة الثقيلة نظراً لعدم تحمل المحصول المياه الراكدة سواء اكانت فوق سطح التربة أم في داخلها<sup>(١)</sup>، وتلائم هذه العوامل في منطقة الدراسة زراعة وإنتاج محصول الجت ، إذ يزرع كمحصول صيفي وتبدأ زراعته في فصل الربيع بشهر آذار وتستمر زراعته الى النصف الأول من شهر نيسان ، وكمحصول شتوي تبدأ زراعته في الخريف ابتداء من شهر تشرين الأول الى النصف الأول من شهر تشرين الثاني إذ تعد هذه المواعيد الزراعية أفضل موعد لزراعة المحصول. وتحتاج الحشة الأولى للمحصول الى مرور (٦٠-٧٠) يوماً بعد زراعته، ويمكن الحصول على (٦-٨) حشات في السنة الأولى و(٩-١٠) حشات في السنوات اللاحقة<sup>(٢)</sup>.

أما التوزيع الجغرافي للمساحة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الجت بحسب الوحدات الإدارية في المحافظة ، فيمكن توضيحه من خلال الحقائق الآتية:

#### أ. من حيث المساحة المستثمرة:

يلحظ من الجدول (١٣) ان مجموع المساحة المستثمرة بزراعة محصول الجت بلغت (٧٣٦٠ دونماً) وبنسبة (٣١%) من مجموع مساحة المحاصيل العلفية وبنسبة (٠,٩%) من المساحة المستثمرة بالمحاصيل الرئيسة في المحافظة. أما بالنسبة للتوزيع الجغرافي لمحصول الجت في المحافظة فيتضح من خلال الجدول (٢٣) ان هنالك تباين في المساحة المزروعة في ما بين الوحدات الإدارية في المحافظة، إذ استأثر قضاء الحمزة بالمركز الأول بنسبة بلغت (٣٧,٤%) من اجمالي معدل المساحة المزروعة بالمحصول والبالغة (٧٣٦٠ دونماً) ويعود ذلك الى رغبة الفلاح في زراعته لتحسين التربة ومعالجة مشكلة الملوحة ، فضلاً عن ارتفاع اعداد الثروة الحيوانية في القضاء مما يزيد من الطلب على المحصول، ويأتي قضاء عفك ثانياً بنسبة (٣٤,٧%)، ثم قضاء الديوانية بالمرتبة الثالثة وبنسبة (٢٧,٩%)، اما قضاء الشامية فلا تتم فيه

(١) ناصر حسين صفر ، محاصيل العلف والمراعي ، مطبعة التعليم العالي والبحث العلمي ، بغداد، ١٩٨٨، ص٧٩.

(٢) محمود أحمد معيوف ، مدخل للبقوليات في العراق ، دار الكتب للطباعة والنشر ، جامعة الموصل ،

الموصل ، ١٩٨٢، ص١٦١.

زراعة المحصول فيه بسبب منافسة المحاصيل الزراعية الأخرى واهمها محاصيل الحبوب. شكل (١٠).

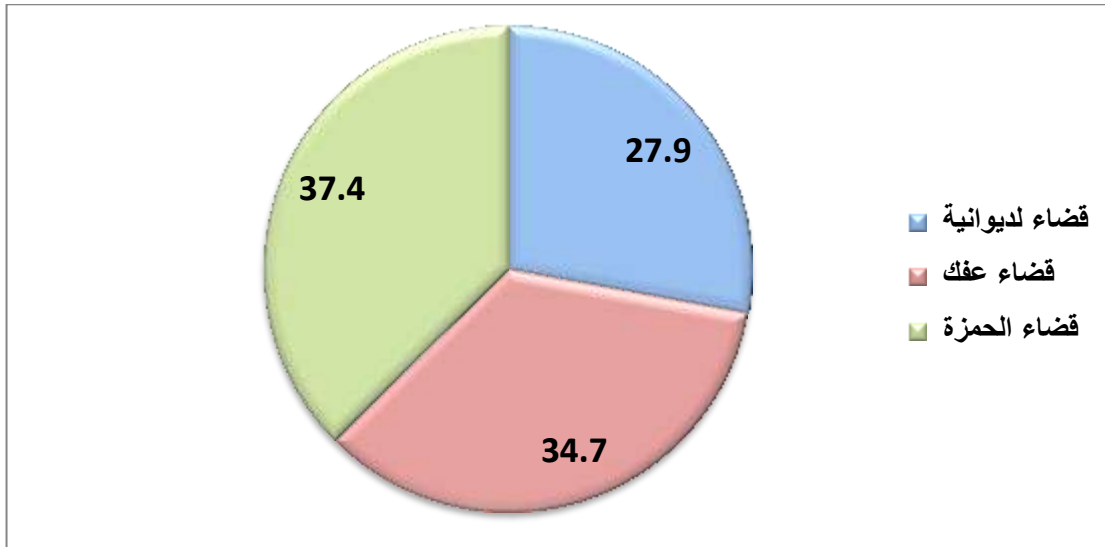
جدول (٢٣) التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول الجت في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

القضاء	الناحية	معدل المساحة المزروعة (دونم)	%	معدل الإنتاج (طن)	%	معدل الإنتاجية (كغم/دونم)
الديوانية	م. ق. الديوانية	٧٢,٨	٠,٩	٢٥٤	١	٣٥٠٠
	ن. السنية	٩٨٥,٣	١٣,٥	٢٩٥٦,٢	١٢,٣	٣٠٠٠
	ن. الدغارة	٤٢٤,٦	٥,٧	١٣٨٠,٦	٥,٧	٣٢٥٠
	ن. الشافعية	٥٨٠	٧,٨	١٤٥١,٤	٦	٢٥٠٢,٤
	المجموع/ معدل الانتاجية	٢٠٦٢,٧	٢٧,٩	٦٠٤٢,٢	٢٥	٣٠٦٣,١
عفك	م. ق. عفك	١١٦٧,٤	١٥,٨	٤٦٧٠	١٩,٤	٤٠٠٠
	ن. سومر	٤٧٨,٩	٦,٥	١٤٣٦,٣	٥,٩	٣٠٠٠
	ن. نفر	٦٠٤,٦	٨,٤	١٥١١,٥	٦,٣	٢٥٠٠
	ن. البدير	٢٩٦,٢	٤	١٠٣٦,٧	٤,٤	٣٥٠٠
	المجموع/ معدل الانتاجية	٢٥٤٧,١	٣٤,٧	٨٦٥٤,٥	٣٦	٣٢٥٠
الحمزة	م. ق. الحمزة	٩٨٦,٣	١٣,٤	٣٤٥٢	١٤,٣	٣٥٠٠
	ن. السدير	٥٦٤,٨	٧,٦	١٦٩٤,٤	٧	٣٠٠٠
	ن. الشافعية	١١٩٩,١	١٦,٤	٤١٩٦,٨	١٧,٥	٣٥٠٠
	المجموع/ معدل الانتاجية	٢٧٥٠,٢	٣٧,٤	٩٣١٦,٢	٣٨,٨	٣٣٣٣,٣
الشامية	م. ق. الشامية	-	-	-	-	-
	ن. المهناوية	-	-	-	-	-
	ن. الصلاحية	-	-	-	-	-
	ن. غماس	-	-	-	-	-
	المجموع/ معدل الانتاجية	-	-	-	-	-
المجموع الكلي/ معدل الانتاجية الكلي		٧٣٦٠	١٠٠	٢٤٠١٢,٩	١٠٠	٣٢١٥,٤

المصدر: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ م.

أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية الشافعية بقية النواحي بنسبة (١٦,٤%) من إجمالي المساحة المستثمرة بمحصول الجت في المحافظة، يليها مركز قضاء عفك بنسبة (١٥,٨%)، ومن ثم ناحية السنية ومركز قضاء الحمزة بنسب (١٣,٥% و ١٣,٤%)، لكل منهما على الترتيب.

شكل (١٠) التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول الجت بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (٢٣).

#### ب. من حيث الإنتاج :

يمكن تقسيم الوحدات الإدارية في المحافظة الى قسمين هما:

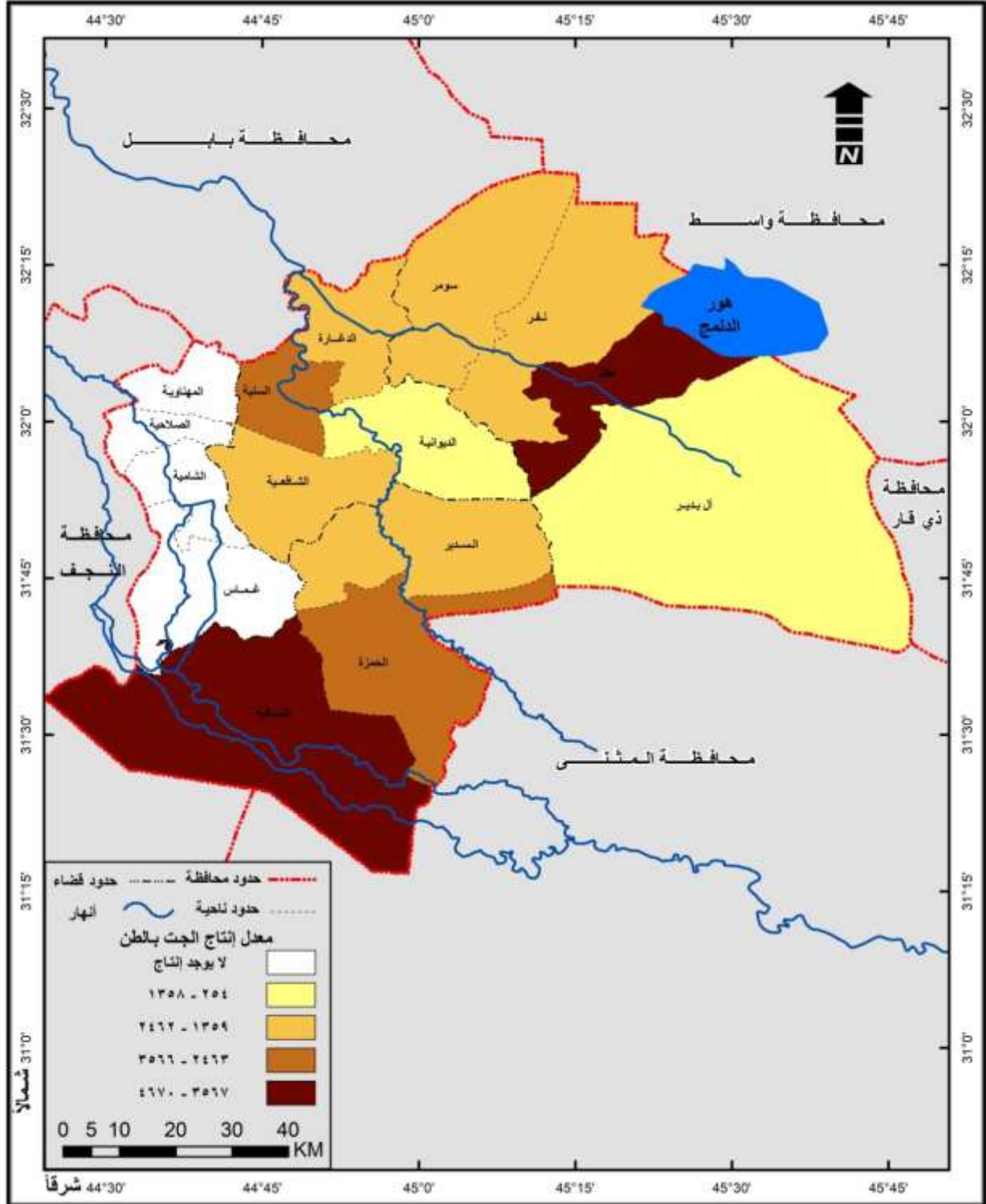
- الوحدات الإدارية التي لم تظهر بها مساحات مستثمرة بمحصول الجت: و يبلغ عددها (٤ وحدات إدارية) تضم كلاً من (مركز قضاء الشامية وناحية المهناوية وناحية الصلاحية وناحية غماس).
  - الوحدات الإدارية التي تنتج محصول الجت: ويمكن تقسيمها بحسب معدلات إنتاجها الى أربع فئات وكما توضحها الخريطة (١٦)
- الفئة الأولى (٢٥٤-١٣٥٨) طناً:

تضم هذه الفئة الوحدات الادارية ذات الإنتاج المنخفض وهي (مركز قضاء الديوانية وناحية البدير) وبكمية إنتاج بلغت (١٢٩٠,٧ طناً)، لتشكل نسبة (٥,٤%) من اجمالي إنتاج المحافظة من محصول الجت.

- الفئة الثانية (١٣٥٩ - ٢٤٦٢) طناً:

تشمل الوحدات الإدارية ذات الإنتاج المتوسط وتضم (٥ وحدات إدارية) هي (ناحية الدغارة وناحية الشافعية وناحية سومر وناحية نفر وناحية السدير)، بلغت كمية إنتاجها (٧٤٧٤,٢ طناً) ما يشكل نسبة (٣١,١%) من اجمالي إنتاج محصول الجت في المحافظة.

خريطة (١٦) التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول الجت في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (٢٣).

## - الفئة الثالثة (٢٤٦٣-٣٥٦٦) طنناً:

تقع ضمن هذه الفئة (ناحية السنية ومركز قضاء الحمزة) وبمجموع انتاج بلغ (٦٤٠٨,٢ طنناً) أي ما نسبته (٢٦,٥%) من الإنتاج الكلي للمحصول في منطقة الدراسة.

## - الفئة الرابعة (٣٥٦٧-٤٦٧٠) طنناً:

بلغ مجموع انتاج هذه الفئة (٨٨٦٦,٨ طنناً) يشكل نسبة (٣٧%) من الإنتاج الكلي لمحصول الجت في المحافظة، وتركز الإنتاج في هذه الفئة في مركز قضاء عفك وناحية الشنافية.

## ت. من حيث الانتاجية :

بلغ المعدل العام للإنتاجية في المحافظة (٣٢١٥,٤ كغم/دونم) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية، فقد تصدر قضاء الحمزة بقية الأفضية بمعدل انتاجية بلغت (٣٣٣٣,٣ كغم/دونم) وهي أعلى من المعدل العام في المحافظة ، بينما بلغت الإنتاجية في قضاء عفك (٣٢٥٠ كغم/دونم)، ثم قضاء الديوانية بإنتاجية بلغت (٣٠٦٣,١ كغم/دونم) وهي أقل من المعدل العام.

## ٣. محصول البرسيم :

يعد البرسيم أحد أهم محاصيل العلف الحولية في العراق ، ويأتي بعد الجت من حيث الأهمية إلا انه يعد المحصول العلفي الأول في بعض الدول العربية كمصر والسعودية، وقد أدخلت زراعته في العديد من الدول ذات الشتاء المعتدل التي لا تتخفف فيها درجات الحرارة دون الصفر المئوي كثيراً ومنها العراق. إذ يعطى علفاً أخضراً للحيوانات أو بعد تجفيفه وعمله دريس يستعمل لتغذية الحيوانات عند نقص الاعلاف الخضراء ، ويعمل البرسيم على زيادة خصوبة التربة بما يضيف لها من كميات عنصر الاوزون المثبتة للنتروجين في التربة ما يعمل على زيادة انتاج وإنتاجية الدونم من المحصول<sup>(١)</sup>.

أما من حيث الظروف الملائمة لزراعته فالمحصول يحتاج الى درجات حرارة معتدلة طول مدة نموه فإذا ارتفعت درجات الحرارة عن (٣٥ م°) ستؤثر على نسبة الإنبات وتضعف نمو البادرات، أما إذا انخفضت درجات الحرارة سيؤخر الإنبات ويبطئ نمو البادرات ، فضلاً عن موتها بسبب الجفاف الحاصل في سطح التربة ، وإذا انخفضت درجات الحرارة الى درجة التجمد قد يقتل البادرات الصغيرة وقد يحرق اوراق النباتات الطويلة وأطراف النبات<sup>(٢)</sup>. لذا فإن المحصول

(١) علي الدجوي ، محاصيل العلف ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، ١٩٩٦ ، ص ١٢.

(٢) محمد محمد كذلك ، زراعة محاصيل الاعلاف والمراعي ، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٢ ، ص ١٤٦.

يحتاج الى درجات حرارة عظمى تصل الى (٣٢ م°) ودرجات حرارة صغرى تبلغ (١ م°)، أما درجة الحرارة المثلى لنمو المحصول فهي (٣٠ م°) <sup>(١)</sup>.

يزرع محصول البرسيم في جميع أنواع التربة ما عدا التربة الملحية والغدقة ، ويجود في التربة الطينية المزيجية ذات درجة حموضة (٦-٧) PH و يبلغ الإنتاج اقصاه في التربة ذات الحموضة (٦ PH) إذ يكون نمو الجذور اسرع وأقوى ، لذا يعد البرسيم مقياساً لخصوبة التربة <sup>(٢)</sup>. ويحتاج محصول البرسيم الى (٦-٧) ريات خلال موسم إنتاجه الذي يبدأ في أوائل شهر تشرين الأول والى منتصف شهر تشرين الثاني ، وفي منطقة الدراسة ينتج محصول البرسيم مع محصول الشعير للاستفادة منهما كأعلاف خضراء <sup>(٣)</sup>.

اما في المحافظة فتلائم العوامل الجغرافية زراعته فيها، إذ بلغ معدل المساحة المزروعة بالمحصول (٤٨٣٠ دونماً) للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)، وبنسبة (٠,٦%) من اجمالي معدل المساحة المزروعة بالمحاصيل الرئيسة في المحافظة، والبالغة (٧٩٨٤٠٨ دونماً) جدول (١٣) وتشكل نسبة (٢٠,٣%) من مجموع المساحات المزروعة بمحاصيل العلف في المحافظة. أما التوزيع الجغرافي للمحصول فيتضح من خلال الحقائق الآتية ممثلة بالجدول (٢٤):

#### أ. من حيث المساحة المستثمرة:

يتضح ان هناك تبايناً في المساحة المزروعة ما بين الوحدات الإدارية في المحافظة، إذ استأثر قضاء عفك بأعلى نسبة بلغت (٣٦,٨%) ويعود السبب في ذلك الى ملائمة التربة لزراعة المحصول ، فضلاً عن وفرة الحصة المائية المناسبة ، يليه قضاء الحمزة بنسبة (٣٥,٥%)، ويأتي قضاء الديوانية ثالثاً بنسبة (٢٧,٧%) أما قضاء الشامية فلا تتم زراعة المحصول فيه لمنافسة المحاصيل الزراعية الأخرى الأكثر أهمية من الناحية الاقتصادية وأهمها محاصيل الحبوب وأولها محصول الشلب. شكل (١١). أما على مستوى النواحي فقد تصدرت ناحية الشناقية بقية النواحي بنسبة (١٦%)، يليها مركز قضاء عفك بنسبة (١٤%)، ومن ثم مركز قضاء الحمزة وناحية السنية بنسب (١١,٧% و ١٠,٤%)، لكل منهما على الترتيب.

(١) مجيد محسن الانصاري وزميلاه ، مبادئ المحاصيل الحقلية العملي ، مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل ، الموصل ، ١٩٨٠، ص ٣٧.

(٢) محمد محمد كذلك ، مصدر سابق ، ص ٤١ و ٤٩.

(٣) محمد عبد السعيد، اساسيات انتاج المحاصيل الحقلية، مصدر سابق ، ص ٣٧٤.

جدول (٢٤) التوزيع الجغرافي لمعدل المساحة المزروعة والإنتاج والإنتاجية لمحصول البرسيم في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

القضاء	الناحية	معدل المساحة المزروعة (دونم)	%	معدل الإنتاج (طن)	%	معدل الإنتاجية (كغم/ دونم)
الديوانية	م. ق. الديوانية	١٧٦,٣	٣,٦	٤٩٤	٢,٧	٣٨٠٢,٤
	ن. السنية	٤٩٨,٧	١٠,٤	٢٠٢٠,٨	١١,١	٤٠٥٢,٢
	ن. الدغارة	٢٧٨,٢	٥,٧	٩٨٢,٢	٥,٤	٣٥٣٠,٨
	ن. الشافعية	٣٨٧,١	٨	١١٣٣,٣	٦,٣	٢٩٢٦,٩
	المجموع/ معدل الانتاجية	١٣٤٠,٣	٢٧,٧	٤٦٣٠,٣	٢٥,٥	٣٣٢٨
عفك	م. ق. عفك	٦٧٨,٢	١٤	٢٧٧٣,٨	١٥,٢	٤٠٩٠
	ن. سومر	٣٦٥,٧	٧,٥	١٢٧٢,٩	٧	٣٤٨٠,٨
	ن. نفر	٤٢٣,٥	٨,٧	١٦٢٧,٦	٩	٣٨٤٣,٢
	ن. البدير	٣١٠	٦,٦	٧٧٥,٩	٤,٢	٢٥٠٢,٩
	المجموع/ معدل الانتاجية	١٧٧٧,٤	٣٦,٨	٦٤٥٠,٢	٣٥,٤	٣٤٧٩,٢
الحمزة	م. ق. الحمزة	٥٦٨	١١,٧	٢٠٦٦,٤	١١,٣	٣٦٣٨,٢
	ن. السدير	٣٧٦	٧,٨	١٥٠٩,٩	٨,٣	٤٠١٥,٧
	ن. الشافعية	٧٦٨,٣	١٦	٣٥٤٢	١٩,٥	٤٦١٠,١
	المجموع/ معدل الانتاجية	١٧١٢,٣	٣٥,٥	٧١١٨,٣	٣٩,١	٤٠٨٨
	م. ق. الشامية	-	-	-	-	-
الشامية	ن. المهناوية	-	-	-	-	-
	ن. الصلاحية	-	-	-	-	-
	ن. غماس	-	-	-	-	-
	المجموع/ معدل الانتاجية	-	-	-	-	-
	المجموع الكلي/ معدل الانتاجية الكلي	٤٨٣٠	١٠٠	١٨١٩٨,٨	١٠٠	٣٦٣١,٧

المصدر: بالاعتماد على:

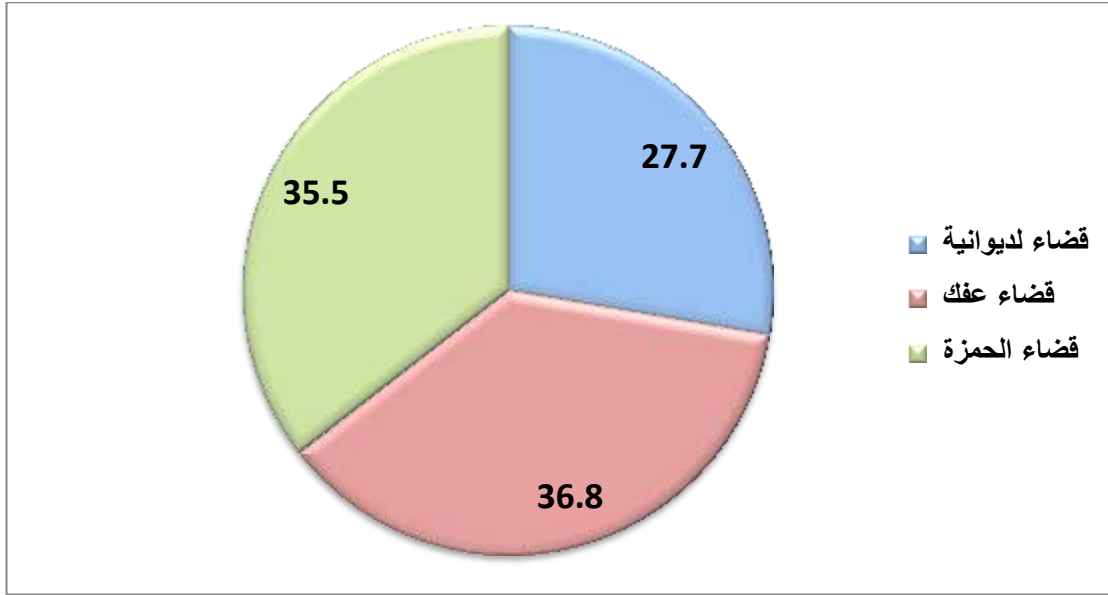
- (١) مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١م.
- (٢) مديرية احصاء محافظة القادسية ، شعبة الاحصاء الزراعي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١م.

#### ب. من حيث الإنتاج :

يمكن تقسيم الوحدات الإدارية في المحافظة من حيث الانتاج الى قسمين هما:

- الوحدات الإدارية التي لم تظهر بها مساحات مستثمرة بمحصول البرسيم ويبلغ عددها (٤ وحدات إدارية) لتشكل نسبة (٢٦,٦%) من مجموع الوحدات الادارية في المحافظة وهي تضم كلاً من (مركز قضاء الشامية، ناحية المهناوية ، ناحية الصلاحية، ناحية غماس).

شكل (١١) التوزيع النسبي للمساحة المستثمرة في زراعة محصول البرسيم بحسب اقصية محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (٢٤).

• الوحدات الإدارية التي تنتج محصول البرسيم: ويبلغ عددها (١١ وحدة ادارية) تشكل ما نسبته (٧٣,٤%) من مجموع الوحدات الادارية في المحافظة، ويمكن تقسيمها بحسب معدلات إنتاجها الى أربع فئات وكما توضحها الخريطة (١٧)

#### - الفئة الأولى (٤٩٤-١٢٥٦) طناً:

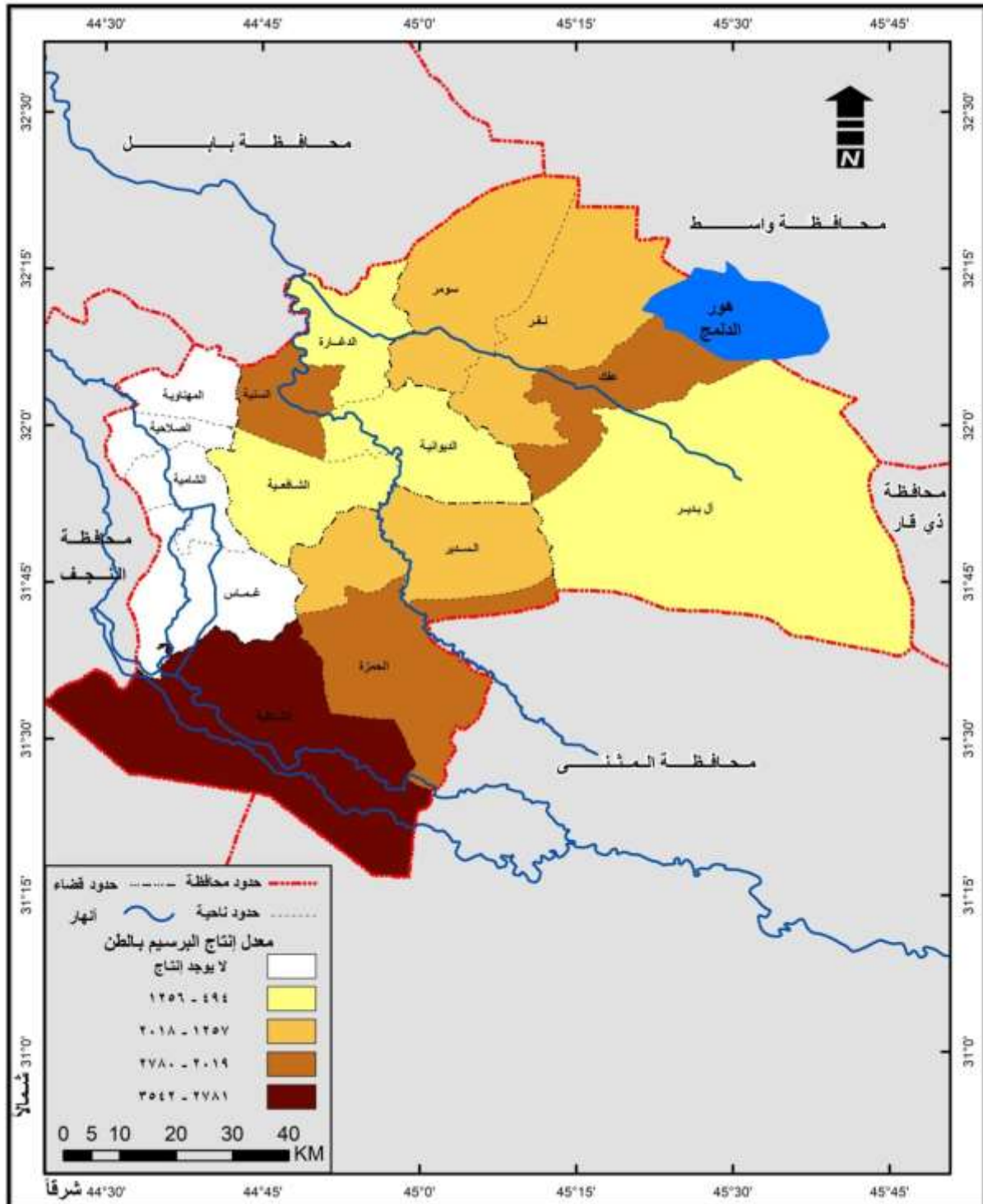
تتمثل هذه الفئة بالوحدات الإدارية ذات الإنتاجية المنخفضة وتضم (٤ وحدات ادارية) وهي (مركز قضاء الديوانية وناحية الدغارة وناحية الشافعية وناحية البدير) إذ بلغ إنتاجها من محصول البرسيم (٣٣٨٥,٤ طناً)، ليشكل نسبة (١٨,٦%) من الإنتاج الاجمالي لمحصول البرسيم في المحافظة.

#### - الفئة الثانية (١٢٥٧ - ٢٠١٨) طناً:

بلغ عدد الوحدات الإدارية لهذه الفئة (٣ وحدات إدارية) تضم نواحي (نفر وسومر والسدير) بمجموع إنتاج بلغ (٦٤٣١,٢ طناً) أي ما نسبته (٣٥,٣%) من الإنتاج الكلي في المحافظة. وتتمثل اقل إنتاج ضمن هذه الفئة في ناحية سومر وقد بلغ (١٢٧٢,٩ طناً)، فيما بلغ أعلى إنتاج (٢٠٢٠,٨ طناً) وذلك في ناحية السنية.



خريطة (١٧) التوزيع الجغرافي لمعدل الانتاج (بالطن) لمحصول البرسيم في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (٢٤).

- الفئة الثالثة (٢٠١٩-٢٧٨٠) طنًا:

تقع ضمن هذه الفئة (٣ وحدات ادارية) هي (مركزي قضاء عفاك والحمزة وناحية السنية) وبمجموع انتاج (٤٨٤٠,٢ طنًا) ونسبة (٢٦,٦%) من مجموع الإنتاج الكلي في منطقة الدراسة.

- الفئة الرابعة (٢٧٨١-٣٥٤٢) طنًا:

تتمثل هذه الفئة بوحدة إدارية واحدة هي (ناحية الشنافية) وبمعدل انتاج بلغ (٣٥٤٢ طنًا) ويمثل نسبة (١٩,٥%) من الإنتاج الكلي لمحصول البرسيم في المحافظة.

ب. من حيث الانتاجية :

بلغ المعدل العام للإنتاجية في المحافظة (٣٦٣١,٧ كغم/دونم) وهي متباينة بين الوحدات الإدارية ، فقد تصدر قضاء الحمزة بقية الأفضية في المحافظة بإنتاجية بلغت (٤٠٨٨ كغم/دونم) وهي اعلى من المعدل العام في المحافظة، بينما بلغت الإنتاجية في قضاءي عفاك والديوانية (٣٤٧٩,٢ كغم/دونم) و(٣٣٢٨ كغم/دونم) لكل منهما على الترتيب وهي أقل من المعدل العام في المحافظة.

## الفصل الرابع

التحليل المكاني لمؤسسات وطرائق تسويق الإنتاج  
الزراعي النباتي في محافظة القادسية

المبحث الأول

التحليل المكاني لمؤسسات تسويق الإنتاج الزراعي  
النباتي في محافظة القادسية

المبحث الثاني

التحليل المكاني لطرائق تسويق الإنتاج الزراعي النباتي  
في محافظة القادسية

المبحث الثالث

التحليل الكمي للعلاقات المكانية بين الكميات المسوقة  
للمحاصيل الزراعية النباتية والمتغيرات المؤثرة فيها في  
محافظة القادسية

## المبحث الأول

## التحليل المكاني لمؤسسات تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية

## استهلال:

تعد العملية التسويقية من المهام التي تمارس في مختلف المجتمعات الإنسانية، إذ تشمل جميع السلع الزراعية والصناعية والتجارية ، كما تشمل تسويق الأفكار والابتكارات الحديثة ، إذ يحتاج كل منها إلى منافذ تسويقية تتمثل بالمؤسسات التسويقية التي تمتلك القدرة على إيصال السلعة إلى المستهلك النهائي<sup>(١)</sup>.

فمن الناحية الاقتصادية لاسيما الزراعية منها يعد وجود مؤسسات تسويقية تتمثل بالمراكز التسويقية والمخازن ومراكز التعبئة والتغليف بيئة راجحة للمنتج الزراعي لتعريف انتاجه وتطويره ومن الناحية الكمية والنوعية بحثاً عن مردود مادي من خلال البيع ودخوله حيز المنافسة مع المحاصيل الزراعية المعروضة سواء من النوع نفسه أو الأنواع الأخرى<sup>(٢)</sup> فعند شعور المزارع بالاطمئنان لوجود مؤسسات تسويقية متنوعة منها داخلية وأخرى ذات علاقات مع الأسواق الإقليمية يمكن ان يضع خطة تنمية باتجاه الوصول إلى مرحلة الاكتفاء الذاتي المحلي من السلعة. بل الوصول إلى فائض تصديري يضمن له مردود اقتصادي جيد ويعزز إمكانية الدولة اتجاه سياستها الاقتصادية ، وتهيئ المخازن محطات استلام وتسويق للمحاصيل الزراعية، فضلاً عن إمكانية أذخار التغيرات المادية والشكلية على المحصول خلال مدة الخزن<sup>(٣)</sup>.

ان المراكز التسويقية هي مجموعة من المؤسسات والتنظيمات التي من وظيفتها توفير السلعة او الخدمة للاستهلاك عن طريق تجسيد الفجوة بين المنتج والمستهلك<sup>(٤)</sup>، إذ تظهر تلك المراكز على شكل مخازن حكومية وأخرى أهلية أو أسواقاً محلية أو اقليمية سواء أكانت للبيع بالجملة أم بالمفرد، وسيرد ذكرها ضمن تصنيف المراكز التسويقية ، ويرد مصطلح السوق في التعاريف

(١) وليد يحيى سلام وصفية محمود السيد ، التسويق الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة الفيوم ، ٢٠١١ ، ص ٤.

(٢) نعيم حافظ أبو جمعة اساسيات وادارة التسويق ، ط١، دار القلم للنشر والتوزيع ، الامارات العربية المتحدة ، ١٩٩٩ ، ص ٥.

(٣) محمد حبيب العكيلي ، جغرافية الزراعة ، مصدر سابق ، ص ٤١٩.

(٤) عطا الله السرحان ، تقييم أنشطة التسويق الزراعي في الأردن (علاقة العرض والطلب) ٢٠٠٧ ، بحث

منشور في الشبكة العالمية للمعلومات متوفر على الرابط الآتي: [www.misuratou.edu](http://www.misuratou.edu)

التسويقية كمؤسسة تسويقية يمكن تعريفها بأنها مكان أو نظام الاتصال(\*) الذي يُمكن كل من البائع والمشتري من التفاهم والتعاقد مباشرة أو نيابة (عن طريق الغير) لنقل ملكية السلعة وفقاً للأسعار السائدة والمتفق عليها<sup>(١)</sup>.

من خلال دراسة المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية يمكن تصنيفها بما يتلاءم ومعطيات الدراسة لكي يتسنى لنا عكس الواقع التسويقي في المحافظة ، كذلك التعرف على ابرز مراكز التسويق الزراعي للإنتاج النباتي في منطقة الدراسة.

تعد محافظة القادسية من المحافظات التي تمتلك مقومات الإنتاج الزراعي ومن خلال دراسة الإنتاج الزراعي النباتي فيها توفرت رؤية واضحة حول إمكانيات ذلك الإنتاج والتي من الضروري ايجاد منافذ تسويقية لتصريف تلك الكميات المنتجة كلاً حسب نوعه ضمن المركز التسويقي الذي يتلاءم مع المحصول الزراعي الذي يوفر إمكانية الخزن والتعبئة أو اسلوب التبادل كل هذه الإمكانيات أدت إلى تنوع الأسواق المحلية في المحافظة ، الا ان هذا التنوع لم يكن ذا تطابق كامل مع التصانيف السابقة بسبب عدم وصول الإمكانيات التطبيقية والعملية التسويقية في العراق عموماً والمحافظة كجزء من العراق إلى مصاف الدول المتقدمة، لا بل قد تكون مفقورة إلى الكثير من الآليات والتقنيات التي تتوضح من خلال دراسة هذه المؤسسات بشكل يتماشى ونوع المحصول الزراعي ، فضلاً عن إمكانية استعراض دور التوزيع الجغرافي لتلك الأسواق وبيان اثره على المستهلك والمنتج في آن واحد. ويمكن تقسيم المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية على ما يأتي(\*\*):

أولاً: مؤسسات تسويق محاصيل الحبوب :

تبرز أهمية وجود مؤسسات تسويق محاصيل الحبوب نتيجة لانتساع المساحة المحصولية المستثمرة بزراعة محاصيل الحبوب وازدياد حجم الإنتاج في محافظة القادسية ، مما دعا إلى اتخاذ استراتيجيات وخطط سنوية تجري من خلالها وضع آلية لتنظيم عمل هذه المؤسسات المتخصصة باستلام محاصيل الحبوب (الحنطة والشعير والشلب) كلاً بحسب متطلباته

(\*) لا يشترط بالسوق ان ينظم مكان معين أو محدد وخصوصاً بعد التطور التكنولوجي في وسائل الاتصالات الحديثة فيمكن أن يكون سوقاً إلكترونياً عبر وسائل التواصل الاجتماعي في برامج الانترنت والهواتف الذكية.

للمزيد ينظر: احمد الطائي وتيسير العلاق ، مبادئ التسويق الحديث ، مصدر سابق ، ص ٢٥٧.

(١) سوزان وفيق العاني ، علم الاقتصاد الزراعي ، ط١ ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ٢٠٠٥ ، ص ١٢٠.

(\*\*) لا توجد في منطقة الدراسة مؤسسات متخصصة بتسويق محاصيل العلف ضمن القطاع العام.

التسويقية، إذ تعد محاصيل الحبوب من الركائز الأساسية التي تستند عليها قائمة المحاصيل الغذائية النباتية المتاحة ضمن المنتج العراقي المحلي والتي لا بد من وضع آلية تضمن زيادة في كمية الإنتاج عن طريق تشجيع الفلاحين والمزارعين على استثمار الأراضي المتاحة لزراعة هذه المحاصيل مقابل ضمان مقدم من الدولة في إمكانية استلام أي كمية من الحبوب مهما بلغ حجمها مع التميز بالجودة ، ويتم ذلك عن طريق مراكز متخصصة لاستلام ناتج محاصيل الحبوب وبأسعار جيدة تتيح للمنتج إمكانية الاستمرار في زراعة هذه المحاصيل ورفع مستواها الاقتصادي بل ودعمه بالبذور المحسنة والاسمدة وكل ما يحتاجه المنتج من قروض مالية للارتقاء بالإنتاج إلى مستوى الاكتفاء الذاتي لا بل وصولاً إلى مستوى التصدير إلى الأسواق العالمية. ويمكن تقسيم مؤسسات تسويق محاصيل الحبوب في محافظة القادسية إلى ما يأتي:

#### ١- الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع القادسية:

تأسست الشركة العامة لتجارة الحبوب في العراق بموجب القانون رقم (٣٢) لسنة ١٩٣٩، وكانت تؤدي واجبات لا تتعدى نشرة الاسعار والمعلومات المتيسرة عن الحبوب وبموجب القانون رقم (١٩٩) لسنة ١٩٦٩، اصبحت إحدى تشكيلات المؤسسة العامة للحبوب ، وقد تطورت مهام وواجبات الشركة خاصة بعد صدور قرارات مجلس تنظيم التجارة المرقمة (٤١٩٠٢٠٢) لعام ١٩٧٣، والخاصة بحصر تسويق الحبوب (الحنطة ، والشعير ، والشلب) بهذه الشركة وفي عام ١٩٨٧، تم الغاء المؤسسة بموجب قرار مجلس قيادة الثورة المنحل المرقم (٢٢٧) في ١١/٤/١٩٨٧، وارتبطت الشركة بوزارة التجارة. وفي عام ١٩٨٨ اصبح اسمها الشركة العامة لتجارة وتصنيع الحبوب بموجب قرار مجلس قيادة الثورة المنحل المرقم (٣١٧) في ١٢/٨/١٩٩٠ واصبح اسمها بموجب القانون (٥٢) لسنة ١٩٩٠ الشركة العامة لتجارة الحبوب.

من خلال تطور الوضع القانوني للشركة اعلاه فقد تطورت المهام والواجبات التي تؤديها هذه الشركة ونجحت في تحقيق شعار (قوة الشعب غاية مقدسة) وتحديداً خلال فترة الحصار الاقتصادي المفروض على العراق منذ أيلول ١٩٩٠ حيث واجهت الشركة صعوبة بالغة في تأمين أهم الموارد الغذائية وتوفير الكميات الكافية من محاصيل الحبوب<sup>(١)</sup>.

تم انشاء مخازن الشركة العامة لتجارة الحبوب في محافظة القادسية عام ١٩٧٨م كمؤسسة تسويقية لتجميع وتخزين محاصيل الحبوب (الشلب والحنطة) في موقع سايلو الديوانية، وذلك

(١) الموقع الرسمي للشركة العامة لتجارة الحبوب، ٢٠١٦، متوفر على الرابط الآتي: <http://www.grainb.iq>

لزيادة إنتاج هذه المحاصيل من حيث الكمية مما جعل من سايلو الديوانية مركزاً لاستلام كميات كبيرة من محصولي الشلب والحنطة ، وقد ظهر أن السايلاوات تستلم ما يقارب (٧٩%) من مجمل الإنتاج في أماكن التسويق والنسبة المتبقية (٢١%) يتم استهلاكها مباشرة أو ترك جزء منها كبذور أو تباع مباشرة في السوق المحلي<sup>(١)</sup>. ومع انخفاض إنتاج محصول الشلب في المحافظة والزيادة في إنتاج محصولي الحنطة والشعير كان لابد من إيجاد مخازن خاصة بالمحافظة لهذين المحصولين لذا تم إنشاء سايلو الديوانية لاستلام الحنطة والشعير، إذ بدأ العمل بذلك مطلع عام ١٩٨٢، استمر العمل بالتوسع في مخازن استلام محاصيل الحبوب من خلال إيجاد مخازن ذات مواصفات وأماكن مختلفة تستطيع استيعاب الكميات المسوقة إليها من الحبوب ليصل عددها إلى ثمان مواقع خزنية وهي كالاتي: كما توضحه خريطة (١٨).

#### أ- سايلو<sup>(\*)</sup> الديوانية (صومعة الحبوب)

تقع صومعة الحبوب ضمن موقع سايلو الديوانية في الجزء الغربي من مركز قضاء الديوانية ضمن مقاطعة (١٢/ البو صالح)، بلغت مجمل مساحة الموقع (١٧ دونماً)<sup>(١)</sup>، ويحتوي السايلاو على عدد من (البنزات)<sup>(\*\*)</sup> كما في الصورة (١)، إذ يحتوي السايلاو على نوعين من البنزات الأول هو بنزات عمودية كونكريتية للحنطة بلغ عددها (١٢ بنزة) وبلغت الطاقة القصوى المتاحة لخرن الحنطة (١١٥٠ طن) للبنزة الواحدة أي ما يعادل (١٣,٨ الف طن)، أما النوع الثاني فهي بنزات نجمية كونكريتية للحنطة بلغ عددها (٥ بنزات) بطاقة تخزينية بلغت (١٢٥٠ طن)، إضافة إلى وجود مخازن مسقفة عددها (مخزين) وبطاقة تخزينية بلغت (٣ الف طن) من محصول الشلب، ويكمن وجه الاختلاف في بنزات خزن محصول الحنطة عن بنزات خزن محصول الشلب بأن الأولى مشيدة من الخرسانة الكونكريتية في حين تكون الثانية مشيدة من معدن الفولاذ المعامل بمواد مقاومة الصدأ.

(١) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.

(\*) سايلو: كلمة انكليزية تعني باللغة العربية (صومعة) يقصد بها الأماكن المنتظمة المعدة لخرن الحبوب بصورة فنية مع ترتيبات خاصة من الآلات الرافعة ووسائط ميكانيكية لتصفية الحبوب كالمح والشعير والرز فهي أهم أنواع مخازن الحبوب في العصر الحديث للاستزادة يمكن زيارة موقع الشبكة العالمية للمعلومات والنظر في التقرير على الرابط الآتي: <https://www.ar.glosbe.com>

(٢) الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع القادسية ، الشعبة الهندسية ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.

(\*\*) البنزات: مفردها بنزة وهو مصطلح الماني يستخدم في مواقع التخزين ، ويعني حجرة (غرفة) التي يتم فيها خزن الحبوب وتتسأ بسعات مختلفة من مادة الاسمنت المقاوم او من مادة الفولاذ.

## صورة (١)

سايلاوات الحبوب الخرسانية والمعدنية في محافظة القادسية



التقطت الصورة بتاريخ ٢٣/٥/٢٠٢٢.

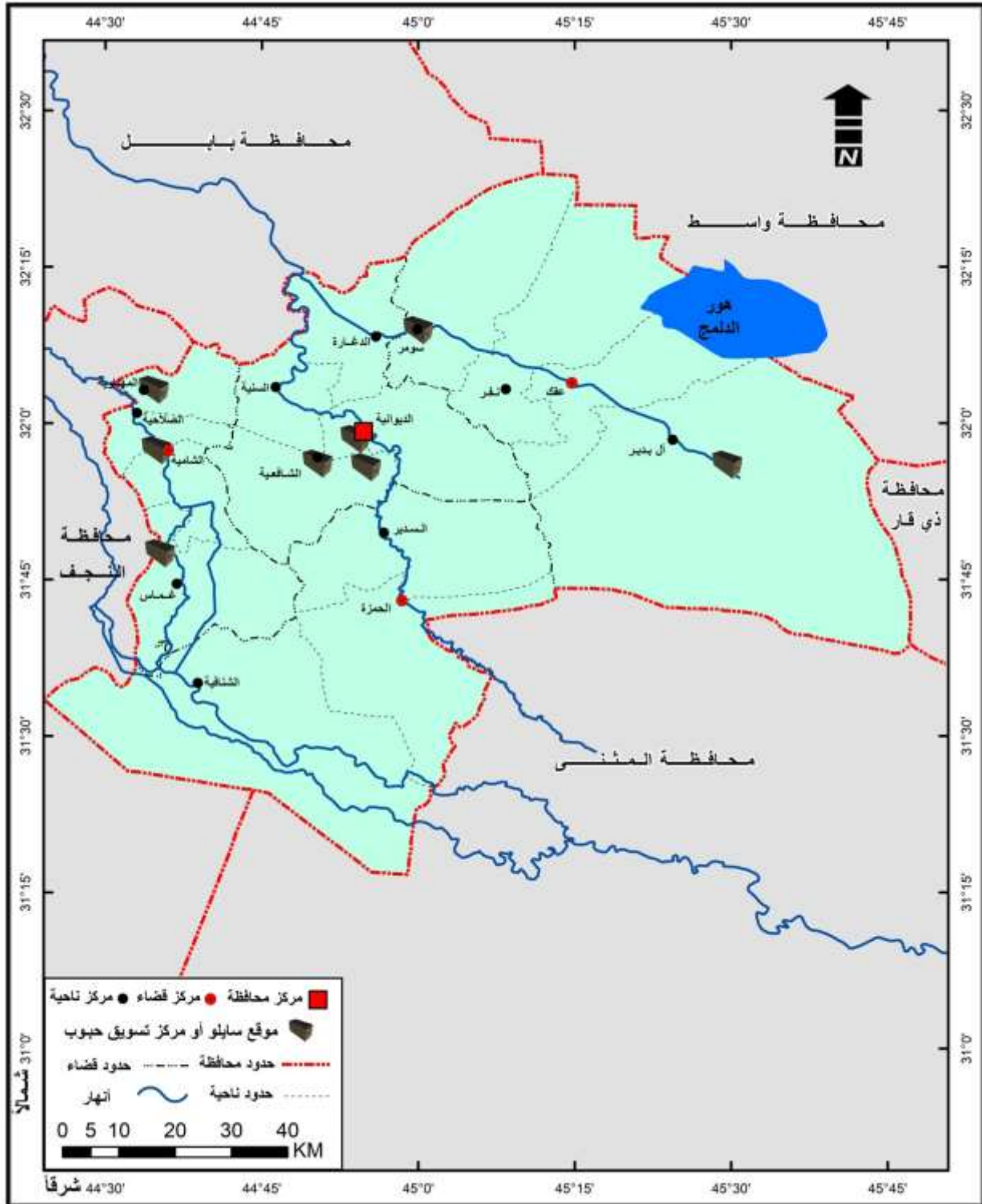
يرتبط موعد التسويق لمحاصيل الحبوب بموعد الحصاد الذي يختلف تبعاً لنوع المحصول إذ يبدأ توافد شاحنات تسويق محصولي الحنطة والشعير مع بداية شهر نيسان وحتى شهر تموز ، ويعود سبب امتداد وقت التسويق لفترة طويلة بسبب قلة عدد الحاصدات في المحافظة والاعتماد على ما يستأجر منها من المحافظات المجاورة ، علماً بأن التسويق لهذا الموقع كان خلال مطلع التسعينات من القرن العشرين يبدأ مع نهاية شهر نيسان وهذا نابع من تأخر نضج المحصول حسبما توفره الظروف المناخية<sup>(١)</sup>.

(١) ادارة سايلو الديوانية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.



خريطة (١٨)

التوزيع الجغرافي لمواقع المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: الباحث بالاعتماد على: وزارة التجارة ، الشركة العامة لتجارة الحبوب في محافظة القادسية، الشعبة الهندسية ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

بعد تجاوز البوابة الرئيسية للمركز التسويقي تذهب المحاصيل المسوقة إلى قسم المختبر إذ تؤخذ عدة عينات من مواقع واعماق مختلفة من حوض الشاحنة حيث يتم الفحص المختبري للحبوب لتعطى صفة ومعيار الجودة والصلاحية للاستهلاك البشري ، وتصنف بحسب المعايير الواردة من وزارة التجارة إلى (الدرجة الأولى والثانية والثالثة) أو احتمالية رفض المحصول إذا لم يكن مطابق للمواصفات. وبحسب تلك المواصفات المعتمدة للأعوام (٢٠١٨-٢٠٢١) تم تصنيف الحبوب إلى ثلاثة أنواع من الحنطة كالآتي: (١)

#### ١. الحنطة المحلية الناعمة (درجة أولى):

- الوزن النوعي: (٧٦ كغم/ هكتولتر) كحد أدنى بدون خصم وتقبل لغاية (٧٥ كغم/هكتولتر) كحد أدنى بخصم (١% لكل نقصان ١%) بعدها تحول إلى درجة ثانية.
- الرطوبة: (١٢%) كحد أعلى بدون خصم وتقبل لغاية (١٢,٥%) كحد أعلى بخصم (١% لكل زيادة ٠,٥%) بعدها تعاد إلى الفلاح.
- الشوائب: يجب أن لا تزيد نسبة الشوائب عن (١%)، بينما يمكن تقبل نسبة الزيادة (٢٠%) مقابل خصم مادي قدره (٠,٢ لكل ١%) بعدها تحول إلى الدرجة الثانية وتشمل الشوائب (القشور والأتربة والأحجار الحقلية ، ويزور الأدغال ، والمحاصيل الأخرى عدا الشعير).
- الشعير: (٢%) كحد أعلى بدون خصم ، وتقبل لغاية (٣%) بخصم (١% لكل زيادة ١%) وبعدها تحول إلى الدرجة الثانية.
- الحبوب الضامرة والكسرة : كحد أعلى بدون خصم تقبل لغاية (٣%) بخصم (١% لكل زيادة ١%) وبعدها تحول إلى الدرجة الثانية.
- التفحم: لا يتم تصنيف الشحنة من الدرجة الأولى إذا ما احتوت على كرات الفحم والنااتجة عن بكتريا التفحم.

#### ٢. الحنطة المحلية الناعمة (درجة ثانية):

- الوزن النوعي: (٧٤ كغم/ هكتولتر) كحد أدنى بدون خصم وتقبل لغاية (٧٣ كغم/هكتولتر) كحد أدنى بخصم (١%) بعدها تحول إلى الدرجة الثالثة.
- الرطوبة: (١٢%) كحد أعلى للقبول بدون خصم وتقبل لغاية (١٢,٥%) كحد أعلى بعدها تعاد إلى الفلاح.

(١) وزارة التجارة ، الشركة العامة لتجارة الحبوب في محافظة القادسية ، الشعبة القانونية، كراس الضوابط المعتمدة لاستلام المنتجات الزراعية للسنوات (٢٠١٨-٢٠١٩) و(٢٠١٩-٢٠٢٠) و(٢٠٢٠-٢٠٢١).

- الشعير: يجب الا تتجاوز نسبته في الحنطة (٤% - ٥%)، بينما تقبل إذا وصلت (٦%) مقابل خصم قدره (١,١% لكل ١%).
  - الحبوب الضامرة والكسرة : يجب أن لا تزيد نسبتها عن (٦% كغم/ هكتولتر).
  - التفحم: تكون نسبة التفحم المسموح بها ان لا تزيد عن (٢%) كره في كغم واحد.
٣. الحنطة المحلية الناعمة (درجة الثالثة):

- الوزن النوعي: (٧٢ كغم/ هكتولتر) كحد أدنى وتقبل لغاية (٧٢ كغم/هكتولتر) كحد أدنى بخصم (١%) بعدها تعاد إلى الفلاح.
- الرطوبة: (١٢%) كحد أعلى للقبول وتقبل لغاية (٦%) بعدها تعاد إلى الفلاح.
- الشعير: (٦%) كحد أعلى أو تقبل لغاية (٧%) بعدها تعاد إلى الفلاح.
- التفحم: (٥% كره) في النموذج كحد أعلى ، وتقبل لغاية (٦% كره) في النموذج بعدها تعاد إلى الفلاح.

جميع هذه الدرجات من محصول الحنطة يمنع استلامها اذا ما احتوت على نسب من العفونة والحشرات والمواد غير العضوية والأسمدة والديدان ويتم الكشف عنها بالفحص المختبري. صورة (٢)، وتجري عملية استلام محصول الشلب في موقع صومعة الحبوب الذي خصص لاستلام هذا المحصول في نفس الخطوات المتبعة في استلام محصول الحنطة. تنتقل الشحنة إلى سايلو الشلب والذي يقوم ببرمجة استلام بدأ من التفريغ والتحويل عن طريق السير الناقل حجر نسبة الشلب ثم تحول إلى غرابيل التصفية ثم إلى بنزات الخزن والتي تكون معدنية ظاهرية والتي تتسع لـ (١٢٥٠ طن) من الشلب بواقع (٢٥٠ طن) للبنزة الواحدة<sup>(١)</sup>.

#### ب- صومعة الشلب في الديوانية

تقع في الجزء الغربي من مدينة الديوانية تحديداً في مقاطعة (٥/٣٧ البو صالح) وبمساحة (٤ دونم)، إذ تقع على الجانب الأيمن من طريق ديوانية - حلة وبالقرب من سكة الحديد التي تحقق مرونة في نقل المحصول إلى المحافظات الأخرى او إلى موانئ التصدير في محافظة البصرة ، ضمن الصومعة بنزات معدنية للشلب بعدد (٢١٠ صومعة) وبلغت الطاقة القصوى المتاحة للخزن (٢٨ الف طن)، ويضم الموقع مخازن مسقفة عدد (٢) وبطاقة قصوى متاحة للخزن لمحصول الشلب بلغت (٨٠٠ طن)<sup>(٢)</sup>.

(١) الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس زيد حسين كاظم مسؤول وحدة التخطيط والمتابعة في سايلو الديوانية، بتاريخ ٢٠٢٢/٥/٣.  
(٢) وزارة التجارة، الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع القادسية ، الشعبة الهندسية ، بيانات غير منشورة ، ٢٠٢٢.

صوره (٢)

العمليات التي تظهر أثناء تسويق محاصيل الحبوب الرئيسة في سايلو الديوانية



التقطت الصورة بتاريخ ٢٠٢٢/٦/١٩.

## ت- صومعة الشامية (للشلب والحنطة)

تقع صومعة الشامية ضمن حدود القضاء في الجزء الغربي من المحافظة وتحديداً على الجانب الايمن من الطريق الذي يربط بين محافظة القادسية ومحافظة النجف ، وتضم بنزات معدنية للشلب بلغت ( ٢١٠ بنزة)، وبطاقة متاحة للخزن بلغت ( ٢٨ الف طن)، فضلاً عن المخازن المسقفة بعدد ( ١٩ مخزن)، وبطاقة قصوى لخزن محصول الحنطة بلغت (٥٢,٥ الف طن) و( ٢٨ الف طن) من محصول الشلب. صورة (٣).

## ث- المجمع المخزني لتسويق محاصيل الحبوب

يقع المجمع ضمن الحدود الإدارية لناحية الشافعية في الجزء الجنوبي لمركز قضاء الديوانية وبمساحة عمومية بلغت ( ٨٢ دونم) على الجانب الأيسر من طريق سكة قطار بغداد - بصرة لغرض استيعاب الكميات المسوقة من محاصيل الحبوب في المحافظة تم انشاء هذا المجمع المخزني الذي يضم بناكر(\*) للحنطة بلغ عددها ( ٢٧ بناكر) بطاقة قصوى لخزن محصول الحنطة بلغت ( ٢٥٢ الف طن، ويضم المجمع مخازن مسقفة بعدد ( ١٣ مخزن) وبطاقة قصوى لخزن محصول الحنطة بلغت ( ٣٣ الف طن) و( ٢٠ الف طن) محصول الشلب ، صورة (٤).

## ج- مركز تسويق المهناوية

يقع هذا المركز التسويقي ضمن ناحية المهناوية في الجزء الشمالي الغربي من المحافظة بمساحة ( ٧٢ دونم) واقعة في جزء القطع المرقمة ( ٣/١٩ و ٣/١) ومقاطعة (١٤ / الوريحي)، بدأ العمل به خلال عام ٢٠١٨، خصص المركز لأستلام محصولي الحنطة والشلب بسبب زيادة كمية الإنتاج مما أدى إلى ضرورة انشاء مركز تسويقي قريب من مناطق الإنتاج لتخفيف شدة الازدحام والتقليل من العبء على الفلاحين جراء نقلهم المحاصيل إلى مراكز التسويق في مركز المحافظة. ضم هذا المركز التسويقي ( ٤ بناكر) ل محصول الحنطة وبلغت الطاقة القصوى لخزن محصول الحنطة ( ٢٨ الف طن)، يتضمن المركز ( ٤ مخازن مسقفة)، بلغت الطاقة القصوى المتاحة لخزن محصول الحنطة في المخزن الواحد ( ٦,٥ طن) أي ما يعادل ( ٢٦ الف طن) من محصول الحنطة ، و( ٣,٥ طن) من محصول الشلب أي ما يعادل ( ١٤ الف طن) من محصول الشلب<sup>(١)</sup>.

(\*) البناكر: جمع بناكر وهي مساحة من الأرض تحاط بأكياس من محصول الحنطة على شكل دائرة او مربع

يتم تفريغ نفس نوع المحصول داخل الحيز وعلى ارتفاع لا يتجاوز ( ١,٥ م) ويترك بالعراء وقد يغطي بالنائلون بعد اجراء عملية التعفير.

(١) الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع محمد فليح حسن ، مدير مركز تسويق المهناوية بتاريخ ٢٠٢٢/٥/٢٣.

صوره (٣)

سايلو الحبوب في قضاء الشامية



التقطت الصورة بتاريخ ٢٠٢٢/٥/١٦

## صورة (٤)

المجمع المخزني لتسويق محاصيل الحبوب في محافظة القادسية



التقطت الصورة بتاريخ ٢٧/٦/٢٠٢٢

### د- مركز تسويق غماس

وهو موقع جديد تم انشاءه حديثاً يقع شمال مركز ناحية غماس بمساحة (٣٨ دونم) الواقعة في جزء من القطعة (٣/١) من مقاطعة (٢٣/ العصية العالية)، بدأ العمل به خلال عام ٢٠١٨، خصص الموقع لاستلام محصولي الحنطة والشلب فقط ، الذي تشتهر بزراعتها ناحية غماس وبسبب بعد المسافة بين مناطق الإنتاج والمراكز التسويقية في المحافظة تم إنشاء هذا المركز التسويقي ليقفل العبء والمعاناة للفلاحين والمزارعين في موسم تسويق محصولي الحنطة والشلب.

يضم المركز التسويقي (٥ بناكر) بلغت الطاقة القصوى لخزن محصول الحنطة في البنكر الواحد (٧٠٠٠ طن) أي بواقع (٣٥ الف طن) لمجموع البناكر، ويضم المركز (٦ مخازن مسقفة) سعة المخزن الواحد (٦,٥ الف طن) من محصول الحنطة أي ما يعادل (٣٩ الف طن)، وبلغت الطاقة القصوى لخزن محصول الشلب (٣,٥ الف طن) من محصول الشلب للمخزن الواحد أي لمجموع (٢١ الف طن) من محصول الشلب ، صورة (٥).

صوره (٥)

مركز تسويق محاصيل الحبوب في ناحية عماس



التقطت الصورة بتاريخ ٢٠٢٢/٦/٣٠

خ- مركز تسويق البدير

تم إنشاء هذا المركز التسويقي عام ٢٠١٩ في ناحية البدير بمساحة (٢٥ دونم) في جزء من مساحة القطعة المرقمة (٢٧/٥) وجزء من مساحة العقد الزراعي المرقم (١٦٢) المؤجر وفق احكام القانون رقم ٣٥ لسنة ١٩٨٣، وكان السبب الرئيسي لأتشاء هذا المركز التسويقي هو زيادة كمية إنتاج محصول الحنطة في الناحية ، فضلاً عن بعد المسافة بين مناطق إنتاج محصول الحنطة والمراكز التسويقية سواء في قضاء عفاك أو مركز محافظة القادسية.



## د - مركز تسويق سومر

يقع هذا المركز التسويقي في ناحية سومر شمال شرق قضاء عفك بدأ العمل به خلال عام ٢٠١٩، وبلغت مساحته (٣٠ دونم) والواقعة في جزء من القطعة المرقمة (٢٤/٧) وهي جزء من مساحة العقد الزراعي المرقم (٣٤٤٣) المبرم وفق احكام القانون (٣٥) لسنة ١٩٨٣، لغرض إنشاء مجمع مخزني للحبوب في ناحية سومر. ويضم هذا المركز التسويقي (٥ بناكر) للحنطة الطاقة القصوى المتاحة لخرن محصول الحنطة بلغت (٧٠٠٠ طن) للبناكر الواحد أي ما يعادل (٣٥ الف طن) للمركز التسويقي<sup>(١)</sup>، وكان لموقع المركز على الخط السريع أهمية في سهولة نقل المنتجات من محاصيل الحنطة من مناطق إنتاجها إلى المركز وكذلك سهولة نقل كميات المحصول من المركز التسويقي إلى الساليلوات الرئيسية في مركز المحافظة أو إلى المحافظات المجاورة الأخرى.

## ٢- الشركة العراقية لإنتاج البذور / فرع القادسية

تعد الشركة العراقية لإنتاج البذور إحدى التشكيلات التابعة لوزارة الزراعة والمتضمنة لجان مشتركة مع وزارتي التجارة والمالية ، تأسست الشركة في عام ١٩٨٩، تحت عنوان دعم الإنتاج الزراعي للمحاصيل الاستراتيجية والذي يتضمن تزويد الفلاحين والمزارعين بالبذور المحسنة المحلية والمستوردة مع إمكانية تطوير البذور المحلية وجعلها ذات مواصفات مقاومة للأمراض التي تصيب النباتات في البيئة المحلية ، فضلاً عن إمكانية الحصول على إنتاجية عالية في وحدة المساحة ذاتها.

يوجد في منطقة الدراسة موقعين لشركة إنتاج البذور الأول يتمثل بموقع شركة ما بين نهريين لإنتاج وتنقية البذور موقع الديوانية ، ويقع في الجزء الغربي من مدينة الديوانية مجاور لساليلوا الديوانية وصومعة الشلب في الديوانية وعلى مسافة تبعد (١ كم) منها. وتبلغ مجموع المساحة الاجمالية لهذا الموقع (٣٠ دونم) وتحتوي على عدد من المنشآت والمخازن فضلاً عن الفضاءات الواسعة غير المستغلة حيث تضمنت تلك المنشآت مختبرات معدة لفحص نماذج الحبوب الواردة لهذا الموقع والتي تعد أهم المرتكزات التي تعتمد عليها آلية العمل في هذا الموقع.

(١) الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع محمد هلال فالح، مدير مركز تسويق ناحية سومر بتاريخ

يبدأ العمل في هذا الموقع بعد انتهاء موسم الحصاد ويتم جلب نماذج الحبوب من قبل الفلاحين كلاً حسب نوع إنتاجه (حنطة أو شعير أو شلب) تسلم هذه النماذج إلى المختبرات لأجراء الفحص المختبري عليها وبيان نوعية الحبوب وجودتها وإمكانية التعامل معها ، فالحبوب ذات النوعيات الرديئة ترفض نهائياً ، أما الحبوب ذات الجودة العالية وبالأخص الحبوب المهجنة مسبقاً أو ذات منشأ اجنبي معتمد يتم عزلها واستدعاء صاحب النموذج لجلب أو تسويق الحبوب إلى مقر الشركة ، علماً بأن اسعار هذه البذور تكون أعلى من أسعار المنتج المسوق إلى السابيلوات.

يحتوي الموقع (٨ مخازن) تبلغ مساحة المخزن الواحد (٢٠٠٠ م<sup>٢</sup>) منها (٤ مخازن) مزدوجة ، بلغت الطاقة القصوى للخرن في مخازن الموقع (٢٠٠٠٠ طن)<sup>(١)</sup>، ويحتوي الموقع على (٥ مسقفات حوضية) بإنتاج (١٠٠٠ م<sup>٢</sup>) للمخزن الواحد محاطة بجدار اسمنتي على ارتفاع (٢ م) وسقف بلاستيكي على شكل جملون يرتفع عن الأرض مسافة (٥ م).

يتم توزيع البذور على المزارعين بعد تنقيتها وفرزها ومعالجتها جينياً إذا استوجب الأمر وبحسب التعليمات الواردة من وزارة الزراعة كذلك يتم فرز البذور بحسب جودتها ومنشأها قبل بداية الموسم الزراعي وذلك لضمان حصول المزارعين على ما يغطي حصتهم من البذور حسب الخطة الزراعية للموسم الزراعي المقبل ، ومعرفة نوع البذور الموزعة في كل حقل زراعي ، فضلاً عن ضمان جودة المحصول ورفع غلة الدونم وتنشيط الواقع الزراعي خاصة بالنسبة للمحاصيل الاستراتيجية ومحاولة التخصص الزراعي<sup>(٢)</sup>.

أما الموقع الثاني لشركة إنتاج البذور في منطقة الدراسة يتمثل بالشركة العراقية لإنتاج البذور/ موقع غماس الواقع في الجزء الشمالي لمركز ناحية غماس بلغت مساحته الاجمالية (٨٦ دونم) ويضم (٥ مخازن مسقفة) بلغت الطاقة القصوى للمخزن فيها (١٧ الف طن)، فضلاً عن مختبرات فحص نماذج محاصيل الحبوب المستلمة من قبل الفلاحين كلاً حسب نوع إنتاجه من محاصيل (حنطة أو شعير أو شلب)، صورة (٦) وتعمل هذه الشركة بنفس آلية عمل الموقع الأول من حيث الفحص المختبري للمحاصيل وتنقية البذور وتعغيرها وتوزيعها على المزارعين،

(١) وزارة الزراعة، شركة ما بين النهرين لإنتاج البذور/موقع الديوانية، وحدة المختبر، بيانات غير منشورة، ٢٠٢٢.

(٢) الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس محمد خضير علي ، مدير شركة ما بين النهرين لإنتاج

البذور / موقع الديوانية ، بتاريخ ٢٠/٥/٢٠٢٢.

كان لهذا الموقع أهمية من حيث قربه من مناطق الإنتاج الزراعي لمحاصيل الحبوب كونه يتوسط منطقة زراعية تتمثل بناحية غماس ومناطق زراعية من قضاء الشامية، وهذا مما يسهل عملية تسويق محاصيل الحنطة والشلب لهذا الموقع وانخفاض التكاليف التي يتحملها الفلاح جراء عملية التسويق للمحصول هذا من جانب، من جانب آخر سهولة الحصول على البذور المحسنة والمقدمة من هذا الموقع في فترة بداية الموسم لزراعة محصولي الحنطة والشلب مما يسهل عملية نقل البذور وانخفاض تكاليف نقلها اضافة إلى عملية التعاقد التي تتم بين الفلاحين وموقع الشركة الذي يستلم الإنتاج من الفلاحين في موسم الحصاد وبأسعار مدعومة<sup>(١)</sup>.

صوره (٦) موقع الشركة العراقية لإنتاج البذور فرع/ غماس



التقطت الصورة بتاريخ ٢٠٢٢/٥/٩

### ٣- مخازن القطاع الخاص

يبلغ مجموع مخازن القطاع الخاص العاملة بتجارة الحبوب (١٥٥ مخزناً) توزعت في كافة الوحدات الإدارية التابعة لمحافظة القادسية ، وبمجموع طاقة خزنية بلغت (٢٣٣١٠ طناً)، ألا انها تباينت في اعدادها وسعتها الخزنية بين وحدة إدارية وأخرى. وقد تبين أن استلام المحافظة (٩٩%) من مجمل الإنتاج لفلاحها أن تباينت أماكن التسويق داخل المحافظة وبالنسبة

(١) الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس مجباس كاظم حسن ، مدير الشركة العراقية لإنتاج /موقع غماس ، بتاريخ ٢٠٢٢/٥/٩.

لمحاصيل الحبوب (الحنطة والشلب) فإن (٧٩%) من فلاحي المحافظة يسوقون انتاجهم إلى المراكز التسويقية الحكومية الصومعات و(٢١%) يسوقونها إلى الأسواق المحلية مباشرة<sup>(١)</sup>. تعزى أسباب انخفاض نسبة التسويق إلى المراكز التسويقية المحلية لعوامل متعددة أهمها عدم التزام الفلاحين بالتسويق إلى هذه المراكز قياساً بالسنوات السابقة ، فضلاً عن الطرائق التقليدية في عملية الاستلام على وفق الإجراءات والسياقات المعمول بها في تلك المؤسسات الحكومية ولاسيما محصولي الحنطة والشلب.

يتضح من الجدول (٢٥) والشكل (١٢) ان قضاء الشامية كان في الصدارة بأكثر أعداد المخازن في المحافظة والبالغ مجموعها (٥٩ مخزناً) في القضاء مشكلاً نسبة مقدارها (٣٨%) من مجموع مخازن الحبوب التابعة للقطاع الخاص في المحافظة ، وبلغ مجموع الطاقة التخزينية لتلك المخازن (٩٩٨٠ طناً) ويعود سبب زيادة أعداد مخازن الحبوب في هذا القضاء إلى زيادة كميات الإنتاج الزراعي لمحصولي (الحنطة والشلب) فيه وزيادة المساحات الزراعية المستثمرة بزراعة تلك المحاصيل.

جاء قضاء عفك بالمرتبة الثانية بواقع (٤٠ مخزناً)، مشكلة نسبة (٢٥,٧%) من مجموع مخازن الحبوب التابعة للقطاع الخاص في المحافظة وبطاقة خزنية بلغت (٦٠٠٠ طناً)، وبلغت أعداد المخازن في قضاء الديوانية بواقع (٣٨ مخزناً) أي ما يعادل (٢٤,٦%) من مجموع المخازن في المحافظة وبطاقة خزنية بلغت (٥٣٣٠ طناً)، وجاء قضاء الحمزة بالمرتبة الاخيرة في اعداد المخازن بواقع (١٨ مخزناً) ما يشكل (١١,٧%) من مجموع مخازن الحبوب التابعة للقطاع الخاص في المحافظة ، وبطاقة خزنية بلغت (٢٠٠٠ طناً)، ويعود سبب قلة مخازن القطاع الخاص في قضاء الحمزة إلى زيادة كميات الحبوب المسوقة إلى مخازن القطاع العام المتمثلة بالسايلاوات الحكومية ، فضلاً عن انخفاض إنتاج محصولي الحنطة والشعير في القضاء في المواسم الزراعية (٢٠١٨-٢٠٢١) الناتج من شحة الموارد المائية السطحية المتمثلة بشط الديوانية وانخفاض مناسيب المياه فيه الذي أثر على تقلص المساحات الزراعية لمحصولي الحنطة والشعير في تلك الفترة. أما من حيث النواحي فقد تصدر مركز قضاء الشامية بواقع (٣١ مخزناً) ما شكل (٢٠%) من مجموع مخازن الحبوب التابعة للقطاع الخاص العاملة بتجارة

(١) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.

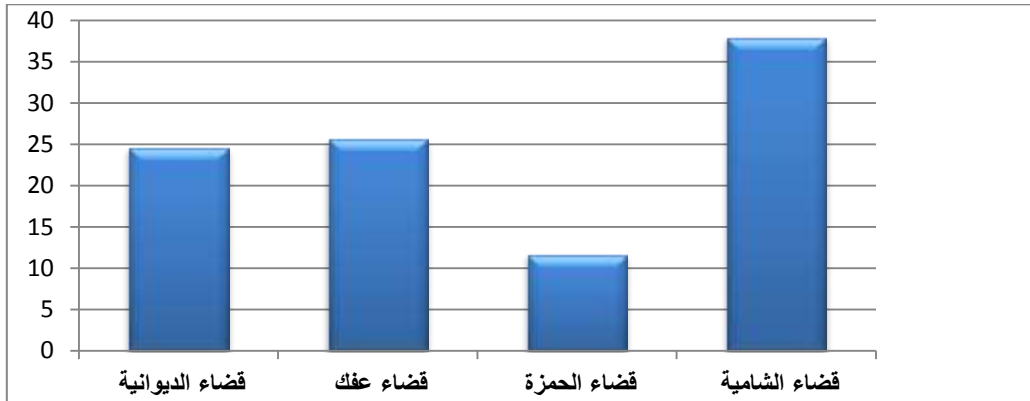
الحبوب في المحافظة وبلغت طاقتها الخزنية (٤٧٥٠ طناً)، ويأتي مركز قضاء الديوانية بالمرتبة الثانية في عدد المخازن التي بلغت (٢٨ مخزناً) وبطاقة خزنية (٣٠٠٠ طناً)، وبلغ عدد المخازن في مركز قضاء عفاك وناحية غماس (١٧ مخزناً) و(١٤ مخزناً) لكل منهما على الترتيب، وبطاقة خزنية بلغت (٢٤٥٠ طناً) و(٢٢٥٠ طناً) لكل منهما على الترتيب.

جدول (٢٥) مخازن القطاع الخاص العاملة بتجارة الحبوب ومجموعة طاقتها الاستيعابية (طن) في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

مخازن القطاع الخاص				الناحية	القضاء
نوع المحصول	الطاقة الاستيعابية	%	العدد		
حنطة - شعير - شلب	٣٠٠٠	١٨	٢٨	م. ق. الديوانية	الديوانية
حنطة - شلب	٤٥٠	٢	٣	ن. السنية	
حنطة - شعير	١٦٥٠	٢,٦	٤	ن. الدغارة	
حنطة - شعير	٢٣٠	٢	٣	ن. الشافعية	
-	٥٣٣٠	٢٤,٦	٣٨	المجموع	
حنطة - شعير	٢٤٥٠	١١	١٧	م. ق. عفاك	عفاك
حنطة - شعير	١٦٠٠	٥,٢	٨	ن. سومر	
حنطة - شعير	٧٥٠	٣,٧	٦	ن. نفر	
حنطة - شعير	١٢٠٠	٥,٨	٩	ن. البدير	
-	٦٠٠٠	٢٥,٧	٤٠	المجموع	
حنطة - شعير	١٣٠٠	٧	١١	م. ق. الحمزة	الحمزة
حنطة - شعير	٤٥٠	٢,٦	٤	ن. السدير	
حنطة - شلب	٢٥٠	٢	٣	ن. الشافعية	
-	٢٠٠٠	١١,٧	١٨	المجموع	
حنطة - شلب	٤٧٥٠	٢٠	٣١	م. ق. الشامية	الشامية
حنطة - شلب	١٥٨٠	٦,٤	١٠	ن. المهناوية	
حنطة - شلب	١٤٠٠	٢,٦	٤	ن. الصلاحية	
حنطة - شعير - شلب	٢٢٥٠	٩	١٤	ن. غماس	
-	٩٩٨٠	٣٨	٥٩	المجموع	
-	٢٣٣١٠	١٠٠	١٥٥	المجموع الكلي	

المصدر: وزارة التجارة، الشركة العامة لتجارة الحبوب في محافظة القادسية، قسم التسويق الزراعي، المسح الميداني لمخازن الحبوب للقطاع الخاص للمدة من (٢٠١٨/٦/١٥) ولغاية (٢٠٢١/٨/١٥)، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

شكل (١٢) نسبة مخازن القطاع الخاص العاملة بتجارة الحبوب في محافظة القادسية بحسب الوحدات الإدارية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات الجدول (٢٥).

#### ثانياً: مؤسسات تسويق الفواكه والخضر

تتسم المنتجات الزراعية بصفة عامة بقابليتها للتلف او الفساد ، وأن القابلية للتلف تتباين من منتج زراعي إلى آخر ، فبعض المنتجات الزراعية ومنها محاصيل الفواكه والخضر سريعة التلف ولا يمكن تخزينها الا تحت ظروف تخزينية معينة من درجة حرارة ورطوبة وغيرها ومع ذلك لا يمكن تخزينها الا لفترات محدودة ، وبعض المنتجات الزراعية مثل الحبوب مثلاً فيمكن تحت معاملات معينة تخزينها لفترات طويلة نسبياً.

أن سرعة القابلية للتلف في محاصيل الفواكه والخضر تجعل من الضروري الاهتمام بكل الظروف التي تقللها مثل سرعة النقل والاسراع بتجهيز هذه المنتجات وتحويلها إلى صورة اقل قابلية للتلف ، وتأهيل المؤسسة التسويقية التي تلبي متطلبات التاجر والذي يعمل كحلقة وصل بين المنتج وتاجر المفرد الذي بدوره يكون وسيطاً بين تاجر الجملة والمستهلك النهائي.

تمثلت المؤسسات التسويقية الرئيسية في المحافظة بمراكز لتجميع الا انها لا تلبي حاجة المستهلك من الفواكه والخضر، لذا ظهرت الأسواق المحلية في المراكز العمرانية في المحافظة لتغطي النقص المكاني والزمني لسد حاجة المستهلك عبر تاجر المفرد (التجزئة).

طرأت العديد من التغيرات على مؤسسات تسويق الفواكه والخضر في محافظة القادسية، منها تغيرات مكانية تتمثل بتغيير مواقع الأسواق ومنها تغيرات فنية تظهر من خلال التجاوزات على التصميم الأساسي للمدينة بهدف خدمة سكان المناطق السكنية وبما يتلاءم مع نسب الزيادة السكانية والتوسع الأفقي للمدينة. وتصنف مؤسسات تسويق الفواكه والخضر في محافظة القادسية على النحو الآتي:

## ١- أسواق الجملة في محافظة القادسية:

يقصد بأسواق الجملة تلك المؤسسات التي تقوم بتسويق كميات كبيرة من المنتجات الزراعية سواء اكانت شتوية أم صيفية من المنتجين الزراعيين لبيعها على الوسطاء الاخرين او تجار التجزئة وهم بدورهم يقومون ببيعها إلى المستهلك ، ويكون تجار الجملة على اتصال دائم مع المنتجين<sup>(١)</sup> للتجار الجملة وظائف عديدة يقومون بها ومنها<sup>(٢)</sup>:

- استلام المنتجات الزراعية من المنتجين الذين كانوا معهم علاقات في السابق.
- اعطاء القروض الموسمية للمنتجين الذين لهم علاقات زراعية معهم.
- القيام بخزن المنتجات وحفظها اذا كانت سريعة التلف إلى ان يرتفع ثمنها.
- القيام بتجزئة بعض المنتجات الزراعية إلى كميات قليلة لسهولة بيعها.
- القيام ببيع المنتجات إلى التجار سواء الجملة أم التجزئة(المفرد)

وتتمثل اسواق الجملة العاملة بتجارة الفواكه والخضر في محافظة القادسية بالمواقع الآتية:

## أ. علوة تسويق الفواكه والخضر في قضاء الديوانية

تقع في مركز قضاء الديوانية ، في حي الجمهوري القديم بمساحة تبلغ (٧٠٠٠ م<sup>٢</sup>)، الا أن التوسع في مختلف استعمالات الأرض في المدينة وزيادة الكميات المسوقة من المنتجات الزراعية لتلبية الطلب المتزايد عليها والناج عن الزيادة في أعداد السكان وحجم قدرتهم الشرائية بات الموقع الذي يمثل مؤسسة تسويقية رئيسة لتسويق الفواكه والخضر غير قادر على استيعاب تلك الكميات الواردة سواء من داخل المحافظة أم من خارجها، علاوة على ذلك صعوبة دخول سيارات الحمل الكبيرة إلى مركز المدينة في معظم الأوقات بسبب كثرة الازدحام المروري وضيق الشوارع وحركة المارة. لذا كان من الضروري ايجاد موقع بديل لتفادي كل المعوقات المذكورة لذا تم انشاء الموقع الجديد والذي يقع في الجزء الشمالي الشرقي من مركز القضاء قرب مجسر الطريق السريع على بعد (٣ كم) عن مركز القضاء. وتعد السوق الأكثر رواجاً في محافظة القادسية من حيث السلع والمتبضعين حيث يخدم هذا الموقع جميع سكان المحافظة من خلال تجهيزها للأسواق المحلية والمؤسسات الحكومية والشركات والمطاعم ، تم انشاء علوة الفواكه والخضر على مساحة قدرها (٤٥٦٣٧ م<sup>٢</sup>) على شكل مستطيل في عام ٢٠١٨ وبوشر العمل

(١) صبحي محمد اسماعيل، ومحمد الحمد ، التسويق الزراعي، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٩٩٥، ص١٩.

(٢) عبد الوهاب مطر الداهري ، مصدر سابق ، ص١٩٥

فيها عام ٢٠١٩، وتضم العلو مساحة خالية واسعة تعطي حرية لحركة السيارات الكبيرة داخلها والوقوف لإقامة المزادات ، ويحيط بهذه الساحة (٦٦ مكتب) تدار من خلالها الاعمال التبادلية داخل العلو، ويضم كل مكتب منها على مخزن داخلي ومساحة امامية تابعة له مسقفة بمضلة حديدية تستغل لعرض السلع الواردة ووقايتها من اشعة الشمس ، فضلاً عن اتساعها لدخول البرادات المتحركة التي تنقل بواسطتها الفواكه والخضر<sup>(١)</sup>.

تطبق آلية العمل داخل الموقع (العلو) من خلال عرض السلع في مكاتب التجار بعد أن يكونوا قد استحصلت من المنتج ونقلت ملكيتها عن طريق احدى الطرق التبادلية ، وتعرض المنتجات في الساحات المقابلة للمكاتب وتحدد الأسعار لكل سلعة حسب الجودة والنوعية التي قد تختلف من مكتب لآخر داخل السوق الواحدة رغم تشابه السلعة، إذ يقوم تاجر التجزئة المفرد) بانتقاء سلعته بما يتناسب وإمكانية الطلب في السوق المحلية التي يعمل ويعرض سلعته بها، ويلاحظ أن تاجر التجزئة لا يعفى من رسوم الخروج بينما لا يتحمل المنتج رسوم الدخولية ، وهذه بحسب التعليمات الواردة من مديرية بلدية الديوانية وبتوجيه من وزارة البلديات لتقليل الهوامش التسويقية بين سعر الشراء وسعر البيع.

#### ب. علوة تسويق الفواكه الخضر في قضاء الشامية:

يقع هذا المركز التسويقي في مركز قضاء الشامية ، إذ يعرض هذا المركز التسويقي منتجاته الزراعية من الفواكه والخضر الذي يغطي بها قضاء الشامية ، وتم إنشاء هذا المركز التسويقي بعد المصادقة عليه من قبل بلدية قضاء الشامية وتحديد موقعه الجغرافي ، وتحديد مساحته حسب قانون بيع وإيجار أملاك الدولة يغطي هذا المركز التسويقي قضاء الشامية والبالغ عدد سكانها (١٣٦٩٢٠ نسمة)<sup>(١)</sup>، بلغت مساحة المركز التسويقي (٨٠٠ م<sup>٢</sup>) وتم انشاءه عام ١٩٩٨ ويحتوي المركز التسويقي بداخله على مكتب واحد ويدار من قبل (١٣ عاملاً) يتوزعون بين المحاسب وبين الذي يقوم بتفريغ البضاعة وبين الذي يقوم بعملية التعبئة والتفريغ ، ويحتوي بداخله على (ثلاثة مخازن) يتم فيها خزن محاصيل الفواكه والخضر، ويضم (مخزينين مبردين)

(١) وزارة البلديات ، مديرية بلدية قضاء الديوانية ، شعبة الأملاك ، عقود بيع وإيجار املاك الدولة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.

(٢) وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، مديرية احصاء محافظة القادسية ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.



يتم فيها وضع المحاصيل السريعة التلف والتي لا تتحمل التقلبات المناخية ، وتم تصميم هذا المركز التسويقي على شكل مستطيل توجد بداخله ساحة واسعة لدخول السيارات وتفريغ و شحن المحاصيل الزراعية ، وتم تغطية السقوف الأمامية من بناية المركز التسويقي بالمسقوفات بهدف حماية المنتجات الزراعية من الظروف المناخية ولاسيما من الاشعاع الشمسي وحرارة فصل الصيف او في حالة سقوط الأمطار في فصل الشتاء<sup>(١)</sup>.

#### ت. علوة تسويق الفواكه والخضر في قضاء الحمزة

تم إنشاء علوة تسويق الفواكه والخضر ضمن الحدود الإدارية لمركز قضاء الحمزة عام ٢٠١٨ ، على الطريق الرابط بين مركز القضاء ومحافظة النجف وتبلغ المساحة الكلية للسوق (٢٥٠٠ م<sup>٢</sup>)، تم الانتقال إلى هذا الموقع بعد ظهور حاجة ملحة للتوسع في مساحة السوق والابتعاد عن مركز المدينة المزدهم لتسهيل عملية دخول الشاحنات المحملة بالسلع الزراعية ، فالموقع القديم للسوق والواقع ضمن منطقة (الحي الغربي) الذي تم تغيير صنف العمل فيه من بيع الفواكه والخضر إلى سوق يتعامل بتجارة الجملة كمادة الطحين ويؤجر سنوياً بحسب قانون بيع وايجار املاك الدولة.

يعد هذا السوق الرئيس في قضاء الحمزة والذي عن طريقه يتم توزيع المنتجات الزراعية بما فيها محاصيل الفواكه والخضر من مركز التسويق الرئيسي إلى اسواق التجزئة في نواحي القضاء والمتمثلة بناحية السدير وناحية الشنافية وغيرها من المناطق القريبة من مركز القضاء، ويعد هذا المركز التسويقي مكان لتصريف المنتجات الزراعية المحلية وتسويق المحاصيل الزراعية إلى مختلف الاحياء السكنية واسواق التجزئة المنتشرة فيها ، وأن آلية العمل داخل السوق من خلال عرض المنتجات الزراعية داخل هذه المحال ، ويكون البيع فيها يشتمل على الجملة والمفرد ، وأن بيع الجملة يحتل النسبة الأعلى وايضاً يقوم المركز التسويقي بتجهيز المناسبات الدينية بما تحتاجه من منتجات زراعية.

#### ث. علوة تسويق الفواكه والخضر في قضاء عفاك

يقع هذا المركز التسويقي في مركز قضاء عفاك على الطريق العام الذي يربط بين مركز القضاء وناحية البدير ، إذ يعرض منتجاته الزراعية من الفواكه والخضر لتغطية احتياجات القضاء منها، وتم أنشائه بعد المصادقة عليه من قبل بلدية قضاء عفاك ، وتحديد موقعه

(١) وزارة البلديات ، مديرية بلدية قضاء الشامية ، قسم الأملاك ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.

الجغرافي ، وتحديد مساحته حسب قانون بيع وإيجار أملاك الدولة ، ويغطي هذا السوق احتياجات القضاء والوحدات الإدارية التابعة له والمتمثلة بناحية سومر ونفر والبدير، وبلغ مقدار اجاره السنوي (١٢٥ مليون دينار عراقي)، في حين بلغت مساحته (١٢٠٠ م<sup>٢</sup>)، وتم إنشاء هذا السوق عام ٢٠١١<sup>(١)</sup>. ويحتوي المركز التسويقي بداخله على مكتبين وبيدار من قبل (١٥ عاملاً) موزعين بين المحاسب وبين العمال المسؤولين على القيام بتفريغ محاصيل الفواكه والخضر وفرزها وتغليفها ، وتتوفر في السوق خدمات المياه الصالحة للشرب والانارة والتغليف بالأغطية للمركز التسويقي لحماية المنتجات الزراعية المسوقة من الصيف الحار فضلاً عن الحماية من مطر فصل الشتاء<sup>(٢)</sup>.

## ٢- أسواق التجزئة (المفرد) في محافظة القادسية:

تتمثل بالأسواق والمخازن التي تقوم ببيع محاصيل الفواكه والخضر إلى المستهلكين مباشرة، وهم بذلك يمثلون فئة اصحاب المحال التجارية مثل البقالين بائعي الفواكه والخضر وغالباً ما يقومون ببعض الخدمات التسويقية مثل البيع والشراء والتعبئة والنقل إلى المستهلكين<sup>(٣)</sup>، وتتم هذه العمليات عن طريق القنوات التسويقية (الأسواق)، وبهذا تمثل المرحلة الأخيرة في القنوات التسويقية حيث تقوم الأسواق بشراء احتياجاتها من محاصيل الفواكه والخضر وبيعها بكميات صغيرة تتناسب وحاجة المستهلك النهائي ، وتنتشر هذه الأسواق في القرى والمدن وتكون على شكل حوانيت او محلات لبيع الفواكه والخضر لتقوم بتقديم طلبات المستهلكين من المنتجات الزراعية<sup>(٤)</sup> وتنتشر المخازن العائدة لهذا النوع من الأسواق في عموم الوحدات الإدارية في محافظة القادسية فلا تكاد تخلوا منها محلة او قرية إذ تظهر على شكل تجمعات تتركز في المناطق الحضرية ، بينما يعتمد حجمها على عوامل عديدة منها حجم السكان والمستوى المعيشي لهم والنمط الغذائي، وتظهر على شكل محلات منفردة لتلبية حاجة السكان من المنتجات الزراعية. وتتمثل أسواق التجزئة (المفرد) العاملة بتجارة الفواكه والخضر في محافظة القادسية بالمواقع الآتية:

- (١) وزارة البلديات ، مديرية بلدية قضاء عفك ، قسم الاسواق والساحات ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.
- (٢) الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع محمد توفيق حسن مدير مكتب تسويق الفواكه والخضر في علوة قضاء عفك للفواكه والخضر بتاريخ ٢٢/٧/٢٠٢٢
- (٣) محمد سعيد عبد الفتاح ، مداخل التسويق ، دار المعارف للطباعة والنشر، الاسكندرية ، ١٩٦٥، ص٤٤.
- (٤) منير اسماعيل أبو شاور وآخرون، مقدمة في الاقتصاد الزراعي، دار الراية للنشر، عمان، ٢٠١٠، ص٢١٤.

## أ. أسواق التجزئة في مركز قضاء الديوانية:

يضم مركز قضاء الديوانية عدد من الحوانيت الأهلية يتجاوز عددها (٧٨ حانوتاً) مختص ببيع منتجات الفواكه والخضر بشكل مفرد ، ومع التوسع العمراني للمدينة وارتفاع عدد سكانها خلال الأعوام الأخيرة وصولاً إلى عام ٢٠٢٠ والذي بلغ فيه عدد سكانها (٤٦١٣٦٢ نسمة)<sup>(١)</sup>، ظهرت الحاجة لإنشاء أسواق قريبة من المراكز العمرانية لتقليل الزخم التجاري وتقليل معاناة السكان المستهلكين من حيث تكاليف النقل وسرعة وصول المنتج، ويلحظ من الجدول (٢٦) أن أسواق التجزئة في مركز القضاء تتوزع بالشكل الآتي:

١- سوق الديوانية القديم: يقع في مركز القضاء ويحتوي على (٦٢ حانوتاً) الا ان هذا السوق لم يلبي متطلبات السكان لأسباب عديدة أهمها عدم اقتصار عمل الحوانيت على تجارة التجزئة لمحاصيل الفواكه والخضر بل شملت تجارة البقوليات والالبسة وغيرها من السلع ، لذا ظهر الامتداد إلى خارج السوق وانشاء عدد كبير من الحوانيت المؤجرة من الأهالي بامتداد شارع (المواكب) والبالغ طوله (١,٥ كم)، وظهرت عدد من الحوانيت غير النظامية والمتجاوزة على حرم الشارع (الرصيف) المخصص لسير الاشخاص هروباً من دفع بدلات الإيجار وضعف الرقابة البلدية ، وظهر عدد من الباعة المتجولين الذين يعرضون بضاعتهم من الفواكه والخضر بسيارات الحمل الصغيرة أو بعربات خشبية، يلبي هذا السوق حاجة سكان كل من حي الجمهوري الغربي والجمهوري الشرقي وحي السراي وحي الجمعية وحي الوحدة وحي العدالة وحي الجديدة واحياء العروبة (الاولى والثانية والثالثة) وحي المتقاعدين<sup>(٢)</sup>.

٢- سوق الحضارة : يقع في الجزء الشرقي من المدينة تم بناء هذا السوق عام ١٩٩٧ حيث احتوى على (١٩ حانوتاً) داخل السوق، بينما كان توسعه واضحاً والذي اسهمت به الحوانيت الأهلية على جانبي السوق والتي حققت تركيبة متنوعة من المهن داخله فظهر عدد من الحوانيت العاملة بتجارة الفواكه والخضر تجاوزت العشرة ، في حين شكلت باقي الحوانيت المهن التجارية الاخرى ، ويخدم السوق سكان حي الجمعية فضلاً عن حي الجمهوري الشرقي واحياء الصدر (الاولى والثاني) وحي الحكيم وحي السلام ، وحي الأبرار ، وحي الأنصار ، وحي الكرامة.

(١) الجهاز المركزي للإحصاء ، تكنولوجيا المعلومات في محافظة القادسية ، تقديرات المسح الابتدائي للسكان في محافظة القادسية ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٠.

(٢) الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس حيدر محمد لفته مسؤول قسم الأسواق والساحات بتاريخ ٢٠٢٢/٨/٢٢.

جدول (٢٦) التوزيع الجغرافي لأسواق الفواكه والخضر في مركز قضاء الديوانية والاحياء السكنية المستفيدة منها لغاية عام ٢٠٢٢

أسم السوق	القطاع البلدي <sup>(*)</sup>	الاحياء السكنية المستفيدة
سوق الديوانية القديم	الثالث	الجمهوري الغربي ، الجمهوري الشرقي ، السراي ، الجمعية ، الوحدة ، العدالة ، الجديدة ، العصري ، المزارعين ، العروبة الاولى ، العروبة الثانية ، العروبة الثالثة ، حي المتقاعدين ، السلام ، الصدر الثانية ، الفجر الجديد
سوق الحضارة	الأول	الصدر الاول ، الصدر الثاني ، الحكيم ، السلام ، الأبرار ، الأنصار ، الكرامة ، العراق ، الضباط ، الحوراء.
سوق الفرات	الثاني	الفرات ، الاساتذة ، الحكيم ، الثقافي ، التراث
سوق الجزائر	الثاني	الجزائر ، رمضان ، الخضراء ، الكرار ، التقيّة ، الجامعة ، المعلمين ، العذارية
سوق الاسكان	الخامس	الاسكان القديم ، النهضة ، الوفاء ، الثقليين ، الجنوب ، التضامن ، الصادق الأول ، الصادق الثاني ، الأمير ، الغدير ، الموظفين ، الزهراء

المصدر: بالاعتماد على :

- (١) جمهورية العراق ، وزارة البلديات ، المديرية العامة للبلديات في محافظة القادسية ، مديرية بلدية الديوانية ، شعبة الاسواق ، بيانات غير منشورة ٢٠٢١.
- (٢) المسح الميداني لمنطقة الدراسة
- (\*) صنفت مديرية بلدية الديوانية قطاعات المدينة إلى (٥ قطاعات) وكان القطاع الرابع منها هو منطقة معسكر الديوانية القديم (استعمالات عسكرية سابقاً).

٣- سوق الاسكان: يقع هذا السوق في الجزء الجنوبي من مركز قضاء الديوانية وهو عبارة عن محلات اهلية قسم منها يمتد بشكل موازي للطريق الرابط بين مركز القضاء ، وقضاء الحمزة ويتعامل هذا السوق بتجارة التجزئة للفواكه والخضر والبالغ عددها (١٧ حانوتاً) ويخدم سكان حي الاسكان القديم ، حي الوفاء ، حي الغدير وحي الموظفين وحي الصادق الاول والثاني، ويعتمد اصحاب تجار التجزئة لهذا السوق على التسوق من علوة الديوانية الجديدة لبيع الفواكه والخضر.

٤- سوق الفرات: يقع في الجزء الشمالي من مركز قضاء الديوانية واحتوى على سوق واحدة ممثلة بمجموعة من المحال بلغ عددها (١٣ حانوتاً) يعمل بتجارة التجزئة للفواكه والخضر، يوفي السوق حاجة سكان الاحياء القريبة منه ومنها (حي الفرات ، حي الحكيم ، وحي الاساتذة ، والحي الثقافي).

٥- سوق الجزائر: يقع في الجزء الغربي من المدينة انشأ عام ١٩٩٥، واحتوى على (١١) حانوتاً) يمارس مهنة بيع الفواكه والخضر، بينما شغلت المحال الأخرى مهناً مختلفة، إذ تعود ملكية هذه المحال إلى القطاع الخاص وتمارس فيها عدد من المهن ومنها تجارة الفواكه والخضر، وبموافقة بلدية الديوانية والتي تمنح من خلالها اجازات لممارسة تلك المهنة في هذه المنطقة. فضلاً عن وجود عدد من المتجاوزين على رصيف المارة وبعض الباعة المتجولين، يخدم السوق الاحياء الآتية: (حي الجزائر، حي صوب الشامية، وحي رمضان)، إذ سهل عملية التسوق في الامتدادات المناطقية فوجود خط نقل بالباصات في تلك الاحياء السكنية مما سهل عملية انتقال المواطنين من دور سكنهم إلى السوق وبالعكس.

#### ب. اسواق التجزئة في مركز قضاء الحمزة:

يعد قضاء الحمزة من الاقضية التي تشهد توسعاً عمرانياً كبيراً واتساعاً افقياً في الأراضي المخصصة للسكن مما ساعد على ظهور موقعين الأول في منطقة الصوب الصغير يخدم هذا السوق سكان (حي الحسين، حي الامام الصادق، ومنطقة ال رسول) فضلاً عن المناطق الريفية القريبة التي تعتمد على هذا السوق بالتزود بمحاصيل الفواكه والخضر، ويحتوي السوق على (٢٣ حانوتاً) تعمل بتجارة الفواكه والخضر، انشأ عام ١٩٩٢ متزامناً مع التوسع في بناء الوحدات السكنية وظهور الحاجة لسوق قريب يلبي احتياجات السكان من السلع الضرورية اليومية، بينما السوق الثاني الذي يقع في الصوب الكبير من مدينة الحمزة، والذي يحتوي على (٣٨ حانوتاً) لتجارة الفواكه والخضر، ويخدم هذا السوق كل من (حي الطرف الغربي، وحي الطرف الشرقي، وحي الكوام، والحي العسكري، وحي الزهور، وحي الوائلي، وحي الغدير)، يحصل تجار التجزئة على سلعهم الزراعية من العلو المركزية في مركز قضاء الديوانية، والتي تبعد بمسافة (٣٠ كم) عن مركز قضاء الحمزة كما يتوجه بعض التجار إلى الأراضي الزراعية لغرض الحصول على ما تنتجه من محاصيل خضر طازجة وخاصة محاصيل الخضر الورقية، الا أن محدودية السلعة وموسميته تجبر تجار الفواكه والخضر على الاستعانة بالمنتج المستورد من خارج البلد لسد النقص الحاصل في الإنتاج المحلي منها وسد الحاجة المحلية للسكان.

## ت. أسواق التجزئة في ناحية السدير:

تتسع المساحات الريفية في الناحية بشكل أكبر من المركز الحضري المتمثل بمركز ناحية السدير والذي يحتوي بدوره على سوق واحدة متمثلة بمجموعة من الحوانيت متوزعة بشكل متوازي على جانبي مدخل مركز الناحية ويحتوي السوق على (٩ حوانيت) تعمل بتجارة التجزئة لمحاصيل الفواكه والخضر، يخدم السوق سكان مركز الناحية والقرى المجاورة له، وتعتمد أغلب القرى الريفية على ما يجلب يومياً بواسطة اصحاب سيارة الحمل الصغيرة (بيك-اب) تجوب قرى الناحية وتعمل على بيع الفواكه والخضر بشكل يومي إلى هذه القرى مما يسهل عملية تبضع سكان الناحية دون تحمل تكاليف وعناء الوصول إلى السوق.

## ث. أسواق التجزئة في ناحية الشنافية:

تتمثل أسواق هذه الناحية بمجموعة من الحوانيت المتفرقة تظهر على شكل تجمع بسيط يمكن ان يطلق عليها سوق بالمعنى البسيط وذلك لمحدودية اعداد الحوانيت ، ويخدم السوق احياء مدينة الشنافية والقرى المجاورة لها، بالرغم من وجود هذا السوق في المدينة الا ان معظم سكانها يتبضعون السلع الزراعية بشكل اسبوعي من مركز قضاء الحمزة ، ويعود السبب في ذلك إلى تردد سكان الناحية على هذه المناطق بشكل يومي لممارسة اعمالهم ، وتضم السوق (١٧ حانوتاً) تعمل بتجارة الفواكه والخضر ، فضلاً عن اعداد غير ثابتة ممن يعرض بضاعته على رصيف الطريق إذ تتراوح اعدادهم ما بين (١٧-٢٥) بانعاً يعملون بتجارة الفواكه والخضر بصيغة المفرد، بينما كان الباعة المتجولون في احياء المدينة والقرى والارياف أكثر عدداً لتلبية حاجة المستهلك من الفواكه والخضر بأقل كلفة وأقل جهد.

## ج. أسواق التجزئة في مركز قضاء الشامية:

تقع المدينة على بعد (٣٠ كم) غرب مركز محافظة القادسية ، وبهذا الموقع جعل مدينة الشامية حلقة وصل بين محافظة القادسية ومحافظة النجف، إذ يحتوي مركز القضاء على سوق من بداية مدخله في جهة طريق (ديوانية - نجف) وحتى الجسر الواقع على شط الشامية وسط المدينة والممتد إلى سوق مسقف ، ويحتوي على (١٩ حانوتاً) تم بناءه مطلع سبعينيات القرن العشرين ، ويخدم السوق سكان مركز القضاء والقرى المجاورة والتابعة له.

## ح. أسواق التجزئة في ناحية المهناوية:

تتمثل المراكز التسويقية في الناحية بسوق واحد يقع في مركزها ويحتوي على (١٨ حانوتاً) لبيع الفواكه والخضر، وبحكم موقعها الجغرافي فإن الحركة التجارية ضعيفة جداً بسبب عدم وجود اتصال مع مدن المحافظات الأخرى ، ويخدم السوق الكبير في الناحية الاحياء السكنية ضمن حدودها الادارية ، وتعتمد أغلب القرى والارياف في تسوقهم على ما يجلب يومياً بواسطة سيارات الحمل الصغيرة التي تجوب قرى الناحية وتعمل على ايصال الفواكه والخضر بشكل يومي اليها مما يسهل عملية التبضع للسكان من دون تحمل كلف النقل او عناء الوصول إلى السوق.

## خ. أسواق التجزئة في ناحية الصلاحية:

يحتوي سوقها على (١١ حانوتاً) لبيع التجزئة لمحاصيل الفواكه والخضر ، ويخدم سكان احيائها ، ويعتمد التجار في تسوقهم على علوة قضاء الشامية لبيع الفواكه والخضر ، فضلاً عن الإنتاج المحلي في الناحية.

## د. أسواق التجزئة في ناحية غماس:

يقع السوق في وسط الناحية يحده من ثلاث جهات الاحياء السكنية من جهة الشرق الشارع الرئيس الذي يخترق المدينة من جنوبها حتى شمالها يبلغ طول السوق (٤٠٠-٥٠٠) م، وهو من الأسواق القديمة ، إذ يشكل سوق الفواكه والخضر جزءاً كبيراً من سوق غماس كون المدينة تقع وسط مناطق وقرى زراعية في اغلبها لذا يجلب سكانها بضائعهم او منتجاتهم إلى السوق وخاصة محاصيل التمور التي تتميز بإنتاجها الناحية<sup>(١)</sup>. ويعمل معظم سكان ناحية غماس خارج حدودها الإدارية مما يدفعهم إلى التبضع من مناطق عملهم في مراكز المدن الذي يعطيهم حرية اكبر في انتقاء السلع الجيدة لاتساع اسواق تلك المدن وهذا ما لا توفره اسواق الناحية في معظم الاوقات.

## ذ. أسواق التجزئة في مركز قضاء عفاك:

يحتوي المركز على سوق ذا امتداد طولي تتوزع فيه الحوانيت على جانبي الطريق حيث تظهر بصورة غير مخططة التوزيع للخدمات التجارية داخله وانتفاء صفة التخصص ولو بشكل

(١) الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع عدد من تجار التجزئة في ناحية غماس بتاريخ ١٧/٨/٢٠٢٢.

جزئي ، ويضم السوق ( ١٨ حانوتاً) تعمل بتجارة التجزئة لمحاصيل الفواكه والخضر ، وتتنوع بشكل منتشر في مواقع مختلفة من السوق ، في حين يظهر العديد ممن يعملون بنفس المهنة على ارضة السوق مما يولد عنصر المنافسة مع اصحاب محلات بيع الفواكه والخضر ، وتخدم السوق سكان الاحياء السكنية ضمن مركز القضاء والمناطق الريفية المحاذية له، ويعمل اصحاب الحوانيت على استحصال سلعهم الزراعية من علوة الديوانية للفواكه والخضر ، فضلاً عن التزود بالسلع الزراعية من علوة مركز القضاء للفواكه والخضر التي تعتمد على إنتاج القضاء من تلك المحاصيل.

#### ر. أسواق التجزئة في ناحية سومر:

احتوى مركز الناحية على سوق واحدة متمثلة بمجموعة من الحوانيت بلغ عددها (٨ حوانيت) تعمل بتجارة التجزئة لمحاصيل الفواكه والخضر ، وتخدم السوق سكان مركز الناحية والحي العسكري والقرى المجاورة له ، إذ تعتمد أغلب القرى الريفية في تسوقهم على ما يجلب يومياً بواسطة اصحاب السيارات ذات الحجم الصغير التي تتجول في قرى الناحية وتعمل على ائصال محاصيل الخضر والفواكه بشكل يومي إلى هذه القرى مما يسهل على سكان القرى والارياف في الناحية عملية التبضع دون تحمل عناء الذهاب إلى السوق في مركز الناحية.

#### ز. أسواق التجزئة في ناحية البدير:

اقتصر المركز الحضري في الناحية على خمسة احياء سكنية الا ان الجزء الأكبر من مساحة الناحية في الاستعمالات الزراعية او الفضاءات غير المستغلة ، بلغ عدد محال البيع للفواكه والخضر (١٣ حانوتاً)، في حين اعتمد معظم سكان القرى على الباعة المتجولين ، ويمتاز السوق بصغر حجمه وقلة المحال التجارية فيه ، ويحصل تجار التجزئة على سلعهم الزراعية من علوة عفاك المركزية التي تبعد مسافة (٤٥ كم) عن المركز ، فضلاً عن توجه بعض التجار إلى الاراضي الزراعية لغرض الحصول على ما تنتجه من محاصيل الخضر الطازجة علماً ان سكان الناحية يفضلون المصدر الثاني الا ان محدودية السلعة وموسميتها تجبر التجار على الاستعانة بالمنتج المستورد.



## المبحث الثاني

## طرائق تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية

تتوزع في محافظة القادسية عدد من المحاصيل الزراعية ضمن مجموعتها المحصولية ، التي تطرقنا إليها في الفصل الثالث ، إذ تحتاج كل مجموعة منها إلى طرائق تسويقية معينة تسير خلالها عبر قنوات محددة لتصل إلى المستهلك النهائي ، وبشكلها الأصلي ، أو إضافة منافع اقتصادية للسلع الزراعية ومن بين المنافع المنفعة الشكلية والمنفعة المكانية والزمانية والتكميلية<sup>(١)</sup>، لذا يدرس هذا المبحث طرائق تسويق كل مجموعة وبحسب متطلباتها وكما يأتي:

## أولاً: طرائق تسويق محاصيل الحبوب

تزرع في محافظة القادسية أربعة أنواع من الحبوب تتمثل بمحاصيل (الحنطة ، والشعير ، والشلب ، والذرة الصفراء) وبمساحات متفاوتة ينتج عنها اختلاف في كمية الإنتاج لكل نوع.

تختلف القنوات التسويقية لمحاصيل الحبوب على نحو واضح عن قنوات تسويق المنتجات الزراعية الأخرى ، إذ يلاحظ قنوات تسويق محاصيل الحبوب تأخذ البساطة في شكلها وتركيبها ، وترتبط بعقود مع المؤسسات التسويقية الحكومية لإمكانية خزنها أو تجهيز المطاحن بها أو توزيعها بشكل محاصيل علفية على مربي المواشي<sup>(٢)</sup>.

بلغ معدل الكميات المسوقة من محاصيل (الحنطة - الشعير - الشلب) (٣١٧٨٤٧,٣ طناً) للمواسم الزراعية (٢٠١٨-٢٠١٩) و(٢٠١٩-٢٠٢٠) و(٢٠٢٠-٢٠٢١) استأثر محصول الحنطة على (٥٦,٩٢%) منها ، بينما شكل محصول الشلب (٢٣,٢٣%)، أما محصول الشعير فشكل نسبة (١٩,٨٤%) وكان الأقل نصيباً منها. جدول (٢٧) إذ تتجه الكميات المسوقة من محاصيل الحبوب المذكورة إلى المؤسسات التسويقية في المحافظة المتمثلة بالآتي:

أ. المؤسسات التسويقية العائدة إلى القطاع العام وتشمل على:

١. الشركة العامة لتجارة الحبوب/فرع القادسية وتضم المخازن الآتية: ((سايلو الديوانية (صومعة الحبوب) ، وصومعة الشلب ، وصومعة الشامية ، والمجمع المخزني ، ومركز تسويق المهناوية، ومركز تسويق غماس، ومركز تسويق البدير، ومركز تسويق سومر))

٢. الشركة العراقية لإنتاج البذور / فرع القادسية

(١) دوخي عبد الرحيم الحنيطي ، التسويق الزراعي ، ط١، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع ، الاردن ، ٢٠١٢، ص٦٧٣.

(٢) أبي سعيد الرويجي ، دوخي عبد الرحيم الحنيطي ، التسويق الزراعي (المفاهيم والاسس)، دار حامد للنشر والتوزيع ، الاردن ، عمان ، ٢٠٠٢، ص٢٩٥.

جدول (٢٧) معدل الكميات المسوقة من محاصيل الحبوب (الحنطة والشعير والشلب) بحسب المؤسسات التسويقية الموردة لها للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

المجموع	القطاع الخاص		مؤسسات القطاع العام فرع القادسية				المحصول
	النسبة من مج كمية المحصول المسوقة	الكمية ب(الطن)	الشركة العراقية لإنتاج البذور المحسنة		الشركة العامة لتجارة الحبوب		
			النسبة من مج كمية المحصول المسوقة	الكمية ب(الطن)	النسبة من مج كمية المحصول المسوقة	الكمية ب(الطن)	
١٨٠٩٣٤,٣	٢١,١٥	٣٨٢٦٣	٣٦,١٠	٦٥٣١٠,٢	٤٢,٧٥	٧٧٣٦١,١	الحنطة
٦٣٠٧٤	٤٧,٠٧	٢٩٦٨٥,١	-	-	٥٢,٩٣	٣٣٣٨٨,٩	الشعير
٧٣٨٣٩	٢٢,١٠	١٦٣١٢	-	-	٧٧,٩٠	٥٧٥٢٧	الشلب
٣١٧٨٤٧,٣	٢٦,٥١	٨٤٢٦٠,١	٢٠,٥٤	٦٥٣١٠,٢	٥٢,٩٥	١٦٨٢٧٧	المجموع

المصدر: الباحث بالاعتماد على:

- (١) الشركة العامة لتجارة الحبوب / فرع القادسية ، إدارة المخازن ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ .
- (٢) الشركة العراقية لإنتاج البذور / فرع القادسية ، إدارة مخازن الشركة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ .
- (٣) الدراسة الميدانية ، المسح الميداني لمخازن القطاع الخاص في محافظة القادسية .

#### ب- المؤسسات التسويقية العائده للقطاع الخاص

يتضح من خلال الجدول (٢٧) تباين الكميات المسوقة من محاصيل الحبوب (الحنطة - الشعير - الشلب) إلى المؤسسات التسويقية المذكورة ، إذ استأثرت مؤسسات القطاع العامة المختلفة على (٧٣,٤٩%) من تسويق محاصيل الحبوب تلك، بينما لم تتجاوز حصة المؤسسات التسويقية العائده للقطاع الخاص سوى (٢٦,٥١%) من المجموع ذاته. لم يقتصر التباين في الكميات المسوقة بين مؤسسات القطاع العام والخاص بل يظهر كذلك بين مؤسسات القطاع العام نفسه. ويرتبط هذا التباين بالطاقة الاستيعابية لمخازن تلك المؤسسات التسويقية ، إذ كانت حصة مخازن الشركة العامة لتجارة الحبوب / فرع القادسية (١٦٨٢٧٧) طناً بما يعادل (٧٢,٠٤%) من مجموع المحاصيل المسوقة لمخازن القطاع العام والبالغة (٢٣٣٥٨٧,٢) طناً منها (٧٧٣٦١,١) طناً من الحنطة و(٣٣٣٨٨,٩) طناً من الشعير و(٥٧٥٢٧) طناً من محصول الشلب بما يعادل (٣٣,١١%) و(١٤,٢٩%) و(٢٤,٦٢%) على الترتيب من المجموع الكلي للمحاصيل الثلاثة المسوقة للقطاع العام. وشكلت النسب (٢٤,٣٣%) و(١٠,٥٠%) و(١٨,٩%) على الترتيب من المجموع الكلي للمحاصيل الثلاثة المسوقة للقطاعين العام والخاص البالغة (٣١٧٨٤٧,٣) طناً، إذ لا تتجاوز

حصة الشركة العامة لإنتاج البذور / فرع القاسية (٦٥٣١٠,٢ طناً) من محصول الحنطة بما يعادل (٢٧,٩٦%) من مجموع المحاصيل المسوقة لمخازن القطاع العام وبالبلغة (٢٣٣٥٨٧,٢ طناً). ومن أجل التعرف على الاتجاهات المكانية للكميات المسوقة من محاصيل الحبوب (الحنطة - الشعير - الشلب) وبحسب المؤسسة التسويقية فقد تم توضيحها على النحو الآتي:

#### ١. الكميات المسوقة من محصول الحنطة:

بلغ معدل الكميات المنتجة من محصول الحنطة (٢٠٤٣٦٤,٣ طناً) خلال المواسم الزراعية (٢٠١٨-٢٠٢١) بينما لم تتجاوز الكميات المسوقة منه (١٨٠٩٣٤,٣ طناً) بما يعادل (٨٨,٥٣%) من الكميات المنتجة لمحصول الحنطة في المحافظة ، وهذا يعني أن المنتجين احتفظوا بما مقداره (٢٣٤٣٠ طناً) من الحنطة بما يعادل (١١,٤٧%) من مجموع الإنتاج في المحافظة.

يلحظ من الجدول (٢٨) أن المؤسسات التسويقية العائدة للقطاع العام والمتمثلة بالشركة العامة لتجارة الحبوب / فرع القادسية والشركة العراقية لإنتاج البذور استأثرت بنسبة (٧٨,٨٥%) من مجموع كميات الحنطة المسوقة ، وبلغت حصة مؤسسات القطاع الخاص (٢١,١٥%) من المجموع ذاته. وقد أسهمت جميع الوحدات الإدارية في المحافظة في تسويق محصول الحنطة ، ولكن بكميات متفاوتة، وهذا ما توضحه الخريطة (١٩) من التباين في الكميات المسوقة من محصول الحنطة ، إذ توزعت الوحدات الإدارية على أربعة فئات حسب الكميات المسوقة من المحصول وعلى النحو الآتي:

#### - الفئة الأولى (٦٧٠٠ - ١١٧٣٩) طناً:

تمثلت هذه الفئة في تسع وحدات إدارية ضمت كل من (مركز قضاء الديوانية وناحية السنية والدغارة والشافعية ومركز قضاء عفك وناحية سومر ونفر والشناقية وناحية الصلاحية) استأثرت الكميات المسوقة ضمن هذه الفئة بأعلى نسبة إذ بلغ مجموع الكميات (٧٩١٧٣,٩ طناً) بما يعادل (٤٣,٧٦%) من المجموع الكلي للمحافظة.

#### - الفئة الثانية (١١٧٤٠ - ١٦٧٧٩) طناً:

ضمت ثلاث وحدات إدارية تمثلت في نواحي (السدير والبدير والمهناوية) بلغ مجموع المحصول المسوق منها (٣٧٣٧٩,٣ طناً) بما يعادل (٢٠,٦٦%) من مجموع محصول الحنطة المسوق في المحافظة مما أهلها للحصول على المراتب المتقدمة في الأهمية النسبية لتسويق المحصول في المحافظة.

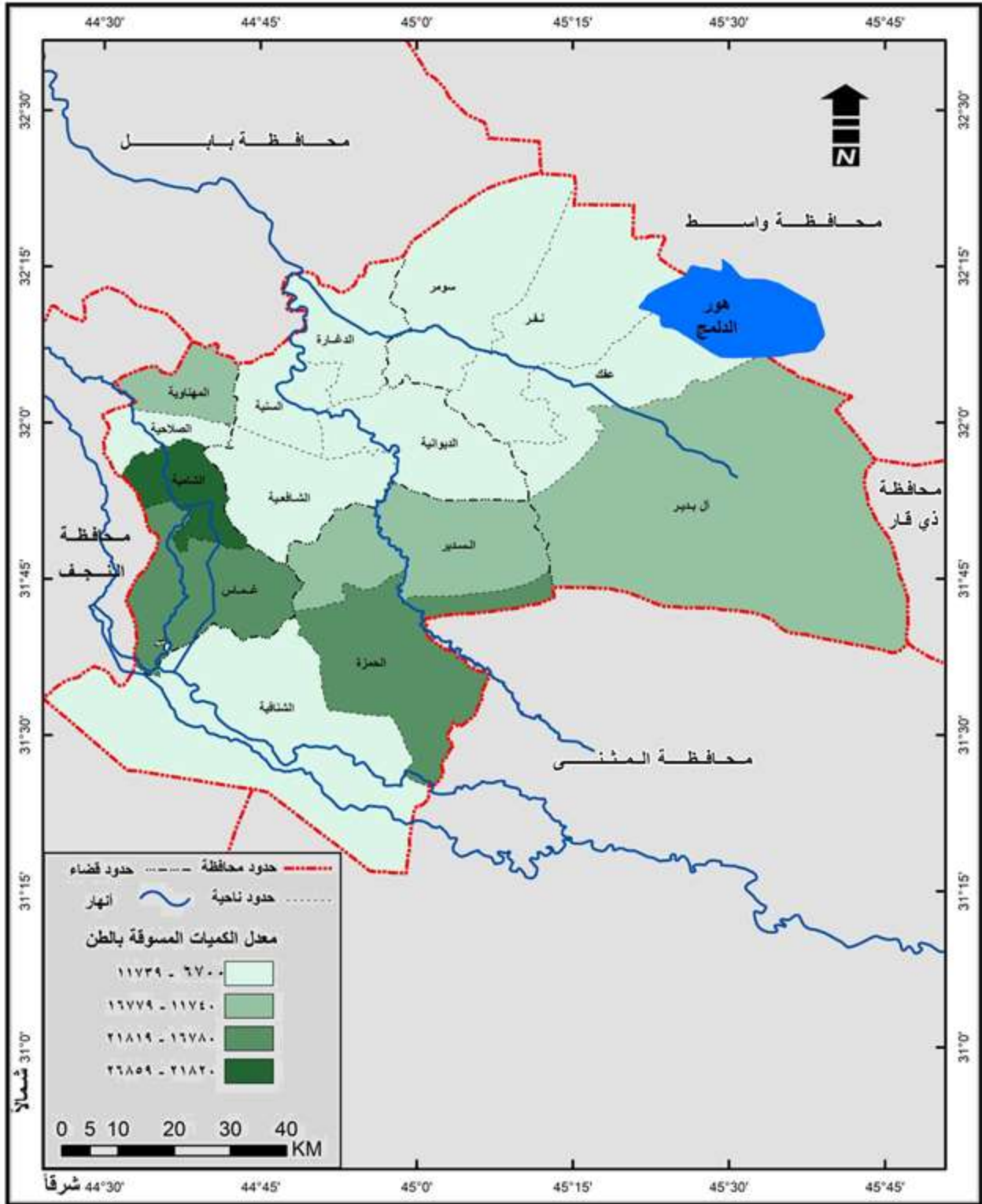
جدول (٢٨) معدل الكميات المسوقة من محصول الحنطة بحسب المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

المجموع الكلي		القطاع الخاص		القطاع العام						الناحية	القضاء
				المجموع		الشركة العراقية لإنتاج البذور المحسنة		الشركة العامة لتجارة الحبوب			
%	الكمية (ب(الطن)	%	الكمية (ب(الطن)	%	الكمية (ب(الطن)	%	الكمية (ب(الطن)	%	الكمية (ب(الطن)		
٤,٤٠	٧٩٦٩,٢	٤,٣١	١٦٥٠	٤,٤٣	٦٣١٩,٢	٣,٩٨	٢٦٠٣,٤	٤,٨٠	٣٧١٥,٨	م. ق. الديوانية	الديوانية
٤,١٨	٧٥٦٢,٧	٣,٤٦	١٣٢٤	٤,٣٧	٦٢٣٨,٧	٤,٧٧	٣١١٥,٦	٤,٠٣	٣١٢٣,١	ن. السنية	
٦,١٤	١١١١٧,١	٥,٥٧	٢١٣٠,٤	٦,٣٠	١٩٨٦,٧	٥,٣٩	٣٥٢٣,١	٧,٠٦	٥٤٦٣,٦	ن. الدغارة	
٣,٧٠	٦٧٠٠	٤,٠٢	١٥٤٠,٦	٣,٦١	٥١٦١,٢	٣,٢٢	٢١٠٣,٤	٣,٩٥	٣٠٥٧,٨	ن. الشافعية	
١٨,٤٣	٣٣٣٥٠,٩	١٧,٣٦	٦٦٤٥	١٨,٧١	٢٦٧٠٥,٨	٧,٣٧	١١٣٤٥,٥	١٩,٨٥	١٥٣٦٠,٣	المجموع	
٥,٠٩	٣٢١١,٦	٥,٦٢	٢١٥١,٣	٤,٩٥	٧٠٦٠,٣	٤,١٨	٣١٢٥,٣	٥,٠٨	٣٩٣٥	م. ق. عفك	عفك
٥,٥٣	١٠٠١١,٨	٧,١٣	٢٧٣٠	٥,١٠	٧٢٨١,٨	٦,٤٧	٤٢٢٥	٣,٩٥	٣٠٥٦,٨	ن. سومر	
٥,٥٦	١٠٠٦٧,٩	٤,٢١	١٦١٢,٦	٥,٩٢	٨٤٥٥,٣	٣,٥٥	٢٣١٧,٨	٧,٩٣	٦١٣٧,٥	ن. نفر	
٦,٦١	١١٩٦٥,١	٧,٨٠	٢٩٨٦,١	٥,٤٧	٧٨٠٩	٥,٣٠	٣٤٦٣,٣	٥,٦٢	٤٣٤٥,٧	ن. البدير	
٢٢,١٥	٤٠٠٨٦,٤	٢٤,٧٧	٩٤٨٠	٢١,٤٥	٣٠٦٠٦,٤	٢٠,١	١٣١٣١,٤	٢٢,٥٨	١٧٤٧٥	المجموع	
٩,٨٧	١٧٨٦٦,٢	٩,٤٥	٣٦١٨	٩,٩٨	١٤٢٤٨,٢	١١,٤٣	٧٤٦٣	٨,٧٧	٦٧٨٥,٢	م. ق. الحمزة	الحمزة
٦,٩٦	١٢٦٠١,٥	٦,٣٥	٢٤٣٠,٧	٧,١٣	١٠١٧٠,٨	٦,٤٥	٤٢١٠,٤	٧,٧٠	٥٩٦٠,٤	ن. السدير	
٤,٨٢	٨٧٢٣,٦	٤,٧٥	١٨١٦,٣	٤,٨٤	٦٩٠٧,٣	٥,٤١	٣٥٣٤,٢	٤,٣٦	٣٣٧٣,١	ن. الشنافية	
٢١,٦٦	٣٩١٩١,٣	٢٠,٥٥	٧٨٦٥	٢١,٩٥	٣١٣٢٦,٣	٢٣,٢٩	١٥٢٠٧,٦	٢٠,٨٦	١٦١١٨,٧	المجموع	
١٤,٨٤	٢٦٨٥٦	١٤	٥٣٥٦,٨	١٥,٠٦	٢١٤٩٧,٤	١٥,٠٣	٩٨٢١,٨	١٥,٠٩	١١٦٧٥,٦	م. ق. الشامية	الشامية
٧,٠٨	١٢٨١٢,٧	٨,١٦	٣١٢٢	٦,٧٩	٩٦٩٠,٧	٦,٦٩	٤٣٧٠,٤	٦,٨٧	٥٣٢٠,٣	ن. المهناوية	
٤,٩٦	٨٩٧٨,٢	٤,٨٨	١٨٦٧,٤	٤,٩٨	٧١١٠,٨	٤,٧٥	٣١٠٢,٦	٥,١٨	٤٠٠٨,٢	ن. الصلاحية	
١٠,٨٧	١٩٦٦٠,٧	١٠,٢٦	٣٩٢٦,٨	١١,٠٢	١٥٧٣٣,٩	١٢,٧٥	٨٣٣٠,٩	٩,٥٦	٧٤٠٣	ن. غماس	
٣٧,٧٥	٦٨٣٠٥,٨	٣٧,٣٠	١٤٢٧٣	٣٧,٨٥	٥٤٠٣٢,٨	٣٩,٢٣	٢٥٦٢٥,٧	٣٦,٧	٢٨٤٠٧,١	المجموع	
١٠٠	١٨٠٩٣٤,٣	١٠٠	٣٨٢٦٣	١٠٠	٤٢٦٧١,٣	١٠٠	٦٥٣١٠,٢	١٠٠	٧٧٣٦١,١	المجموع الكلي	

المصدر: الباحث بالاعتماد على:

- (١) وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ .
- (٢) وزارة التجارة ، الشركة العامة لتجارة الحبوب في محافظة القادسية ، قسم التسويق الزراعي ، المسح الميداني لمخازن الحبوب للقطاع الخاص للمدة من (٢٠١٨/٦/١٥) ولغاية (٢٠٢١/٨/١٥) ، بيانات غير منشورة ، لعام ٢٠٢١ .

خريطة (١٩) التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول الحنطة في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (٢٨)

## - الفئة الثالثة (١٦٧٨٠ - ٢١٨١٩) طنًا:

تمثلت هذه الفئة بوحديتين إداريتين هما (مركز قضاء الحمزة وناحية غماس) بلغ مجموع كمية الحنطة المسوقة (٣٧٥٢٦,٩ طنًا) أي ما يشكل نسبة مقدارها (٢٠,٧٤%) من مجموع كميات الحنطة المسوقة في المحافظة.

## - الفئة الرابعة (٢١٨٢٠ - ٢٦٨٥٩) طنًا:

ضمت الفئة وحدة إدارية واحدة تمثلت في مركز قضاء الشامية إذ بلغت كمية إنتاجها المسوق (٢٦٨٥٦ طنًا)، بما يعادل (١٤,٨٤%) من مجموع كميات محصول الحنطة المسوقة في المحافظة، ويعود ذلك إلى زيادة إنتاج محصول الحنطة في مركز قضاء الشامية بسبب زراعة الاصناف عالية الغلة المعتمدة بحسب متطلباتها البيئية لكل صنف وتأمين الخدمة والاحتياجات اللازمة من السماد الموصى بها والمقنن المائي اللازم والحصاد في الموعد المناسب ومكافحة الآفات بما يحقق الإنتاج الأعلى وزيادة الكميات المسوقة من المحصول.

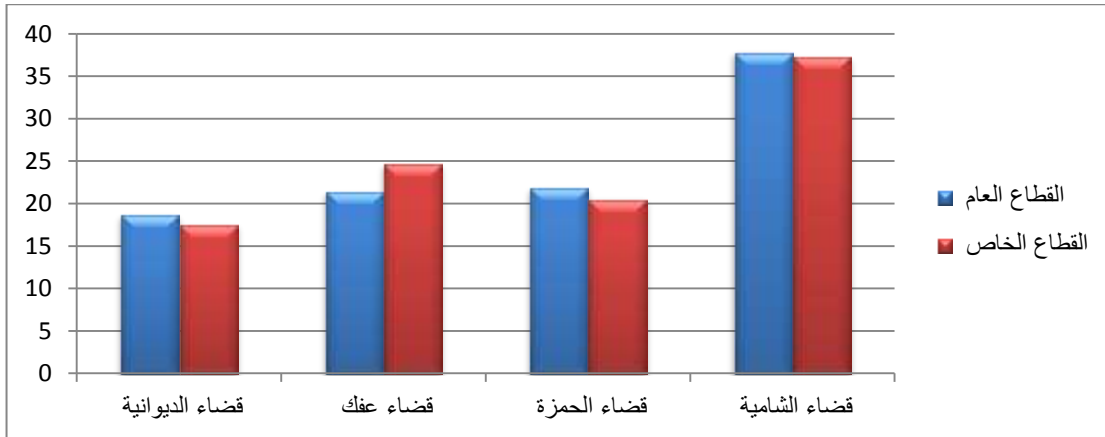
## • الكميات المسوقة من محصول الحنطة إلى القطاع العام

ونظراً لتباين الكميات المسوقة من محصول الحنطة بين المؤسسات التسويقية في القطاع العام والمتمثلة بمخازن الشركة العامة لتجارة الحبوب / فرع القادسية والشركة العراقية لإنتاج البذور المحسنة ومخازن القطاع الخاص ، وهذا ما يوضحه الجدول (٢٨) والشكل (١٣) أن الكميات المسوقة من محصول الحنطة إلى مخازن الشركة اعلاه تباينت في كمياتها الموردة من الوحدات الإدارية التابعة لمحافظة القادسية ، إذ استأثر قضاء الشامية بثلاث الكمية المسوقة والبالغة (٥٤٠٣٢,٨ طنًا) بما يعادل (٣٧,٨٥%) من المجموع ، وجاء قضاء الحمزة وقضاء عفك بنسب متقاربة إذ بلغت الكمية المسوقة (٣١٣٢٦,٣ و ٣٠٦٠٦,٤) طنًا لكل منهما على الترتيب ما يشكل نسبة (٢١,٩٥% و ٢١,٤٥%) لكل منهما على الترتيب. أما قضاء الديوانية فبلغت الكمية المسوقة من محصول الحنطة الواردة إلى مخازن القطاع العام (٢٦٧٠٥,٨ طنًا) ما يعادل (١٨,٧١%) من المجموع الكلي لمحصول الحنطة المسوقة إلى مؤسسات القطاع العام في المحافظة.

يظهر من الجدول (٢٨) والشكل (١٣) أن الكميات المسوقة من محصول الحنطة إلى مخازن الشركة العراقية لإنتاج البذور المحسنة والتي تعكس جودة الإنتاج من حيث النوعية تباينت في كمياتها الموردة من الوحدات الإدارية التابعة لمحافظة القادسية ، إذ استأثر قضاء

الشامية بأكثر من ثلث الكمية المسوقة إذ بلغت معدل (٢٥٦٢٥,٧ طناً) بما يعادل (٣٩,٢٣%) من مجموع كميات المحصول المسوق إلى الشركة أعلاه، وجاء قضاء الحمزة بالمرتبة الثانية من حيث الكمية المسوقة للشركة إذ بلغت (١٥٢٠٧,٦ طناً) ما يعادل (٢٣,٢٩%) من مجموع كمية المحصول المسوقة بالمحافظة ، يليه قضاء عفك إذ بلغت الكمية المسوقة من محصول الحنطة لشركة انتاج البذور المحسنة (١٣١٣١,٠٤ طناً) ما يشكل نسبة (٢٠,١%) من المجموع الكلي ، وجاء قضاء الديوانية بالمرتبة الاخيرة وذلك بتسويقه (١١٣٤٥,٥ طناً) بم يعادل (٧,٣٧%) من المجموع ذاته.

شكل (١٣) التباين المكاني لمعدل الكميات المسوقة من محصول الحنطة إلى مؤسسات القطاع العام أو الخاص بحسب الوحدات الإدارية لمحافظة القادسية



المصدر : بيانات جدول (٢٨).

#### • الكميات المسوقة من محصول الحنطة إلى القطاع الخاص

تتباين الكميات الواردة من محصول الحنطة إلى مخازن القطاع الخاص من الوحدات الادارية التابعة للمحافظة ، وهذا ما يوضحه الجدول (٢٨) والشكل (١٣) استأثر قضاء الشامية بالمرتبة الأولى عن بقية الأفضية إذ بلغت كمية محصول الحنطة المسوقة إلى مخازن القطاع الخاص (١٤٢٧٣ طناً) ما يشكل نسبة (٣٧,٣٠%) من مجموع الحنطة المسوقة إلى تلك المخازن في المحافظة، تلاه قضاء عفك بالمرتبة الثانية مسوقاً (٩٤٨٠ طناً) بما يعادل (٢٤٧٧ طناً) من المجموع ، اما المرتبة الاخيرة كانت من حصة قضاءي الحمزة والديوانية بكمية مسوقة بلغت (٧٨٦٥ و ٦٦٤٥) طناً لكل منهما على الترتيب بما يعادل (٢٠,٥٥% و ١٧,٣٦%) لكل منهما على الترتيب من مجموع كمية الحنطة المسوقة إلى مخازن القطاع الخاص في المحافظة.

## ٢. الكميات المسوقة من محصول الشعير:

بلغ معدل الكميات المسوقة من محصول الشعير (٦٣٠٧٤ طناً) للمواسم الزراعية (٢٠١٨-٢٠٢١) تمثل (٧٨,٣٩%) من مجموع الكميات المنتجة من محصول الشعير للمواسم ذاتها وبالباقي (٨٠٤٥٤,٣ طناً)، وهذا يعني ان هناك ما مقداره (١٧٣٨٠,٣ طناً) لم تجد طريقها عبر القنوات التسويقية للقطاع العام ، وقد تبين من خلال الدراسة الميدانية أن تلك الكميات احتفظ بها المنتجون لغرض تغذية حيواناتهم واستعمالها كبدور في موسم زراعة المحصول.

انتظمت جميع الوحدات الإدارية في المحافظة بتسويق محصول الشعير باستثناء مركز قضاء الشامية الذي لم تظهر به كميات منتجة من المحصول ويعود سبب ذلك إلى زراعة محصول الشلب في القضاء وبعد حصاده يتم زراعة الأرض بمحصول الحنطة ولا يمكن زراعتها بمحصول الشعير. هناك تباين واضح بين الوحدات الإدارية للمحافظة في كميات محصول الشعير المسوقة وتبرز هذه الحالة بوضوح في الخريطة (٢٠) والتي توزعت فيها الوحدات الإدارية إلى الفئات التالية:

## - الفئة الأولى (٢٣٢ - ٣١٨٦) طناً:

تمثلت هذه الفئة بأربع وحدات إدارية ضمت كل من (ناحية السنية والشافعية والمهناوية والصلاحية) إذ بلغ مجموع الكميات المسوقة من محصول الشعير ضمن هذه الفئة (١٩٣٠,٢ طناً) بما يعادل (٣,٠٧%) من المجموع الكلي لمحصول الشعير في المحافظة.

## - الفئة الثانية (٣١٨٧ - ٦١٤١) طناً:

تمثلت في خمس وحدات إدارية ضمت كل من (مركز قضاءي الديوانية والحمزة وناحية نفر والسدير وغماس) بلغ مجموع الكميات المسوقة من محصول الشعير ضمن هذه الفئة (١٩٤٥١,٧ طناً) مشكلة نسبة (٣٠,٨٤%) من مجموع محصول الشعير المسوق في المحافظة.

## - الفئة الثالثة (٦١٤٢ - ٩٠٩٦) طناً:

تمثلت في ثلاث وحدات إدارية ضمت كل من (ناحيتي الدغارة والشنافية ومركز قضاء عفك) بلغ مجموع إنتاج الشعير المسوق في هذه الفئة (٢٠٣٠٤,١ طناً) بما يعادل (٣٢,١٩%) من مجموع كميات محصول الشعير المسوق في المحافظة.

## - الفئة الرابعة (٩٠٩٧ - ١٢٠٥١) طناً:

ضمت هذه الفئة كل من ناحيتي سومر والبدير إذ بلغ مجموع الكميات المسوقة من محصول الشعير ضمن هذه الفئة (٢١٣٨٨ طناً)، ما نسبته (٣٣,٩٠%) من مجموع كميات محصول الشعير المسوق في المحافظة،



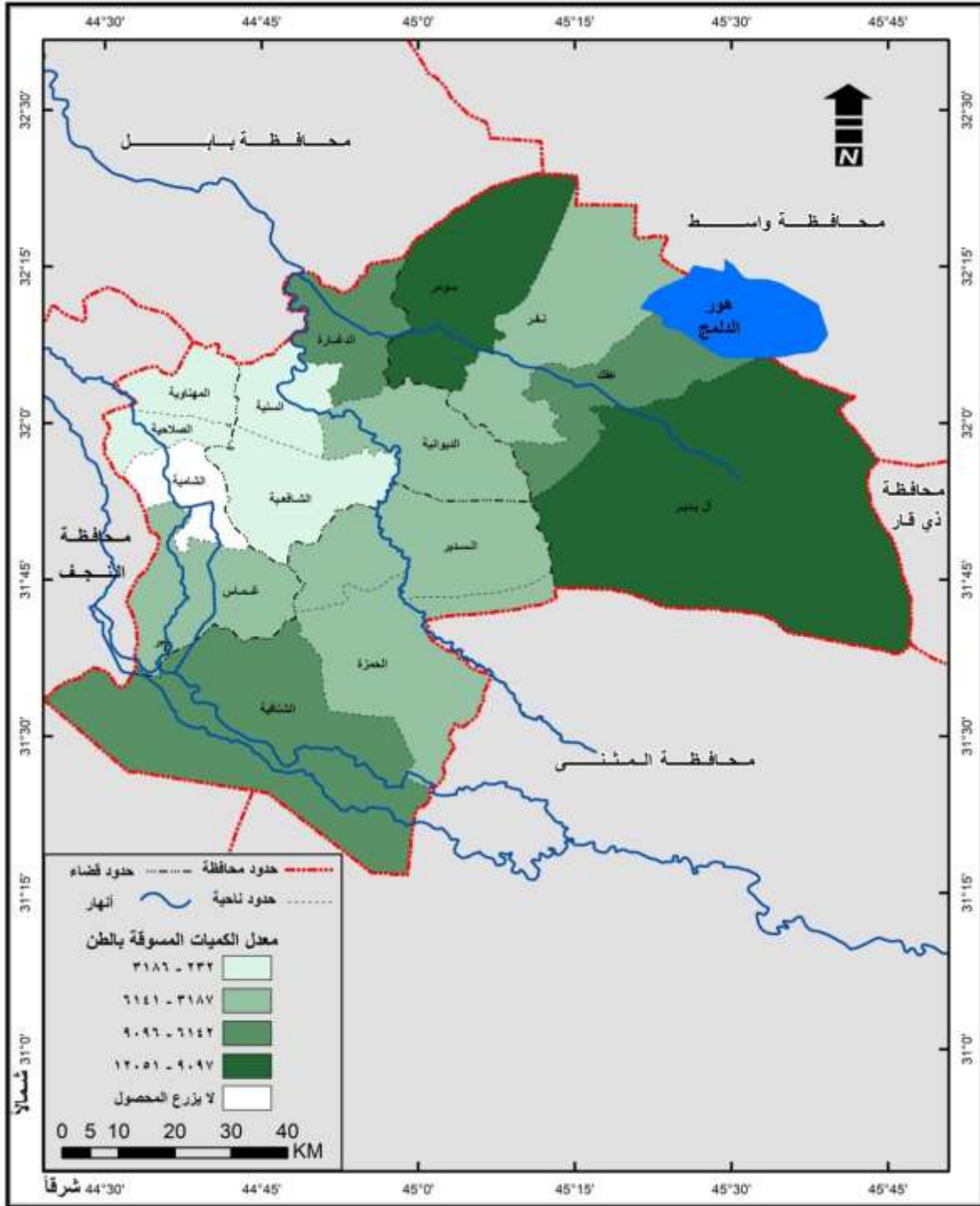
جدول (٢٩) معدل الكميات المسوقة من محصول الشعير بحسب المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

المجموع الكلي للكميات الواردة للمخازن العامة والخاصة		الكميات المخزونة في الحقول		الكميات المسوقة				الناحية	القضاء
				القطاع الخاص		القطاع العام			
%	الكمية ب(الطن)	%	الكمية ب(الطن)	%	الكمية ب(الطن)	%	الكمية ب(الطن)		
٦,٢٦	٣٩٤٦,٧	٨,٣٣	١٤٤٨,٣	٦,٩٨	٢٠٧٢,٧	٥,٦١	١٨٧٤	م. ق. الديوانية	الديوانية
١,٢٩	٨١٥,٩	١,٠٩	١٩٠,١	١,٥٧	٤٦٥,٧	١,٠٥	٣٥٠,٢	ن. السنية	
١٠,٨٨	٦٨٦٥,١	١٤,٨٥	٢٥٨١,١	١٦,٧٧	٤٩٨٠	٥,٦٥	١٨٨٥,١	ن. الدغارة	
٠,٩٠	٥٦٤,٣	٠,٤٨	٨٣,١	٠,٣٦	١٠٨,٣	١,٣٦	٤٥٦	ن. الشافعية	
١٩,٣٣	١٢١٩٢	٢٤,٧٥	٤٣٠٢,٦	٢٥,٦٩	٧٦٢٦,٧	١٣,٦٧	٤٥٦٥,٣	المجموع	
١١,٣٩	٧١٨٦,٣	٨,٢٩	١٤٤١,٢	٩,٢٢	٢٧٣٥,٥	١٣,٣٣	٤٤٥٠,٨	م. ق. عفاك	عفاك
١٤,٨١	٩٣٤٠	١١,٣٦	١٩٧٣,٧	١٤,٩٧	٤٤٤٥	١٤,٦٦	٤٨٩٥	ن. سومر	
٧,٥٨	٤٧٨١	٥,٩٥	١٠٣٣,٩	٩,١٤	٢٧١٤,٦	٦,١٨	٢٠٦٥,٤	ن. نفر	
١٩,١٠	١٢٠٤٨	٢٥,١٧	٤٣٧٦	١٦,٠٦	٤٧٦٨	٢١,٨٠	٧٢٨١	ن. البدير	
٥٢,٨٨	٣٣٣٥٥,٣	٥٠,٧٧	٨٨٢٤,٨	٤٩,٣٩	١٤٦٦٣,١	٥٥,٩٨	١٨٦٩٢,٢	المجموع	
٥,٣٩	٣٣٩٧,٨	٦,٣٧	١١٠٧,٦	٤,٥٥	١٣٥٠	٦,١٣	٢٠٤٧,٨	م. ق. الحمزة	الحمزة
٦,٤٣	٤٠٥٥,٦	٧,٣٢	١٢٧٢	٤,٦٣	١٣٧٥,٦	٨,٠٥	٢٦٨٠	ن. السدير	
٩,٩١	٦٢٥٢,٧	٣,٨٠	٦٦٠,٤	١١,٦١	٣٤٤٦,٥	٨,٤٠	٢٨٠٦,٢	ن. الشنافية	
٢١,٧٣	١٣٧٠٦,١	١٧,٤٩	٣٠٤٠	٢٠,٧٩	٦١٧٢,١	٢٢,٥٨	٧٥٣٤	المجموع	
-	-	-	-	-	-	-	-	م. ق. الشامية	الشامية
٠,٥٠	٣١٨	٠,٦٥	١١٣,٧	٠,٣٨	١١٢,٣	٠,٦٢	٢٠٥,٧	ن. المهناوية	
٠,٣٧	٢٣٢	٠,٣١	٥٣,١	٠,٣٥	١٠٣,٤	٠,٣٨	١٢٨,٥	ن. الصلاحية	
٥,١٨	٣٢٧٠,٦	٦,٠٢	١٠٤٦,١	٣,٤٠	١٠٠٧,٥	٦,٧٧	٢٢٦٣,٢	ن. غماس	
٦,٠٥	٣٨٢٠,٦	٦,٩٨	١٢١٢,٩	٤,١٣	١٢٢٣,٢	٧,٧٧	٢٥٩٧,٤	المجموع	
١٠٠	٦٣٠٧٤	١٠٠	١٧٣٨٠,٣	١٠٠	٢٩٦٨٥,١	١٠٠	٣٣٣٨٨,٩	المجموع الكلي	

المصدر: الباحث بالاعتماد على:

- (١) جمهورية العراق ، وزارة التجارة ، الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع/ القادسية ، إدارة المخازن ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.
- (٢) جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

خريطة (٢٠) التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول الشعير في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



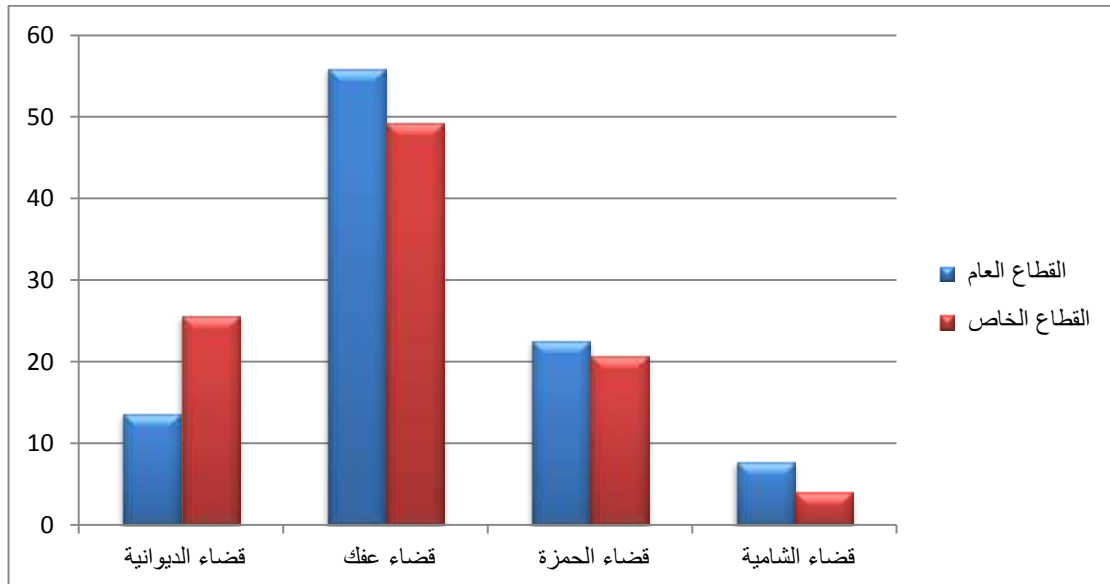
المصدر: بيانات جدول (٢٩).

يلحظ من الجدول (٢٩) ان الكميات المسوقة من محصول الشعير اتجهت إلى المؤسسات التسويقية العائدة للقطاعين العام والخاص وكانت على النحو الآتي:

• الكميات المسوقة من محصول الشعير إلى القطاع العام

بلغ معدل الكميات المسوقة من محصول الشعير إلى مخازن الشركة العامة لتجارة الحبوب / فرع القادسية (٣٣٣٨٨,٩ طناً) أي ما يعادل (٥٢,٩٣%) من مجموع الشعير المسوق. يبين الجدول (٢٩) أن قضاء عفاك تصدر اقصية المحافظة بتسويق محصول الشعير إلى مخازن القطاع العام بواقع (١٨٦٩٢,٢ طناً) وبنسبة بلغت (٥٥,٩٨%) من مجموع الإنتاج المسوق إلى المخازن اعلاه ، تلاه قضاء الحمزة إذ سوق (٧٥٣٤ طناً) بما يعادل (٢٢,٥٨%) من المجموع ذاته ، وجاء قضاء الديوانية بالمرتبة الثالثة مسوقاً (٤٥٦٥,٣ طناً) بما يعادل (١٣,٦٧%)، كما جاء قضاء الشامية بالمرتبة الرابعة بكمية تسوق بلغت (٢٥٩٧,٤ طناً) وبنسبة (٧,٧٧%) من مجموع الكميات المسوقة من محصول الشعير إلى مخازن الشركة العامة لتجارة الحبوب / فرع القادسية شكل (١٤).

شكل (١٤) التباين المكاني لمعدل الكميات المسوقة من محصول الشعير إلى مؤسسات القطاع العام أو الخاص بحسب الوحدات الإدارية لمحافظة القادسية



المصدر : بيانات جدول (٢٩).

### • الكميات المسوقة من محصول الشعير إلى القطاع الخاص

بلغ معدل الكميات المسوقة من محصول الشعير إلى مخازن القطاع الخاص (٢٩٦٨٥,١ طناً) تمثل ما نسبته (٤٧,٠٧%) من مجموع الشعير المسوق في المحافظة ، وهناك تباين وعدم تماثل بين أقضية المحافظة ، إذ تصدر قضاء عفك المركز الأول ، إذ بلغت الكمية المسوقة إلى مخازن القطاع الخاص (١٤٦٦٣,١ طناً) بما يعادل (٤٩,٣٩%) من المجموع ، تلاه قضاء الديوانية بنسبة بلغت (٢٥,٦٩%) مسوقين كمية بلغت (٧٦٢٦,٧ طناً) من محصول الشعير ، وجاء قضاء الحمزة بالمرتبة الثالثة من حيث الكمية المسوقة من محصول الشعير إلى مؤسسات القطاع الخاص حيث بلغت (٦١٧٢,١ طناً) بما يعادل (٢٠,٧٩%) من كميات الشعير المسوقة إلى القطاع الخاص ، بينما تتراجع الكميات المسوقة إلى تلك المؤسسات في قضاء الشامية ليصل مجموعها إلى (١٢٢٣,٢ طناً) مشكلة نسبة مقدارها (٤,١٣%) من مجموع كميات المحصول المسوق لمؤسسات القطاع الخاص شكل (١٤). ويعود السبب في ذلك إلى انخفاض إنتاج المحصول في القضاء الناتج من قلة المساحات المخصصة لزراعة محصول الشعير مقارنة بالمساحات الكبيرة التي تزرع محصول الحنطة.

### ٣. الكميات المسوقة من محصول الشلب:

بلغ معدل الكميات المسوقة من محصول الشلب للمواسم الزراعية الثلاث (٢٠٢١-٢٠١٨) (٧٣٨٣٩ طناً) والتي تمثل نسبة (٨٦,٣٤%) من مجموع إنتاج محصول الشلب في المحافظة والبالغ (٨٥٥١٩ طناً) للمواسم ذاتها. وهذا يعني أن هناك كمية من محصول الشلب بلغت (٧٦٨٤,٤ طناً) بقيت بحوزة المنتجين ، وذلك لأغراض الاستهلاك الشخصي فضلاً عن خزنها للاستفادة منها كبذور في موسم زراعة المحصول.

يلحظ من الجدول (٣٠) أن الكميات المسوقة من محصول الشلب تأخذ اتجاهاً مكانياً متبايناً، إذ يبرز هذا التباين في الخريطة (٢١) والتي وزعت عليها الوحدات الإدارية بحسب الكميات المسوقة لمحصول الشلب وضمن الفئات الآتية:

#### - الفئة الأولى (١٥٦ - ٦٠٦٨) طناً:

ضمت هذه الفئة الوحدات الادارية الأقل إنتاجاً لمحصول الشلب وتمثلت بالنواحي (السنية والدغارة والشافعية وسومر والبدير والشنافية) إذ بلغت كمية الشلب المسوقة ضمن هذه الفئة (٣٤٨٢,٤ طناً) بما يعادل (٤,٧٢%) من مجموع كمية المحصول المسوقة في المحافظة.

جدول (٣٠) معدل الكميات المسوقة من محصول الشلب بحسب المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

المجموع الكلي للكميات الواردة للمخازن العامة والخاصة	الكميات المخزونة في الحقول		الكميات المسوقة				الناحية	القضاء
			القطاع الخاص (٢)		القطاع العام (١)			
			الكمية بـ(الطن)	%	الكمية بـ(الطن)	%		
-	-	-	-	-	-	-	-	م. ق. الديوانية
٠,٢٧	٢٠١,٦	٠,٨٠	٦١,٢	٠,٢٩	٤٨	٠,٢٦	١٥٣,٦	ن. السنية
١,٠٧	٧٨٧	١,٢٤	٩٥	٠,٦٩	١١٢	١,١٧	٦٧٥	ن. الدغارة
١,٠٤	٧٧١	٠,٦٤	٤٩	١,٠٩	١٧٨	١,٠٣	٥٩٣	ن. الشافعية
٢,٣٨	١٧٥٩,٦	٢,٦٧	٢٠٥,٢	٢,٠٧	٣٣٨	٢,٤٧	١٤٢١,٦	المجموع
-	-	-	-	-	-	-	-	م. ق. عفك
١,٧٣	١٢٧٦,٣	٢,٢٦	١٧٣,٥	٠,٧٦	١٢٣,٦	٢	١١٥٢,٧	ن. سومر
-	-	-	-	-	-	-	-	ن. نفر
٠,٢١	١٥٦	٠,٥٤	٤٢	٠,٣٢	٥٢,٨	٠,١٨	١٠٣,٢	ن. البدير
١,٩٤	١٤٣٢,٣	٢,٨٠	٢١٥,٥	١,٠٨	١٧٦,٤	٢,١٨	١٢٥٥,٩	المجموع
-	-	-	-	-	-	-	-	م. ق. الحمزة
-	-	-	-	-	-	-	-	ن. السدير
٠,٣٩	٢٩٠,٥	١,٤٤	١١٠,٥	٠,٦٤	١٠٥,١	٠,٣٢	١٨٥,٤	ن. الشنافية
٠,٣٩	٢٩٠,٥	١,٤٤	١١٠,٥	٠,٦٤	١٠٥,١	٠,٣٢	١٨٥,٤	المجموع
٣٢,٢٣	٢٣٨٠,٤	٣٩,٥٥	٣٠٣٩,٣	٢١,٣٨	٣٤٨٧,٢	٣٥,٣١	٢٠٣١٦	م. ق. الشامية
٢٢,٠١	١٦٢٥٧	١٣,٨١	١٠٦١,٤	١٠,٦٥	١٧٣٧,٧	٢٥,٢٤	١٤٥٢٠	ن. المهناوية
١٥,٨٢	١١٦٨١,٤	١٦,٧٨	١٢٨٩,٥	١٩,٧٠	٣٢١٢,٨	١٤,٧٢	٨٤٦٨,٧	ن. الصلاحية
٢٥,٢١	١٨٦١٤,٣	٢٢,٩٣	١٧٦٢,٦	٤٤,٤٧	٧٢٥٤,٨	١٩,٧٥	١١٣٥٩,٤	ن. غماس
٩٥,٢٨	٧٠٣٥٦,٦	٩٣,٠٨	٧١٥٣,٢	٩٦,٢٠	١٥٦٩٢,٥	٩٥,٠٢	٥٤٦٦٤,١	المجموع
١٠٠	٧٣٨٣٩	١٠٠	٧٦٨٤,٤	١٠٠	١٦٣١٢	١٠٠	٥٧٥٢٧	المجموع الكلي

المصدر: الباحث بالاعتماد على:

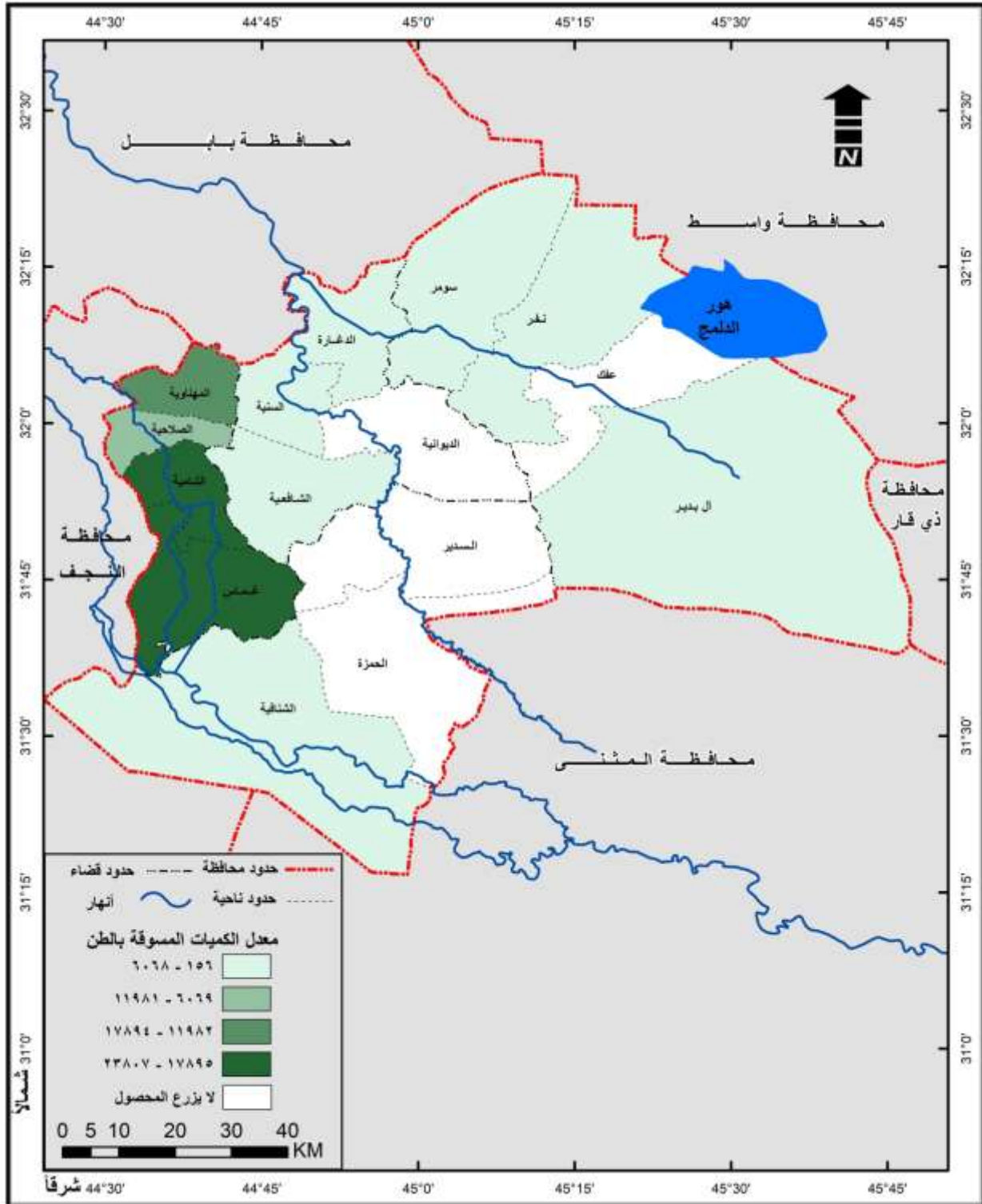
(١) جمهورية العراق ، وزارة التجارة ، الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع/ القادسية ، إدارة المخازن ، بيانات غير منشورة

لعام ٢٠٢١.

(٢) جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، بيانات غير منشورة لعام

٢٠٢١.

خريطة (٢١) التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول الشلب في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر : بيانات جدول (٣٠).

## - الفئة الثانية (٦٠٦٩ - ١١٩٨١) طنًا:

تمثلت هذه الفئة في وحدة إدارية واحدة ضمت هي (ناحية الصلاحية) بلغ مجموع الشلب المسوق منها (١١٦٨١,٤ طنًا) بما يعادل (١٥,٨٣%) من مجموع الشلب المسوق بالمحافظة .

## - الفئة الثالثة (١٧٨٩٤ - ١١٩٨٢) طنًا:

ضمت الفئة الثالثة ناحية المهناوية ، إذ بلغ مجموع إنتاجها المسوق (١٦٢٥٧ طنًا) بما يعادل (٢٢%) من مجموع كميات الشلب المسوق في المحافظة.

## - الفئة الرابعة (١٧٨٩٥ - ٢٣٨٠٧) طنًا:

ضمت هذه الفئة المناطق الأكثر إنتاجاً لمحصول الشلب في المحافظة وتمثلت في كل من (مركز قضاء الشامية ، وناحية غماس)، إذ بلغت كمية محصول الشلب المسوقة ضمن مناطق هذه الفئة (٤٢٤١٨,٢ طنًا)، ما يشكل نسبة (٥٧,٤٥%) من مجموع كمية الشلب المسوقة للمحافظة. إذ تصل إلى أكثر من نصف الكميات المسوقة من المحصول، وذلك يعود إلى زيادة المساحات المزروعة بمحصول الشلب في تلك المناطق ، فضلاً عن زيادة إنتاجية الدونم الواحد بسبب توافر الإمكانيات الضرورية لزراعة محصول الشلب مثل التربة الخصبة والموارد المائية الكافية لزراعته ، فضلاً عن توافر اليد العاملة ذات الخبرة في مجال زراعة محصول الشلب.

تتجه الكميات المسوقة من محصول الشلب إلى المؤسسات التسويقية العائدة للقطاعين العام

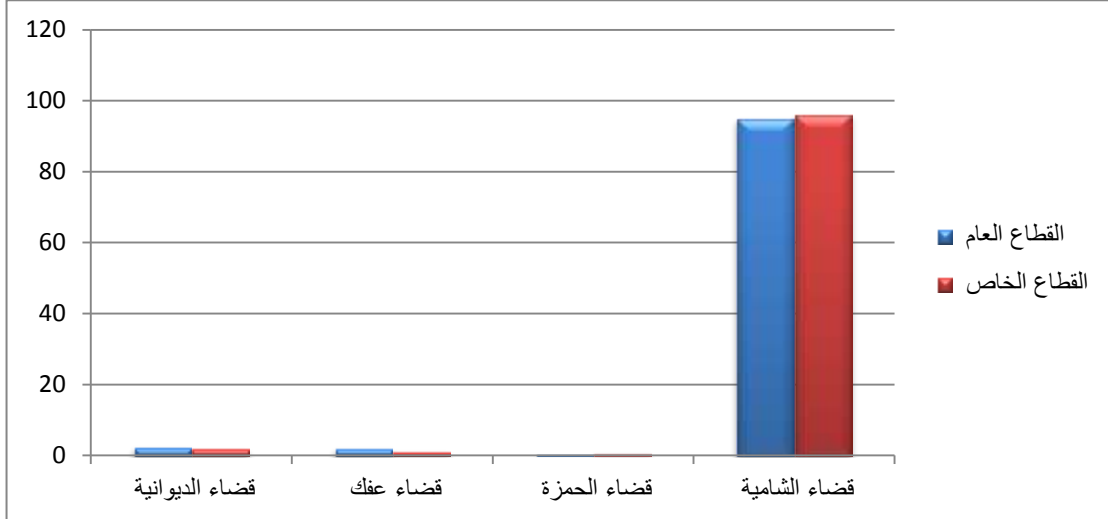
والخاص وعلى النحو الآتي:

## • الكميات المسوقة من محصول الشلب إلى القطاع العام

يلحظ من الجدول (٣٠) والشكل (١٥) أن الكميات المسوقة من الوحدات الإدارية في محافظة القادسية باتجاه مؤسسات القطاع العام بلغت (٥٧٥٢٧ طنًا) وبأهمية نسبية بلغت (٧٧,٩٠%)، ويقتصر التسويق المتوجه إلى مؤسسات هذا القطاع على الشركة العامة لتجارة الحبوب / فرع القادسية متمثلة بمواقع التسويق المنتشرة في الوحدات الإدارية للمحافظة، إلا أن الكميات المسوقة من محصول الشلب هي كميات متباينة إذ جاء قضاء الشامية بالمركز الأول ممثلاً بوحداته الإدارية الأربعة (مركز القضاء ، وناحية الصلاحية وناحية المهناوية وناحية غماس) بكمية مسوقة بلغت (٥٤٦٦٤,١ طنًا) وبأهمية نسبية بلغت (٩٥,٠٢%) من مجموع كمية محصول الشلب المسوق إلى مؤسسات القطاع العام في المحافظة ، أما بقية أفضية المحافظة فقد جاءت بكميات قليلة بلغت (١٤٢١,٦ و ١٢٥٥,٩ و ١٨٥,٤) طنًا وبأهمية نسبية

بلغت (٢,٤٧% و ٢,١٨% و ٠,٣٢%) لكل من قضاء الديوانية وقضاء عفك وقضاء الحمزة على الترتيب.

شكل (١٥) التباين المكاني لمعدل الكميات المسوقة من محصول الشلب إلى مؤسسات القطاع العام أو الخاص بحسب الوحدات الإدارية لمحافظة القادسية



المصدر : بيانات جدول (٣٠).

#### • الكميات المسوقة من محصول الشلب إلى القطاع الخاص

استأثرت مؤسسات القطاع الخاص المتمثلة بمخازنها المتوزعة في أسواق محافظة القادسية على كميات من محصول الشلب ، إذ بلغ معدل الكميات المسوقة إليها خلال المواسم الزراعية (٢٠٢١-٢٠١٨) بمعدل (١٦٣١٢ طنًا) مشكلة نسبة مقدارها (٢٢,١٠%) من مجموع كميات محصول الشلب المسوق في المحافظة.

توزعت هذه الكميات بنسب متباينة على احدى عشر وحدة إدارية كما يبينها الجدول (٣٠) والشكل (١٥)، إذ استأثر قضاء الشامية بأكثر كمية مسوقة من محصول الشلب إلى مخازن القطاع الخاص بلغت (١٥٦٩٢,٥ طنًا) حيث حققت نسبة بلغت (٩٦,٢٠%) من مجموع محصول الشلب المسوق إلى المخازن، بينما تراجعت الكميات المسوقة من بقية أفضية المحافظة إذ لم تحقق مجتمعة سوى (٣,٨٠%) من مجموع الكمية المسوقة للمحصول ذاته. في حين بقيت كميات من محصول الشلب بحيازة المنتجين بلغت (٧٦٨٤,٤ طنًا) بما يعادل (٨,٩٨%) من مجموع الإنتاج الكلي لمحصول الشلب والبالغ (٨٥٥١٩ طنًا) ويستفاد من هذه الكميات للاستهلاك الشخصي فضلاً عن خزن المحصول واستعماله كبذور في موسم الزراعة.



❖ طرائق تسويق محاصيل الحبوب (الحنطة ، والشعير، والشلب):

يتبين مما سبق أن المؤسسات التسويقية لمحاصيل الحبوب الثلاثة في القطاعين العام والخاص تمثل قنوات تسويقية (وسطاء) لمحاصيل الحبوب فتتضمن منافع عديدة يتطلبها المستهلك من أهمها تحويل الحنطة إلى دقيق وبذلك تمثل المؤسسات التسويقية الخاصة بالمحاصيل الثلاثة حلقة وصل بين المنتج والمستهلك ، ومن ثم يمكن حصر أطراف العملية التسويقية بما يأتي<sup>(١)</sup>:

- المنتجون :
- الوسطاء: ويتمثل في
  - الشركة العامة لتجارة الحبوب
  - الشركة العامة لإنتاج البذور المحسنة
  - الشركة العامة لتصنيع الحبوب (المطاحن)
  - مخازن القطاع الخاص
- المستهلكون : الذين يتمثلون في (السكان ، وحيوانات الماشية ، وحيوانات الدواجن ، والاسماك)

تأخذ العلاقة بين هؤلاء الأطراف خلال عملية تسويق محاصيل الحبوب أشكالاً متعددة وهي كالآتي:

أ. منتج ← مستهلك (البيع المباشر):

يعد من أقصر الطرائق التسويقية وذلك لانقضاء وجود الوسطاء او توقف السلعة في قنوات تسويقية ، مما يجعل السلعة تصل إلى المستهلك النهائي بأقل الأسعار على الرغم من قدرة هذه الحالة في تسويق محاصيل الحبوب بسبب احتياج منتجاتها إلى اجراء منافع مختلفة تحققها القنوات التسويقية التي تدخل كوسطاء في العملية التسويقية الا انها تظهر في الاشكال التسويقية على النحو الآتي:

- بحيرات الاسماك : يعتمد مربو الأسماك من اصحاب البحيرات المتوزعة في المحافظة إلى شراء كميات من محصولي (الحنطة والشعير) بما يتناسب وحجم البحيرة وعدد الاسماك فيها، وغالباً ما لا يتجاوز الكميات المتبادلة بين المنتج واصحاب بحيرات الاسماك (١-٥) طن<sup>(٢)</sup>.

(١) الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس حسن الوائلي ، المدير العام لمديرية زراعة محافظة القادسية بتاريخ ١٣ / ٩ / ٢٠٢٣.

(٢) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.

- **حقول تربية حيوانات الماشية** : يتم شراء كميات الحبوب من المنتج مباشرة الا ان الكميات لا تتجاوز (٠,٥-٣) طن وذلك لاعتماد المربين على أكثر من مصدر لتغذية حيواناتهم ، وتكون معظم الحبوب المستغلة لأغراض العلف في الطريقتين السابقتين من النوع غير الجيد والذي يتحاشى المنتج تسويقه إلى المراكز التسويقية الحكومية.

ب. منتج ← وسيط ← مستهلك

وتتمثل القنوات التسويقية بهذه الطريقة الآتية:

- **الضمان**: ويقصد به ان تتكفل جهة مستقلة بإيصال السلعة من المنتج إلى المستهلك مقابل قيمة من الريح تحددها تلك الجهة ، ويلجأ المنتج إلى هذه الطريقة اما لوجود كميات كبيرة من المحصول المنتج تفوق امكانياته حيث لا يستطيع تصريف المحصول بسرعة ، وأما بسبب ابتعاد مراكز التسويق للمنتجات الزراعية عن الحقول مما يضيف هامش تسويقي كبير لا يتناسب مع الامكانيات المادية للمنتج ومنها عملية نقل المحصول والانتظار قرب المراكز التسويقية ، إذ يتكفل الضامن بنقل وتسويق المحصول بعد الحصاد مباشرة إلى مراكز القطاع العام ، بينما يكون الضامن حر التصرف ببقية المحصول الفائض عن تلك الكمية المسوقة.

أن أغلب المنتجين لمحاصيل الحبوب في المحافظة يعتمدون على طريقة الضمان في تسويق منتجاتهم الزراعية حيث بلغت نسبة محصول الحنطة المسوقة بهذه الطريقة (٧٢%) من مجموع المحصول المسوق في المحافظة ، اما محصول الشعير فبلغت نسبته (٨١%) من مجموع الشعير المسوق في المحافظة ، بينما تراجعت النسبة لمحصول الشلب إذ بلغت (٤٣%) من مجموع محصول الشلب المسوق في المحافظة<sup>(١)</sup>.

ت. منتج ← وسيط ← وسيط ← مستهلك

وهي من أطول المسارات التسويقية حيث يصل المنتج إلى المستهلك النهائي بعد مروره بحلقتين وسطيتين تتمثلان بتاجر الجملة المتمثل بالوسيط الأول وتاجر التجزئة المتمثل بالوسيط الثاني.

(١) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.

يتم في جميع الحالات الثلاثة السابقة نقل المحصول من الحقول باتجاه مخازن القطاع العام ومخازن القطاع الخاص والمخازن التابعة للمنتج نفسه بواسطة سيارات مختلفة الحمولة بدأ من الحمولات الصغيرة التي لا تتجاوز (٥,٥) طن كما تظهر حمولات بأوزان أكبر تصل إلى (١-١٥) طن تنتقل بواسطة سيارات نوع بيك اب بسعة (٢-٨) طن ، أما الحمولات الكبيرة والتي غالباً ما تخص الحقول الواسعة ذات الإنتاج الكبير المسوقة إلى مخازن القطاع العام فتنتقل بشاحنات تتراوح حمولتها (١٠-٥٠) طن.

أما مخازن القطاع الخاص فيتجه إليها المحصول المسوق فيسير باتجاهات مختلفة حيث يستعمل كأعلاف وينقل إلى حقول مربي المواشي واصحاب بحيرات الاسماك ، ويأخذ اتجاهاً آخر نحو المطاحن الأهلية ، او يباع إلى تجار التجزئة ومنه إلى المستهلك النهائي وغالباً ما تكون الكميات المتبادلة من المحصول المسوق بين تاجر التجزئة والمستهلك النهائي كميات صغيرة.

#### ٤. الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء:

يلحظ من الجدول (٣١) إن الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء بلغت معدل (٥٢١٦ طناً) للمواسم الزراعية (٢٠١٨-٢٠٢١) وتمثل جميع الكميات المنتجة للمواسم ذاتها. تأخذ الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء اتجاهاً مكانياً متبايناً. إذ يظهر هذا التباين في الخريطة (٢٢) والتي وزعت عليها الوحدات الإدارية بحسب كمياتها المسوقة لمخازن القطاعين العام والخاص وضمن الفئات الآتية:

##### - الفئة الأولى (٣٤ - ٣٨٣) طناً:

تمثلت في ست وحدات ادارية ضمت كل من (مركز قضاءي الديوانية والحمزة ونواحي السنية والشافعية والسدير والشنافية) إذ بلغ مجموع الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء ضمن هذه الفئة (٩٩٥,٤ طناً) بما يعادل (١٨,٣٩%) من مجموع كمية المحصول المسوقة في المحافظة.

##### - الفئة الثانية (٣٨٤ - ٧٣٣) طناً:

ضمت هذه الفئة في وحدتين إداريتين هما (مركز قضاء عفك وناحية نفر)، إذ بلغ مجموع انتاجهما المسوق (١٠٤٧ طناً) بما يعادل (٢٠,٧٦%) من مجموع كمية المحصول المسوق في محافظة القادسية.

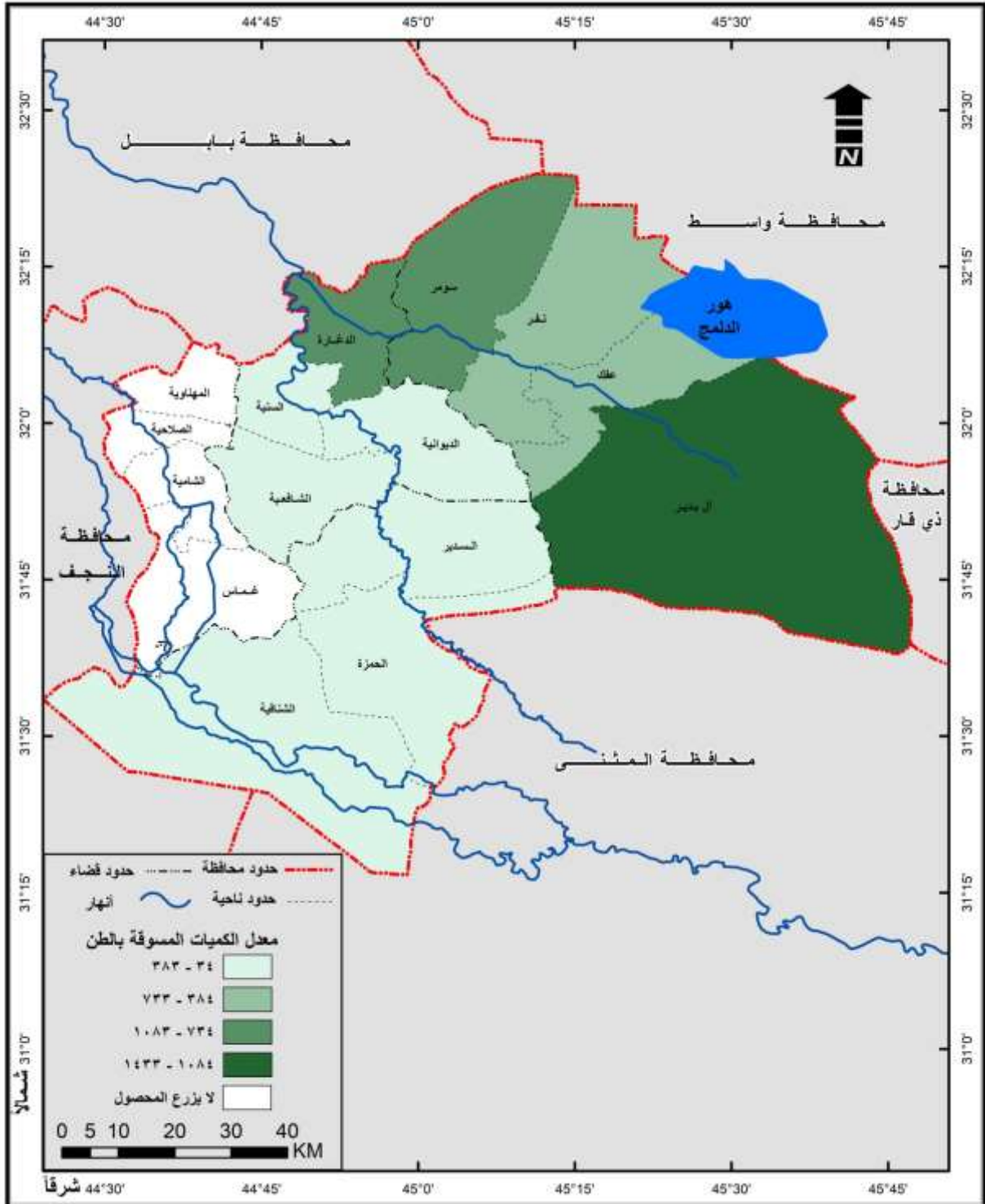
جدول (٣١) معدل الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء بحسب المؤسسات التسويقية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

المجموع الكلي للكميات الواردة للمخازن العامة والخاصة (٢+١)		الكميات المسوقة				الناحية	القضاء
		القطاع الخاص (٢)		القطاع العام (١)			
		المجارش		الشركة العامة لتجارة الحبوب / فرع بابل			
%	الكمية بـ(الطن)	%	الكمية بـ(الطن)	%	الكمية بـ(الطن)		
٠,٦٥	٣٤	٠,٨٧	١٦	٠,٥٣	١٨	م. ق. الديوانية	الديوانية
٣,٧٠	١٩٣	٣,٩١	٧١,٧	٣,٥٨	١٢١,٣	ن. السنية	
١٤,٧٨	٧٧١,١	١٢,٤٠	٢٢٧,٣	١٦,٠٧	٥٤٣,٨	ن. الدغارة	
٢,٨٢	١٤٧	٢,٤٣	٤٤,٥	٣,٠٢	١٠٢,٥	ن. الشافعية	
٢١,٩٥	١١٤٥,١	١٩,٦١	٣٥٩,٥	٢٣,٢٢	٧٨٥,٦	المجموع	
١١,٥٧	٦٠٣,٧	٨,٧٥	١٦٠,٥	١٣,١٠	٤٤٣,٢	م. ق. عفك	عفك
١٨,٦٤	٩٧٢,٥	١٥,٨٨	٢٩١,١	٢٠,١٤	٦٨١,٤	ن. سومر	
٨,٥٠	٤٤٣,٣	٨,٤٣	١٥٤,٣	٨,٥٤	٢٨٩	ن. نفر	
٢٧,٤٢	١٤٣٠	٣٥,٢٨	٦٤٦,٨	٢٣,١٥	٧٨٣,٢	ن. البدير	
٦٦,١٣	٣٤٤٩,٥	٦٨,٣٤	١٢٥٢,٧	٦٤,٩٣	٢١٩٦,٨	المجموع	
٣,١٥	١٦٤,٤	٢,٨٤	٥٢,١	٣,٣٢	١١٢,٣	م. ق. الحمزة	الحمزة
٥,٢٩	٢٧٦	٥,٠٣	٩٢,٣	٥,٤٣	١٨٣,٧	ن. السدير	
٣,٤٧	١٨١	٤,١٧	٧٦,٤	٣,٠٩	١٠٤,٦	ن. الشنافية	
١١,٩١	٦٢١,٤	١٢,٠٤	٢٢٠,٨	١١,٨٤	٤٠٠,٦	المجموع	
-	-	-	-	-	-	م. ق. الشامية	الشامية
-	-	-	-	-	-	ن. المهناوية	
-	-	-	-	-	-	ن. الصلاحية	
-	-	-	-	-	-	ن. غماس	
-	-	-	-	-	-	المجموع	
١٠٠	٥٢١٦	١٠٠	١٨٣٣	١٠٠	٣٣٨٣	المجموع الكلي	

المصدر: الباحث بالاعتماد على:

- (١) جمهورية العراق ، وزارة التجارة ، الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع/ القادسية ، إدارة المخازن ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ .
- (٢) جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ .

خريطة (٢٢) التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر : بيانات جدول (٣١).

## - الفئة الثالثة (٧٣٤ - ١٠٨٣) طنًا:

تمثلت الفئة الثالثة في وحدتين إداريتين كلاً من (ناحية الدغارة وناحية سومر)، إذ بلغ مجموع إنتاجها المسوق من محصول الذرة الصفراء (١٧٤٣,٦ طنًا) بما يعادل (٣٣,٤٣%) من مجموع كمية المحصول المسوق في المحافظة.

## - الفئة الرابعة (١٠٨٤ - ١٤٣٣) طنًا:

تمثلت هذه الفئة في وحدة إدارية واحدة هي (ناحية البدير)، إذ بلغ مجموع محصول الذرة الصفراء المسوق ضمنها (١٤٣٠ طنًا)، ما يشكل نسبة (٢٧,٤٢%) من مجموع المحصول المسوق للمحافظة.

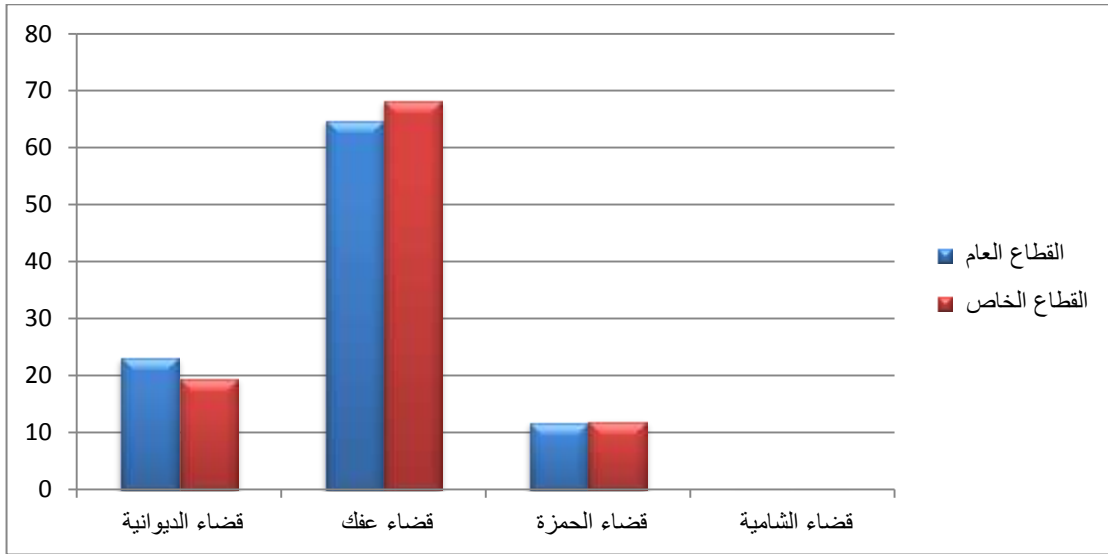
يتبين من الجدول (٣١) أن المؤسسات التسويقية العائدة لكلا القطاعين (العام والخاص) تشارك في تسويق محصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية وعلى النحو الآتي:

- الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء إلى القطاع العام

تعتمد مؤسسات هذا القطاع على مؤسسة واحدة تمثلت في مركز تسويق الذرة الصفراء في محافظة بابل، استأثرت هذه المؤسسة بأكثر من نصف المحصول المسوق الكلي بكمية بلغت (٣٣٨٣ طنًا) وبما يعادل (٦٤,٨٦%) من مجموع الإنتاج المسوق في المحافظة. ساهمت إحدى عشرة وحدة إدارية في هذه النسبة وبأهمية نسبية متباينة من حيث الكمية المسوقة في حين لم تظهر كميات مسوقة لهذا المحصول في قضاء الشامية وذلك بسبب عدم زراعة محصول الذرة الصفراء لمنافسة محاصيل الحبوب الأخرى الأكثر أهمية منه وأهمها محصول الشلب.

يلحظ من الجدول (٣١) والشكل (١٦) أن قضاء عفك استأثر بأكثر من نصف الكمية المسوقة إلى مؤسسات القطاع العام ، إذ بلغ معدل الكمية المسوقة (٢١٩٦,٨ طنًا) بما يعادل (٦٤,٩٣%)، تلاه قضاء الديوانية إذ بلغت الكمية المسوقة (٧٨٥,٦ طنًا) بما يشكل نسبة (٢٣,٢٢%) من مجموع الكمية المسوقة إلى مؤسسات القطاع العام ، وجاء قضاء الحمزة بالمرتبة الأخيرة بكمية مسوقة من المحصول بلغت (٤٠٠,٦ طنًا) بما يعادل (١١,٨٤%) من مجموع كمية المحصول المسوق من المحافظة.

شكل (١٦) التباين المكاني لمعدل الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء إلى مؤسسات القطاع العام أو الخاص بحسب الوحدات الإدارية لمحافظة القادسية



المصدر : بيانات جدول (٣١).

#### • الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء إلى القطاع الخاص

بلغ معدل الكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء (١٨٣٣ طناً) إلى مؤسسات القطاع الخاص خلال المواسم الزراعية (٢٠١٨-٢٠٢١) والتي تمثل نسبة (٣٥,١٤%) من مجموع الكميات المسوقة للقطاعين العام والخاص. يبين الجدول (٣١) والشكل (١٦) أن قضاء عفك جاء بالمرتبة الأولى إذ بلغ معدل الكمية المسوقة إلى تلك المؤسسات نحو (١٢٥٢,٧ طناً) إذ حقق نسبة بلغت (٦٨,٣٤%) من مجموع الكمية المسوقة لهذا القطاع، بينما تراجعت الكميات المسوقة من بقية أفضية المحافظة بشكل ملحوظ ليظهر قضاء الديوانية بكمية تسويق بلغت (٣٥٩,٥ طناً) بما يعادل (١٩,٦١%) من مجموع الكميات المسوقة إلى القطاع الخاص ، اما قضاء الحمزة فجاء بالمرتبة الاخيرة بكمية مسوقة بلغت (٢٢٠,٨ طناً) بما يشكل نسبة (١٢,٠٤%) من مجموع الكمية المسوقة للقطاع ذاته.

#### ❖ طرائق تسويق محصول الذرة الصفراء:

يمكن تمييز طريقتين رئيسيتين يتم عبرها تسويق محصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية من مواقع الإنتاج وصولاً إلى المستهلك وهي كالاتي:

١. طريقة البيع المباشر للمستهلك : ويتم بيع المحصول بهذه الطريقة في الاماكن الآتية:

أ. البيع على جوانب الطريق: وتكون الكميات المسوقة بهذه الطريقة قليلة وبأوزان صغيرة تتراوح ما بين (١-١٠) كيلوغرام ، وتتم طريقة البيع غالباً على جوانب الطرق القريبة من الحقول الزراعية للمحصول ، إذ بلغت نسبة المحصول المسوق بهذه الطريقة (١٤%)<sup>(١)</sup> من مجموع المحصول المسوق بطريقة البيع المباشر.

ب. البيع في الاسواق المحلية: بهذه الطريقة يقوم المنتج بنقل المحصول إلى أسواق التجزئة القريبة من موقع الإنتاج وغالباً ما يكون النقل بسيارته الخاصة لتلافي الاجور الإضافية ، وقد شكلت الكميات المسوقة بهذه الطريقة نسبة (٨٦%) من مجموع المحصول المسوق بطريقة البيع المباشر في محافظة القادسية.

٢. طريقة البيع للوسطاء : يتمثل الوسطاء التسويقيين في هذه الطريقة بالآتي:

أ. منتج ← وسيط ← مستهلك

غالباً ما يسوق محصول الذرة الصفراء عن طريق وسيط إلى المجارش الأهلية وذلك بتحويلها إلى اعلاف حيوانية بعد اجراء عملية الجرش بتنفيذ من اصحاب حقول الدواجن بالدرجة الأولى بعد خلطها مع مكونات اخرى كقول الصويا.

ب. منتج ← وسيط ← وسيط ← مستهلك

تتمثل هذه الطريقة من خلال دخول تاجر الجملة كوسيط اول والذي يعقد صفقة البيع مع المنتج مباشرة ، وبعدها يبيع الحاصل إلى الوسيط الثاني المتمثل بتاجر التجزئة الذي يمثل الحلقة الاخيرة قبل وصول السلعة إلى المستهلك النهائي.

ت. منتج ← وسيط ← وسيط ← وسيط ← مستهلك

تتمثل هذه الطريقة بوجود الوسيط الأول (الضامن) الذي يقوم بنقل محصول الذرة الصفراء من مناطق انتاجها إلى مقر الشركة العامة لتجارة الحبوب / فرع بابل حيث يتواجد مركز تسويق المحصول ، إذ يعد احدى القنوات التسويقية التي تقدم منفعة مكانية وزمانية من خلال عملية الخزن فهي كوسيط ثانٍ ، وبعدها ينقل المحصول إلى مخازن وزارة الصناعة في محافظة بغداد (الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية) التي بدورها تدخل كوسيط ثالث ، إذ يتم تحويل محصول الذرة الصفراء إلى زيوت نباتية لتصل بصورتها الاخيرة إلى المستهلك النهائي.

(١) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.



ثانياً: طرائق تسويق محاصيل الخضر

ضم التركيب المحصولي لمحاصيل الخضر للمواسم الزراعية الثلاثة (٢٠١٨-٢٠١٩) و(٢٠١٩-٢٠٢٠) و(٢٠٢٠-٢٠٢١) (١٩ نوعاً رئيسياً) توزع انتاجها على موسمين (الصيف والشتاء)، بلغ معدل انتاج هذه الأنواع (٩٩٨٢٩ طناً) للمواسم ذاتها جدول (٣٢)، بلغ معدل الكميات المسوقة لمحاصيل الخضر الصيفية (٧٨٥٢٠,٦ طناً) بما يعادل (٧٨,٦٥%) من مجموع انتاج محاصيل الخضر المسوقة في المحافظة، في حين لم تشكل الكمية المسوقة من المحاصيل الشتوية البالغة (٢١٣٠٨,٤ طناً) بنسبة (٢١,٣٥%) من المجموع ذاته.

جدول (٣٢) معدل الكميات لمحاصيل الخضر الصيفية والشتوية المسوقة إلى الاسواق المحلية بحسب النوع في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

محاصيل الخضر الشتوية			محاصيل الخضر الصيفية		
%	الكمية (بالطن)	المحصول	%	الكمية (بالطن)	المحصول
٣٧,٦٧	٨٠٢٧,٤	بصل يابس	١,١١	٨٧٣,١	بادنجان
٥,٥٤	١١٨٠,١	بصل اخضر	٢,٩٩	٢٣٥٠	خيار
٨,٥٥	١٨٢٢,٦	باقلاء	٠,٥٨	٤٥٣,٢	طماطة
٠,٤٠	٨٦,٧	شوندر	٩,٢٠	٧٢٣٠,٦	لوبياء
٠,٠٦	١٤,٢	قرنابيط	٤,٦٤	٣٦٤٤,١	بامية
٣,٧٠	٧٨٩	شلغم	٣٨,٦٥	٣٠٣٢٥,٧	بطيخ
٠,٣٩	٨٣,٤	سبانغ	٤٢,٨١	٣٣٦١٨,٣	رقي
٣٨,١٨	٨١٣٦,٣	خس	٠,٠٣	٢٥,٦	شجر
٣,٠٧	٦٤٧,١	طماطة مغطاة	-	-	-
٢,٤٠	٥١٣	بادنجان مغطى	-	-	-
٠,٠٤	٨,٦	لهانة	-	-	-
١٠٠	٢١٣٠٨,٤	المجموع	١٠٠	٧٨٥٢٠,٦	المجموع

المصدر: الباحث بالاعتماد على: جمهورية العراق، وزارة الزراعة، مديرية زراعة محافظة القادسية، قسم الإنتاج النباتي، شعبة التسويق الزراعي، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

يلحظ من الجدول (٣٢) أن محصول الرقي استأثر بكمية بلغت (٣٣٦١٨,٣ طناً) بما يعادل (٤٢,٨١%) من المجموع الكلي المسوق للمحاصيل الصيفية، يأتي بعده محصول البطيخ بكمية مسوقة بلغت (٣٠٣٢٥,٧ طناً) بما يشكل نسبة (٣٨,٦٥%) من المجموع ذاته،

ويعزى سبب ذلك لما لهذين المحصولين من اوزان كبيرة مقارنة بمحاصيل الخضر الورقية التي سجلت نسب منخفضة في الكميات المسوقة لأنها لا تشكل كمياتها اوزاناً كبيرة. فيما اسهم محصولي (البصل اليابس والخس) بتسويق (٨٠٢٧,٤ و ٨١٣٦,٣ طناً) ما يعادل (٣٧,٦٧% و ٣٨,١٨%) لكل منهما على الترتيب من للمحاصيل الشتوية.

أما التباين المكاني لكمية محاصيل الخضر المسوقة فيمكن تناوله بحسب الموسم الزراعي (محاصيل خضر صيفية - محاصيل خضر شتوية) وعلى النحو الآتي:

#### ١. محاصيل الخضر الصيفية :

تختلف محاصيل الخضر عن بقية المحاصيل الزراعية في انها تعطي انتاجها على دفعات لذلك يظهر تبايناً زمنياً ومكانياً في الكميات المنتجة والمسوقة منها ، وتعكسه بيانات الجدول (٣٣) وجود تباين في كميات الإنتاج المسوقة لمحاصيل الخضر الصيفية موزعة بحسب الوحدات الإدارية وهذا ما توضحه الخريطة (٢٣) وعليه تم توزيع الفئات الآتية:

#### - الفئة الأولى (١٢٥٢ - ٤٦٢٤) طناً:

وتمت خمس وحدات ادارية تمثلت في نواحي (السنية والشافعية والبدير والسدير والشنافية) بكميات مسوقة بلغت (١٩٧١,٤ و ١٢٥٢ و ٢٩٢٥,٨ و ٢٦٥٠,٩ و ١٦٦٠,٦) طناً وعلى الترتيب لكل منها، إذ بلغ مجموع الكميات المسوقة ضمن هذه الفئة (١٠٤٦٠,٧ طناً) بما يعادل (١٣,٣٢%) من مجموع كمية محاصيل الخضر الصيفية المسوقة في المحافظة.

#### - الفئة الثانية (٧٩٩٧ - ٤٦٢٥) طناً:

تمثلت هذه الفئة في وحدة إدارية واحدة هي (ناحية الدغارة)، إذ بلغ مجموع الكمية المسوقة فيها (٧٧٥٢ طناً) بما يعادل (٩,٨٧%) من المجموع ومن الملاحظ ان الهيئة المكانية للمحصول المسوق ضمن هذه الفئة تتركز في شمال شرق محافظة القادسية.

#### - الفئة الثالثة (٧٩٩٨ - ١١٣٧٠) طناً:

ضمت الفئة الثالثة في وحدتين إداريتين تمثلتا بمركز قضاءي (الديوانية وعفك)، إذ بلغ مجموع إنتاجهما المسوق (٢٠١٩٨,٧ طناً) بما يشكل نسبته (٢٥,٧٢%) من مجموع كمية المحصول المسوق.

#### - الفئة الرابعة (١١٣٧١ - ١٤٧٤٣) طناً:

ضمت ثلاث وحدات إدارية تمثلت في كل من (مركز قضاء الحمزة وناحيتي نفر وسومر)، بكميات مسوقة محاصيل الخضر الصيفية مقدارها (١٤٧٤٠ و ١١٧١٩٢ و ١٣٦٥٠) طناً لكل

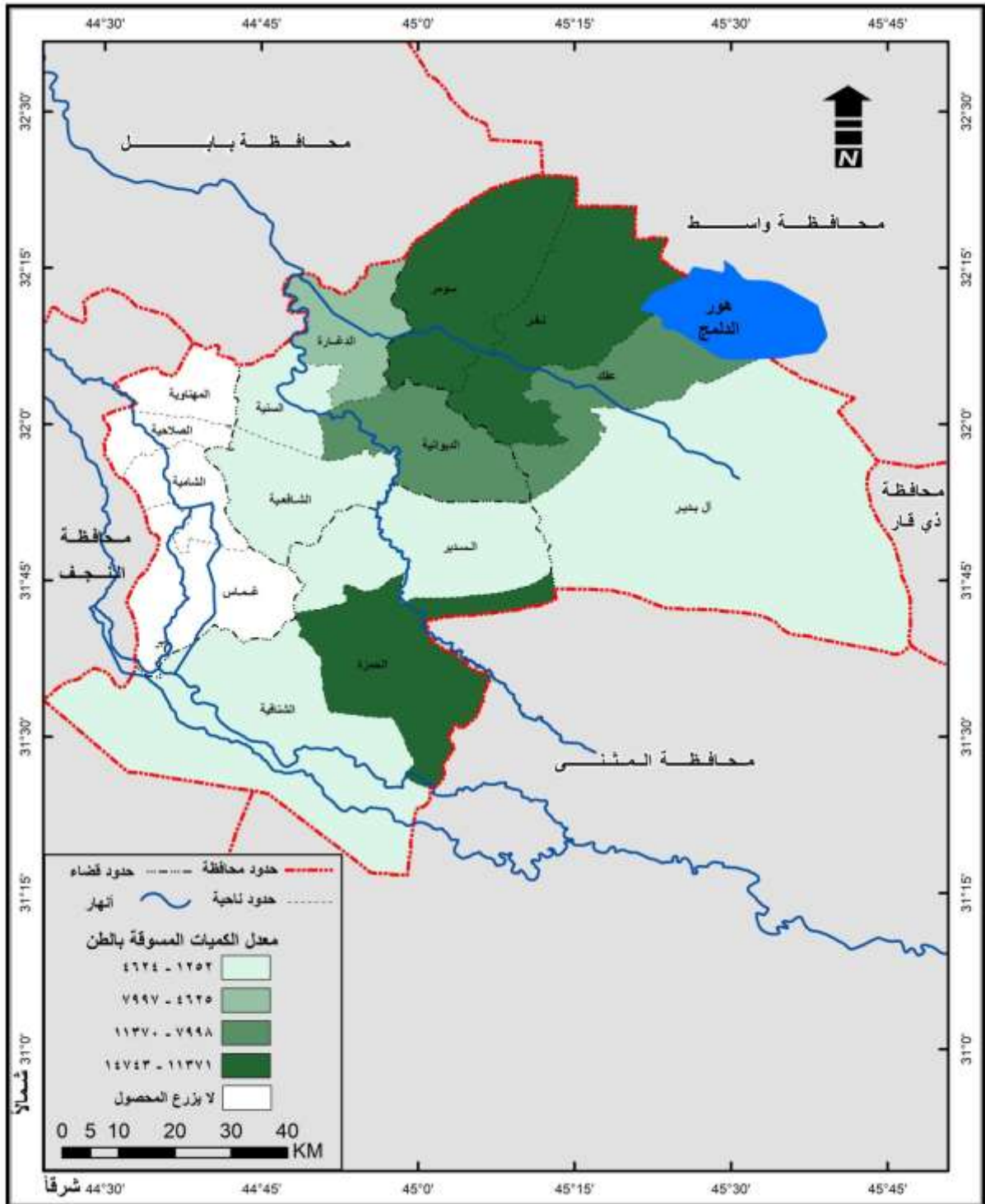
منها على الترتيب ، إذ استأثرت الكميات المسوقة ضمن الفئة الرابعة بأكثر من نصف الكميات المسوقة في المحافظة والبالغ مجموعها (٤٠١٠٩,٢ طناً) بما يعادل (٥١,٠٩%) من مجموع المحصول المسوق.

جدول (٣٣) معدل الكميات المسوقة من محاصيل الخضر الصيفية والشتوية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

القضاء	الناحية	محاصيل الخضر الصيفية المسوقة		محاصيل الخضر الشتوية المسوقة	
		الكمية ب(الطن)	%	الكمية ب(الطن)	%
الديوانية	م. ق. الديوانية	١٠٩١٧,٥	١٣,٩	١٣٦٧,٥	٦,٤
	ن. السنية	١٩٧١,٤	٢,٥	٨٧٠,٤	٤,٥
	ن. الدغارة	٧٧٥٢	٩,٨	٢٤١٣,٣	٥,٦
	ن. الشافعية	١٢٥٢	١,٦	١١٧٠	٥,٥
المجموع		٢١٨٩٢,٩	٢٧,٨	٥٨٢١,٢	٢٢
عفك	م. ق. عفك	٩٢٨١,٢	١١,٨	٣١٣٤,٧	١٤,٧
	ن. سومر	١٣٦٥٠	١٧,٣	٣٥٣٦	١٦,٦
	ن. نفر	١١٧١٩,٢	١٥	١٥٢٤	٧,١
	ن. البدير	٢٩٢٥,٨	٣,٧	٢٤٤٨,٥	١١,٥
المجموع		٣٧٥٧٦,٢	٤٧,٨	١٠٦٤٤	٤٩,٩
الحمزة	م. ق. الحمزة	١٤٧٤٠	١٨,٨	١٤٥٤,٣	٦,٨
	ن. السدير	٢٦٥٠,٩	٣,٣	١٥٠٧	٧,٥
	ن. الشنافية	١٦٦٠,٦	٢,٣	٩٢١	٤,٧
المجموع		١٩٠٥١,٥	٢٤,٤	٢٨٨٢,٣	١٩
الشامية	م. ق. الشامية	-	-	٥٢٤,٥	٢,٤
	ن. المهناوية	-	-	١٧٥,٣	٠,٨
	ن. الصلاحية	-	-	١٧٢	٠,٨
	ن. غماس	-	-	١٠٨٩,١	٥,١
المجموع		-	-	١٩٦٠,٩	٩,١
المجموع الكلي		٧٨٥٢٠,٦	١٠٠	٢١٣٠٨,٤	١٠٠

المصدر: الباحث بالاعتماد على: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، شعبة التسويق الزراعي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

خريطة (٢٣) التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محاصيل الخضر الصيفية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر : بيانات جدول (٣٣).

## ٢. محاصيل الخضر الشتوية :

على الرغم من قلة الكميات المسوقة من محاصيل الخضر الشتوية الا ان هنالك تبايناً واضحاً بين الوحدات الإدارية للمحافظة ، وتتضح الصورة اكثر من ملاحظة الخريطة (٢٤) إذ توزعت الوحدات الإدارية وبحسب كمية المحصول المسوق إلى الفئات الآتية:

## - الفئة الأولى (١٧٢ - ١٠١٣) طناً:

تمثلت في خمس وحدات ادارية ضمت كل من (ناحية السنية وناحية الشنافية ومركز قضاء الشامية وناحية المهناوية وناحية الصلاحية) إذ بلغ مجموع الكمية المسوقة من محاصيل الخضر الشتوية ضمن هذه الفئة (٢٦٦٣,٢ طناً) بما يعادل (١٢%) من مجموع الكمية المسوقة للمحصول في المحافظة.

## - الفئة الثانية (١٠١٤ - ١٨٥٤) طناً:

ضمت هذه الفئة ست وحدات إدارية تمثلت في (مركز قضاء الديوانية وناحية نفر ومركز قضاء الحمزة ناحية السدير وناحية غماس وناحية الشافعية)، بلغ مجموع انتاجها المسوق من محاصيل الخضر الشتوية (٨١١٢٧ طناً) ليشكل ما نسبته (٣٦,٣%) من مجموع الإنتاج المسوق في محافظة القادسية.

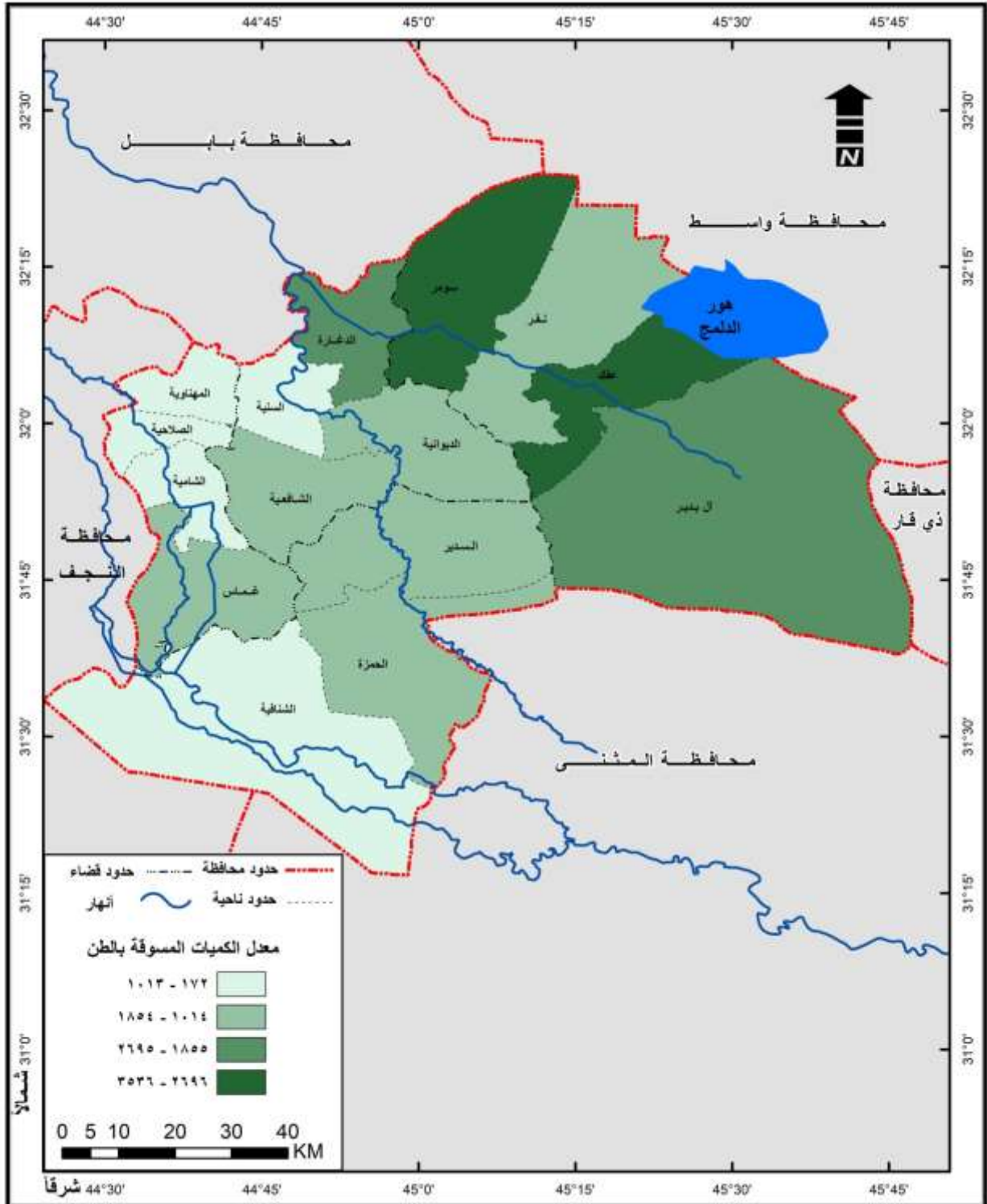
## - الفئة الثالثة (١٨٥٥ - ٢٦٩٥) طناً:

تقع ضمن حدود هذه الفئة وحدتين إداريتين تمثلتا بناحيتي (الدغارة والبدير)، إذ بلغ مجموع إنتاجهما المسوق (٤٨٦١,٨ طناً) وهو يشكل نسبة مقدارها (٢١,٧%) من مجموع انتاج محاصيل الخضر الشتوية المسوقة في المحافظة.

## - الفئة الرابعة (٢٦٩٦ - ٣٥٣٦) طناً:

تدرج ضمن هذه الفئة وحدتين إداريتين تمثلتا (مركز قضاء عفك وناحية سومر)، التي بلغ مجموع انتاجهما المسوق (٣١٤٤,٧ و ٣٥٣٦) لكل منهما على الترتيب أي بمجموع مسوق بلغ (٦٦٧٠,٧ طناً) بما يعادل (٣٠%) من مجموع انتاج محاصيل الخضر الشتوية المسوق في المحافظة.

خريطة (٢٤) التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محاصيل الخضر الشتوية في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١) KM



المصدر : بيانات جدول (٣٣).

❖ طرائق تسويق محاصيل الخضر :

تختلف طبيعة محاصيل الخضر عن بقية السلع الزراعية ، إذ أنها محاصيل سريعة التلف وتحتاج إلى ظروف تسويقية خاصة ، لذلك نجد أنها لا تمر عبر مسالك تسويقية كثيرة فضلاً عن ذلك تختلف فيما بينها من حيث النوع والحجم وقابليتها للخرن وموسمية الإنتاج ، إذ تنقل محاصيل الخضر من مناطق الإنتاج إلى مناطق الاستهلاك عبر قنوات تسويقية متعددة<sup>(١)</sup>. تتخذ العملية التسويقية لمحاصيل الخضر في محافظة القادسية أنواعاً من القنوات التسويقية وهي على النحو الآتي:

١. طريقة البيع المباشر للمستهلك ( منتج ← مستهلك):

ويتم بهذه الطريقة نقل ملكية محاصيل الخضر المعروضة من المنتج إلى المستهلك النهائي، وتظهر هذه الطريقة على جوانب الطرق التي تربط القرى الريفية بالمراكز الحضرية وغالباً ما تكون قريبة من الأراضي الزراعية لمحاصيل الخضر، وتكون الكميات المعروضة من تلك المحاصيل بهذه الطريقة قليلة، إذ بلغت الأهمية النسبية للكميات المسوقة بهذه الطريقة (١٢%)<sup>(٢)</sup> من مجموع محاصيل الخضر المسوقة بطريقة البيع المباشر.

يفضل استعمال الطرق القصيرة في تسويق محاصيل الخضر وذلك لتوفير ثمن العمولات التي تضاف على ثمن المتسوق للوحدة المبيعة ، فضلاً عن سرعة وصول المحصول إلى المستهلك النهائي وتفادي المشكلات المترتبة على طول قناة التسويق<sup>(٣)</sup>. أما الآثار السلبية فتتمثل بصعوبة الاحتفاظ بمخزون كبير من محاصيل الخضر واحتياجها إلى جهوداً ونفقات إضافية تشكل عبءاً على المنتجين<sup>(٤)</sup>.

٢. الاتصال من خلال استخدام وسيط واحد إلى المنتج:

(منتج ← تاجر التجزئة ← مستهلك)

(١) هدى صالح ، معوقات إنتاج وتسويق الخضر والفاكهة السودانية للأسواق العربية خلال الفترة (٢٠٠٣-٢٠٠٧)، رسالة ماجستير (غير منشورة)، معهد البحوث والدراسات الانمائية ، اكتوبر ٢٠١٠، ص٤٨.

(٢) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.

(3) In emotional Conference for Sustainable agricultural development march 2020 forum J. Agric res & Dev.. Vol. 34 No. 1(B). march. 2020.

(٤) صابر احمد بسيوني ، الاتجاهات المعاصرة في التسويق الزراعي وإدارة الجودة الشاملة ، ط١، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية ، ٢٠١٣، ص١٢٠.

يؤدي كل وسيط خدمة او وظيفة تسويقية لمحاصيل الخضر خلال رحلتها من المنتج إلى المستهلك ، إذ يقدم الوسيط هنا وظيفة النقل من مواقع الإنتاج إلى سوق المستهلك النهائي الذي يعد الحلقة الأخيرة في السلسلة التسويقية لذا يضاف هامش النقل كجزء من تكلفة شراء محاصيل الخضر. ويظهر الوسيط بالشكل الثاني ممثلاً بتاجر الجملة والذي غالباً ما يجمع المحاصيل المسوقة في مراكز التسويق المتمثلة في محافظة القادسية ب(العلوي)، وهنا تتوسع السلسلة التسويقية وتكون بإضافة حلقة تسويقية تتمثل بتاجر التجزئة الذي يشتري محاصيل الخضر من تاجر الجملة وينقلها إلى سوق المستهلك ، وبهذا يضيف تكلفة جديدة وهامش تسويقي جديد يتحمله المستهلك النهائي.

تتركز هذه المراكز التسويقية (العلوي) في مراكز المدن الرئيسة وقربها من مراكز النقل السكاني ومجال الحركة المتزايدة<sup>(١)</sup>. إذ تشكل هذه المراكز التسويقية حلقة مهمة بين المنتج من جهة والمستهلك من جهة أخرى وتعمل بوصفها مركزاً للتجميع وتسهيل عملية البيع والشراء وتقديم الوظائف التسويقية.

#### ثالثاً: طرائق تسويق محاصيل البستنة:

من خلال استعراض التركيب النوعي للإنتاج النباتي في محافظة القادسية ظهر أن ما يسوق منها ينحصر في محاصيل (التمور والفاواكه)، ويمكن تقسيم محاصيل البستنة فيها بحسب انتاجها إلى:

##### ١. اشجار النخيل:

بلغ معدل إنتاج التمور (٤٤٠٧٥,٧ طناً) خلال المواسم الزراعية (٢٠١٨-٢٠٢١) والمنتج من (٩٧٣٦٢٩ نخلة مثمرة) توزعت على مساحة مقدارها (٣٦٨٤١ دونماً) تمثلت بالمساحة الكلية لبساتين النخيل في المحافظة. ويتوزع انتاجها على جميع الوحدات الإدارية إذ تساوت كميات الإنتاج مع الكميات المسوقة ، الا انها تباينت في اصنافها المسوقة إلى المراكز التسويقية في المحافظة، وهذا التباين ناتج من تباين أنواع اشجار النخيل (الزهدي والعمراني والخستاوي والشكر) جدول (٣٤).

(١) جميل محمد جميل الدباغ ، اقتصاديات التسويق الزراعي ، ط١، دار المرتضى للطباعة ، بغداد، ٢٠١٤، ص٤٧٥.



جدول (٣٤) أهم أنواع اشجار النخيل في محافظة القادسية لعام ٢٠٢١

ت	الصنف	أعداد الأشجار	%
١	زهدي	٩٥٥٤٧٤	٨٣,٩٤
٢	عمراني	١٦٨٧٣	١,٤٨
٣	خستاوي	٧٢٧٩٢	٦,٣٩
٤	شكر	١١٨٢٠	١,٠٤
٥	البريم	١٤٧٢٣	١,٢٤
٦	المكتوم	١٧١٥٩	١,٤٥
٧	برحي	٤٦٠٠	٠,٣٨
٨	برين	٢٧٤٦	٠,٢٣
٩	حمرابي	٩٧٥٣	٠,٨٥
١٠	الخضراوي	٢٤٨٦٠	٢,١٠
١١	التبرزل	٧٤٩٢	٠,٦٣
	المجموع	١١٣٨٢٩٢	١٠٠

المصدر: الباحث بالاعتماد على: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

تنتج النخلة الواحدة حوالي (٥٠ و ٤٨ و ٤٧ و ٤٥) كغم/نخلة ولكل نوع منها على الترتيب، أما الأنواع الأخرى مثل (البريم والمكتوم والبرحي والبرين والحمرابي والتبرزل) فأن انتاجها يتراوح ما بين (٢٥-٣٠) كغم/نخلة، وهذه الفروقات في الإنتاجية لا تعني ان يكون هناك اهتمام بنوع معين على حساب نوع آخر مثل (الزهدي) وانما ينبغي ان ينصب الاهتمام على كل هذه الأنواع وخاصة النادرة منها او التي تدخل في مجال التصدير للمزايا الاقتصادية المعروفة ، لأن بقية الأنواع قد يكون هناك اقبال واسع عليها ويرغب بها المستهلك افضل من نوع ثاني.

أما تسويق محصول التمور على مستوى الوحدات الإدارية في المحافظة فهناك تبايناً واضحاً بين الوحدات الإدارية في الكميات المسوقة ، إذ استأثر قضاء الشامية بأكثر من نصف كمية التمور المسوقة بواقع (٦٩,٣%) من مجموع التمور المسوقة في المحافظة ، تلاه قضاء الديوانية إذ بلغ معدل تسويقه (١٧,٧%) من المجموع ذاته.

تراجعت الكميات المسوقة من قضاءي (الحمزة وعفك بنسبة بلغت (٨,٤% و ٤,٦%) لكل منهما على الترتيب من مجموع التمور المسوقة في المحافظة ، وتتضح الصورة أكثر من ملاحظة الجدول (٣٥) والخريطة (٢٥) إذ توزعت الوحدات الإدارية بحسب كمياتها المسوقة من التمور إلى الفئات الآتية:

- الفئة الأولى (٢٨٦ - ٣١٩٤) طنًا:

تمثلت هذه الفئة في عشرة وحدات ادارية ضمت كل من (مراكز قضاء الديوانية والحمزة وعفك ونواحي الشافعية وسومر والبدير ونفر والسدير والسنية والشنافية) إذ بلغ مجموع الكمية المسوقة من محصول التمور (٩٤٩١,٤٢ طنًا) بما يشكل نسبة (٢١,٦%) من مجموع تسويق المحصول في المحافظة. وبلغت اقل كمية مسوقة ضمن هذه الفئة (٢٨٦ طنًا) تمثلت في ناحية نفر ، بينما بلغ اعلى كمية تسويق (١٧٠٨ طنًا) في ناحية الشافعية.

جدول (٣٥)

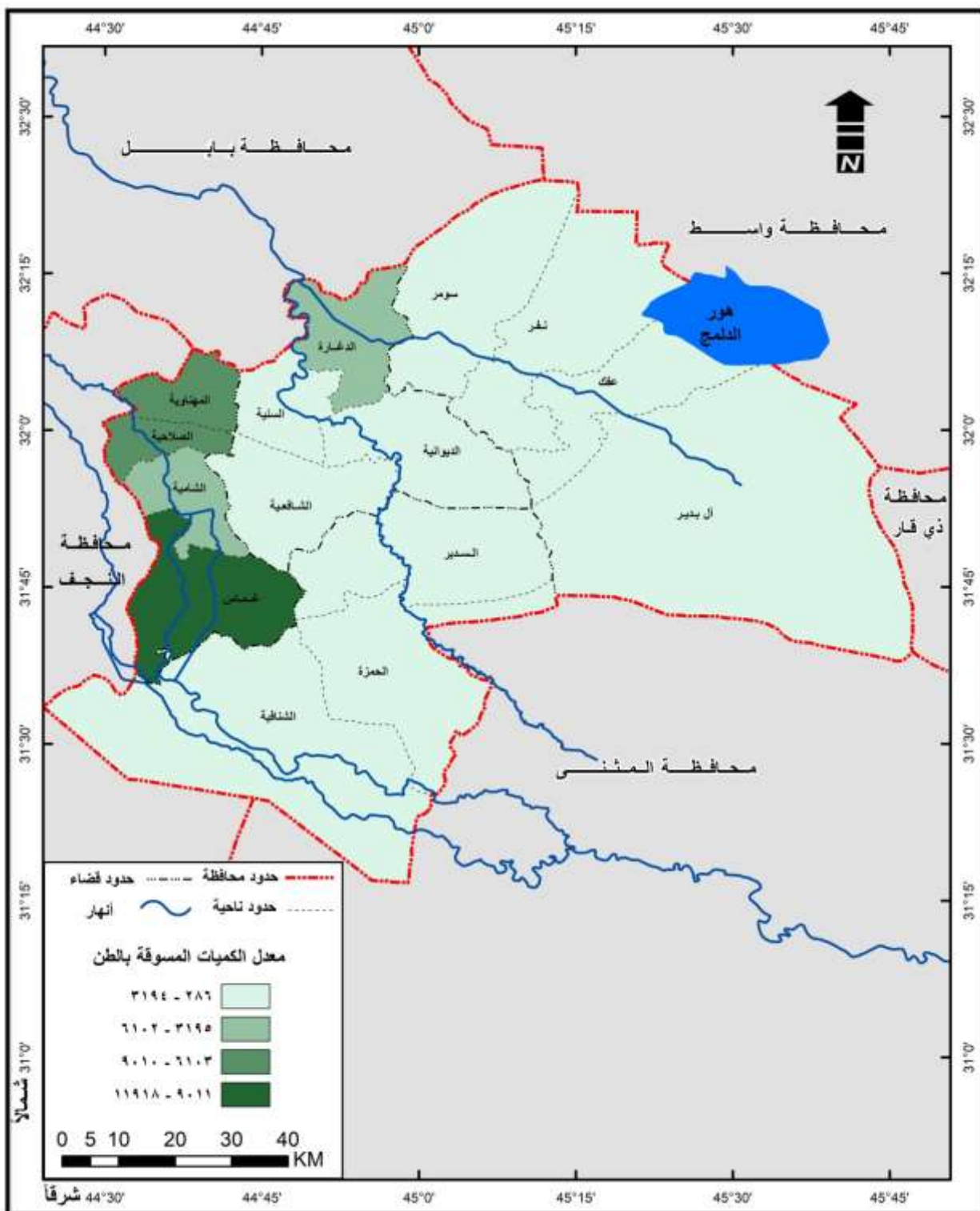
معدل كميات التمور المسوقة في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)

القضاء	الناحية	معدل الكمية المسوقة ب(الطن)	%
الديوانية	م. ق. الديوانية	١٢٣٢,٤١	٢,٩
	ن. السنية	٧٧٣	١,٧
	ن. الدغارة	٤٠٦١,٥٠	٩,٣
	ن. الشافعية	١٧٠٨,٥٢	٣,٨
المجموع			١٧,٧
عفك	م. ق. عفك	٩٥٦,٧٥	٢,١
	ن. سومر	٨٠٢,٧٨	١,٥
	ن. نفر	٢٨٦	٠,٥
	ن. البدير	٣١٣,٧٣	٠,٥
المجموع			٤,٦
الحمزة	م. ق. الحمزة	١٨٣٨,١٢	٤,١
	ن. السدير	١٤٣٨	٣,٢
	ن. الشنافية	٤٣٩,١١	١,١
المجموع			٨,٤
الشامية	م. ق. الشامية	٥٣٧٢,٥٠	١٢,٢
	ن. المهناوية	٧١٢٠,٥٠	١٦,٣
	ن. الصلاحية	٦١١١,٦٣	١٣,٨
	ن. غماس	١١٩١٨	٢,٧
المجموع			٦٩,٣
المجموع الكلي		٤٤٠٧٥,٠٧	١٠٠

المصدر: الباحث بالاعتماد على: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة

القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

خريطة (٢٥) التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محصول التمر في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر : بيانات جدول (٣٥)

## - الفئة الثانية (٣١٩٥ - ٦١٠٢) طناً:

تضمنت هذه الفئة وحدتين إداريتين هما (ناحية الدغارة ومركز قضاء الشامية)، بلغ مجموع الكمية المسوقة من محصول التمور (٤٠٦١,٥ و ٥٣٧٢,٥) طناً لكل منهما على الترتيب ، بما يعادل (٢١,٤%) من الكمية المسوقة لمحصول التمور في محافظة القادسية.

## - الفئة الثالثة (٦١٠٣ - ٩٠١٠) طناً:

تقع ضمن حدود هذه الفئة وحدتين إداريتين هما بناحيتي (المهناوية والصلاحية)، إذ بلغ مجموع إنتاجهما المسوق (١٣٢٣٢,٢٨ طناً) ليشكل نسبة مقدارها (٣٠%) من المجموع ذاته.

## - الفئة الرابعة (٩٠١١ - ١١٩١٨) طناً:

تضمنت هذه الفئة وحدة إدارية واحدة تمثلت في (ناحية غماس)، بلغت كمية المحصول المسوق (١١٩١٨ طناً) أي بما يشكل نسبة (٢٧%) من مجموع كمية التمور المسوقة في المحافظة.

## ❖ طرائق تسويق محاصيل التمور :

تشير الوقائع إلى إيقاف التسويق الزراعي لمحصول التمور من لدن الشركة العراقية لتصنيع وتسويق التمور / فرع القادسية بعد عام ٢٠٠٣، مما أدى إلى تركيز التسويق الخارجي للمحصول وبدرجة رئيسة على التجار المصدرين واصحاب المكاتب واجازات التصدير لثمار نخلة التمر<sup>(١)</sup>. ويظهر الإنتاج في الأسواق على شكلين (مكبوس وغير مكبوس) حيث يعبأ الشكل الأول بأكياس نايلون ذات سعات مختلفة تتراوح اوزان الكيس (٠,٥-١٠) كيلوغرام، بينما يظهر الشكل الثاني للمنتج معبأً بصناديق بلاستيكية يحتوي كل منها على (١٥ كيلوغرام)، وقد يعبأ المنتج بأكياس نايلون سعة (٥٠ كيلوغرام)، استحوذت الطريقة الاخيرة على النسبة الأكبر من التسويق والتي تعادل (٥٣%)<sup>(٢)</sup> من مجموع التمور المسوقة في محافظة القادسية. وهناك طرائق لتعبئة محصول التمور تسبق عملية تسويق المحصول تتمثل في ما يأتي:<sup>(٣)</sup>

- انتقاء وفرز التمور الصالحة: إذ تختلف خواص وصفات كل صنف من اصناف التمور اختلافاً ظاهراً من حيث الشكل والحجم واللون ، ويتم من خلال هذه العملية عزل التمور السليمة عن التمور المصابة بحسب كل صنف داخل البستان.

(١) وداد علي زغير المنشداوي، مصدر سابق ، ص ٩٥.

(٢) الدراسة الميدانية ، استثمار الاستبانة ، المحور الرابع.

(٣) لارا حميد رشيد ، دراسة اقتصادية للتسويق الدولي والتمور العراقية للمدة (١٩٩٠-٢٠١٦)، رسالة ماجستير

(غير منشورة)، كلية الهندسة الزراعية ، جامعة بغداد ، ٢٠١٨، ص ٦٥.

- تصنيف محصول التمور إلى درجات: هي ان تكون التمور متجانسة في حجمها ، وشكلها ، ولونها، وتكون خالية من الحشرات والطفيليات وان لا تزداد الرطوبة فيها عن (٢٠%) يمكن اجمال المسالك التسويقية التي يتم خلالها تسويق محصول التمور إلى:

١. طريقة البيع المباشر للمستهلكين ( منتج ← مستهلك): وتتم بطرائق متعددة  
 أ- تسويق بعض اصناف التمور والارطاب إلى اسواق التجزئة مباشرة بعد تعبئتها بصناديق بلاستيكية من دون كبسه وبيعه بشكل مباشر إلى المستهلك النهائي إذ بلغت نسبة المحصول المسوق بهذه الطريقة (٦٤%) من مجموع التمور المسوقة في المحافظة.  
 ب- بيع التمور بعد جنيها وتجميعها في بساتين النخيل وبيعها إلى المستهلك بصورة مباشرة بعد إجراء منفعة شكلية كتحويله إلى مادة الدبس كذلك يتم تسويق كميات من المحصول غير الجيد كأعلاف للحيوانات لمربي الثروة الحيوانية في المحافظة وبأسعار تتناسب والقيمة الغذائية التي يوفرها المحصول للحيوانات ، بلغت نسبة التمور المسوقة ضمن هذه الطريقة (١٦%)<sup>(١)</sup> من مجموع التمور المسوقة في المحافظة.

٢. البيع للوسطاء : (منتج ← وسيط ← مستهلك)

يتم تسويق محصول التمور عن طريق بعض الحلقات التسويقية الوسطية كتجار الجملة المحليين وتظهر على اشكال متعددة منها:

أ- البيع لتاجر التجزئة بنقل المنتج محصوله إلى اسواق التجزئة ثم إلى المستهلك النهائي.

(منتج ← وسيط ← وسيط ← مستهلك)

ب- الضامنون ويدخلون وسطاء ثم يقومون بتسويق محصول التمر إلى (العلوي)، او التجار المصدرون او اصحاب المعامل لترتيب وتعبئة التمور وتغليفها ، بلغت نسبة التمور المسوقة بهذه الطريقة (٢٠%) من مجموع كميات التمور المسوقة في المحافظة.

٣. البيع متعدد الوسطاء : (منتج ← وسيط ← وسيط ← مستهلك)

تسوق التمور بهذه الطريقة إلى المستهلك النهائي بعد مرورها بحلقتين تسويقيتين تتمثلان بتاجر الجملة كوسيط اول ، ومن ثم بيعها إلى تاجر التجزئة والذي يمثل الوسيط الثاني ومنه إلى المستهلك النهائي وبعد ذلك إلى الأسواق المحلية. ويتم تسويق التمور بأكثر من وسيط من لدن

(١) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.

تجار القرى المتجولين ثم تجار الجملة واصحاب العلاوي فيما يمثل المسلك التسويقي الثالث التجار المصدرون واصحاب مكاتب واجازات التصدير ويتم بواسطة هذا المسلك التسويقي تصدير محصول التمور إلى الاسواق العالمية.

## ٢. أشجار الفاكهة :

يلحظ من الجدول (٣٦) أن الكميات المسوقة من محاصيل الفاكهة بلغت (٧٠٧ طناً) استأثر محصول (التين) بالدرجة الأولى ، إذ بلغت كمية المحصول المسوقة (٢١٢ طناً) ما يعادل (٢٩,٩٨%) من مجموع الكميات المسوقة إلى الأسواق المحلية من محاصيل الفاكهة في المحافظة ، يليها محصول (العنب) بكمية مسوقة بلغت (١٤٨ طناً) ما يشكل نسبة (٢٠,٩٣%) من المجموع ذاته. أما محصول البرتقال والنارنج فقد بلغت كمياتها (٨٥ و ٨٠) طناً على الترتيب وهو ما يشكل نسبة مقدارها (١١,٣١% و ١٢,٠٥%) لكل منهما على الترتيب من المجموع الكلي المسوق إلى الاسواق المحلية ، فيما جاءت محاصيل الفاكهة الأخرى بنسب متباينة كما موضح في الجدول (٣٦) والشكل (١٧).

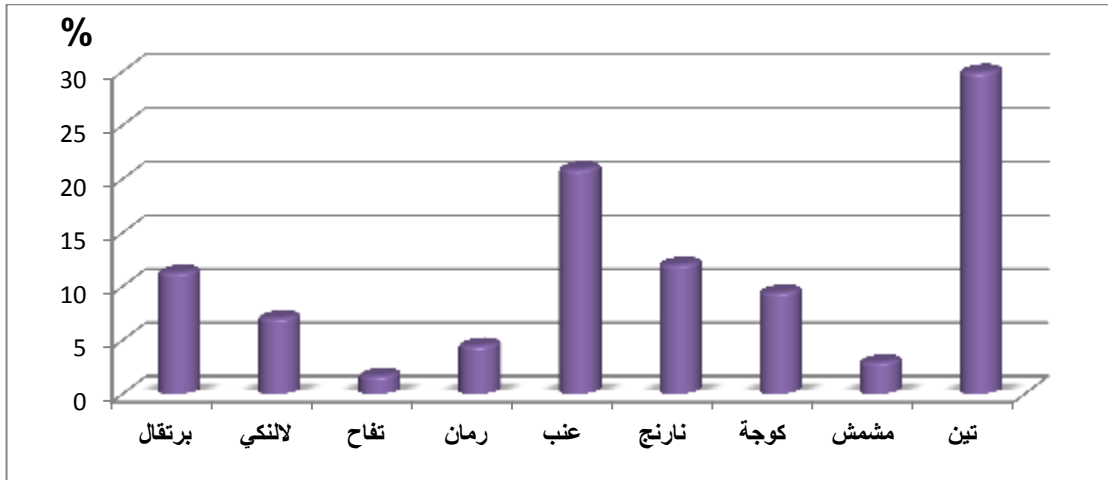
جدول (٣٦) معدل الكميات المسوقة إلى الاسواق المحلية (العلاوي) من محاصيل الفاكهة في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

المحصول	الكمية المسوقة (طن)	الأهمية النسبية %
برتقال	٨٠	١١,٣١
لانكي	٥٠	٧,٠٧
تفاح	١٢	١,٧٠
رمان	٣٢	٤,٥٢
عنب	١٤٨	٢٠,٩٣
نارنج	٨٥	١٢,٠٥
كوجة	٦٧	٩,٤٧
شمش	٢١	٢,٩٧
تين	٢١٢	٢٩,٩٨
المجموع	٧٠٧	١٠٠

المصدر: الباحث بالاعتماد على: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة

القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، شعبة التسويق الزراعي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

شكل (١٧) معدل الكميات المسوقة إلى الاسواق المحلية (العلاوي) من محاصيل الفاكهة في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر: بيانات جدول (٣٦).

#### ❖ طرائق تسويق محاصيل الفاكهة :

تسوق محاصيل الفاكهة عبر المسالك التسويقية الآتية:

#### ١. طريقة البيع المباشر للمستهلكين ( منتج ← مستهلك):

في هذه الطريقة يقوم المزارع بجني محصوله ويتولى بنفسه عملية تسويقه إلى المستهلك النهائي من دون وسيط وتأخذ هذه الطريقة اشكالاً متعددة:

أ- البيع على جوانب الطريق لاسيما الطريق القريب من البساتين ليكون متاحاً للمستهلك ، وهنا لا يتأثر المنتج بالسعر ، وذلك لانقاء وجود هامش النقل إذ بلغت نسبة المحصول المسوق بهذه الطريقة (٢٣%)<sup>(١)</sup> من مجموع الفاكهة المسوقة في المحافظة.

ب- تسويق المحصول إلى الأسواق المحلية (اسواق التجزئة) وفيه يتحمل المنتج عملية الجني والتصنيف والتعبئة لبيعها في الأسواق بعد عرضها على ارضة الشارع او بسيارته الخاصة ليكون معروضاً امام المستهلك النهائي.

#### ٢. البيع للوسطاء : (منتج ← وسيط ← مستهلك)

في هذا المسار التسويقي يقوم المزارع بنفسه بجني المحصول بالإضافة إلى جميع الوظائف التسويقية والوصول بمنتجه إلى الاسواق المركزية (العلاوي) وهنا يتحمل المنتج اجور الشحن (النقل والتعبئة) بينما يتحمل التاجر العمولة ثم بيعها إلى تاجر التجزئة وقد يقوم المزارع بتسويق الحاصل إلى مؤسسات تسويقية (العلاوي) خارج المحافظة<sup>(٢)</sup>.

(١) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.

(٢) الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع عدد من المزارعين اصحاب البساتين في ناحية السنية ، بتاريخ ٢٠٢٢/٨/٣.

### ٣. البيع بضمان : (منتج ← ضمان ← تاجر جملة)

يعد هذا المسار من أهم المسالك التسويقية وخصوصاً محصولي (التين والعنب) إذ يقوم المزارعون بتضمين انتاجهم قبل قطافه إلى احد التجار الضامنين لقاء مبلغ من المال يحدد بشكل تقديري على اساس الإنتاج والأسعار ، إذ يقوم الضامن بجميع الوظائف والخدمات التسويقية من فرز وتعبئة ونقل وتمويل وتحمل المخاطر<sup>(١)</sup>.

#### رابعاً: طرائق تسويق محاصيل العلف

بلغ معدل الكميات المسوقة من محصولي (الجت والبرسيم)<sup>(\*)</sup> (١٨٦٠٧,٧ طنناً)، والتي تمثل (٤٤,٠٨%) من مجموع الإنتاج للمحصولين في محافظة القادسية والبالغ (٤٢٢١١,٧ طنناً)، أما الكمية المتبقية والبالغة (٢٣٦٠٤ طنناً) والتي تشكل نسبة مقدارها (٥٥,٩٢%) تستثمر في داخل الحقل الزراعي لتغذية حيوانات صاحب المزرعة.

يلحظ من الجدول (٣٧) ان هناك تبايناً في الكميات المسوقة من محاصيل العلف بين الوحدات الإدارية ، وتعكس ذلك قيمة الوسط الحسابي البالغة (١٢٤٠,٥١ طنناً) وتتضح الصورة أكثر من ملاحظة الخريطة (٢٦) إذ توزعت الوحدات الإدارية وبحسب الكميات المسوقة من المحصولين إلى الفئات الآتية:

#### - الفئة الأولى (٣٠٨ - ١٣٣٤) طنناً:

تمثلت هذه الفئة في سبع وحدات ادارية ضمت كل من (مراكز قضاء الديوانية وناحية الدغارة والشافعية وسومر ونفر والبدير والسدير) إذ بلغ مجموع الكمية المسوقة من محاصيل العلف (٦٦٥٥,٣ طنناً) بما يعادل نسبة (٣٥,٧٦%) من مجموع محصول العلف المسوق في المحافظة، ويعود سبب انخفاض الكميات المسوقة ضمن هذه الفئة إلى قلة المساحات المزروعة من محصولي (الجت والبرسيم) فضلاً عن قلة الطلب على محاصيل العلف بسبب قلة اعداد الثروة الحيوانية في تلك المناطق من المحافظة.

(١) باسم غدير عزيز وسناء هاشم الشوا ، معوقات ومتطلبات تسويق الحمضيات السورية ، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، المجلد (٤٠)، العدد (٣)، ٢٠١٨، ص ٤٥٠.

(\*) جمعت الكميات المسوقة لمحصولي(الجت والبرسيم)من الانواع الاخرى لتشابه خصائصهما واستمرارية زراعتها مع بعضهما خلال موسم واحد، حيث يجدد لكل ثلاثة مواسم زراعيه وذلك لضمان الحصول على غزاره في الانتاج.



- الفئة الثانية (١٣٣٥ - ٢٣٦٠) طناً:

تضمنت هذه الفئة وحدة ادارية تمثلت في (ناحية السنية)، بلغ مجموع الكمية المسوقة من المحصولين (١٨٩٥,٥ طناً) بما يشكل نسبة (١٠,٦٧%) من مجموع الكمية المسوقة في محافظة القادسية.

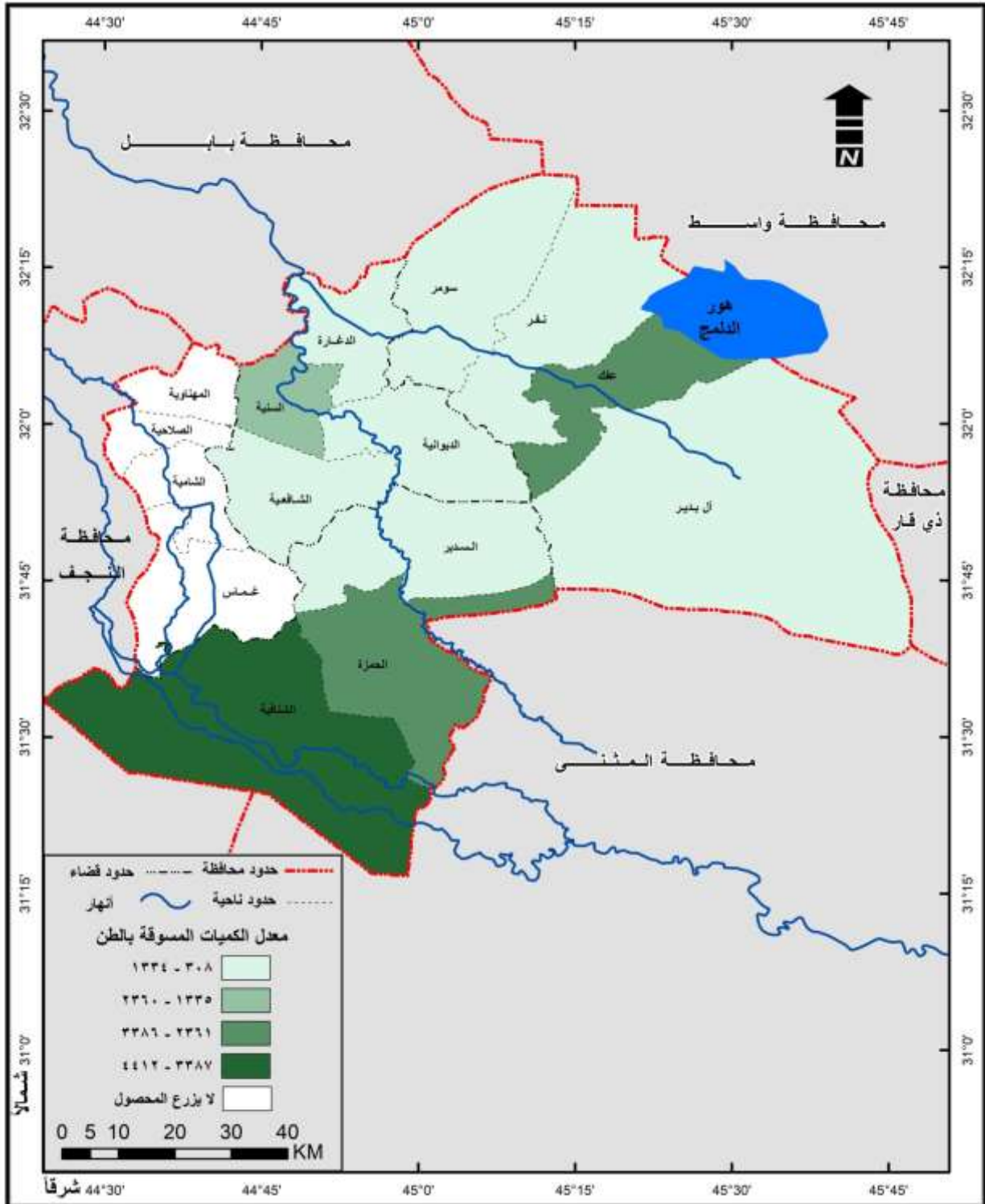
جدول (٣٧)

معدل الكميات المسوقة من محاصيل العلف في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

العلف المسوق						الناحية	القضاء
المجموع الكلي للكميات المسوقة (٢+١)		محصول البرسيم (٢)		محصول الجت (١)			
%	الكمية ب(الطن)	%	الكمية ب(الطن)	%	الكمية ب(الطن)		
١,٦٥	٣٠٨	٢,٥٦	٢٢٣	٠,٨٤	٨٥	م. ق. الديوانية	الديوانية
١٠,٦٧	١٩٨٥,٥	٩,٨٧	٨٦٣,٤	١١,٣٨	١١٢٣,١	ن. السنية	
٤,٨٨	٩٠٨,٧	٤,٤٨	٣٩٢	٥,٢٣	٥١٦,٧	ن. الدغارة	
٦,٤٩	١٢٠٧,٣	٥,٢٠	٤٥٤,٢	٧,٦٣	٧٥٣,١	ن. الشافعية	
٢٣,٦٩	٤٤٠٩,٥	٢٢,١١	١٩٣٣,٣	٢٥,٠٩	٢٤٧٦,٢	المجموع	عفك
١٥,٩٦	٢٩٧١,٣	١٣,٢٤	١١٥٨	١٨,٣٨	١٨١٣,٣	م. ق. عفك	
٥,٧١	١٠٦٣,١	٦,٦٨	٥٨٣,٧	٤,٨٦	٤٧٩,٤	ن. سومر	
٦,٤٩	١٢٠٧,٤	٧,١٨	٦٢٧,٤	٥,٨٨	٥٨٠	ن. نفر	
٣,٨٩	٧٢٥,١	٣,٦٢	٣١٦,٥	٤,١٤	٤٠٨,٦	ن. البدير	
٣٢,٠٨	٥٩٦٦,٩	٣٠,٧٢	٢٦٨٥,٦	٣٣,٢٦	٣٢٨١,٣	المجموع	الحمزة
١٣,٨٣	٢٥٧٤,٦	١٥,٣٣	١٣٤٠,٦	١٢,٦٠	١٢٤٣	م. ق. الحمزة	
٦,٦٤	١٢٣٥,٧	٦,٦٥	٥٨٢	٦,٦٢	٦٥٣,٧	ن. السدير	
٢٣,٧١	٤٤١٢	٢٥,١٨	٢٢٠١	٢٢,٤٢	٢٢١١	ن. الشنافية	
٤٤,٢٣	٨٢٣١,٣	٤٧,١٦	٤١٢٣,٢	٤١,٦٤	٤١٠٨,١	المجموع	الشامية
-	-	-	-	-	-	م. ق. الشامية	
-	-	-	-	-	-	ن. المهنوية	
-	-	-	-	-	-	ن. الصلاحية	
-	-	-	-	-	-	ن. غماس	
-	-	-	-	-	-	المجموع	
١٠٠	١٨٦٠٧,٧	١٠٠	٨٧٤٢,١	١٠٠	٩٨٦٥,٦	المجموع الكلي	

المصدر: الباحث بالاعتماد على: جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم الإنتاج النباتي ، شعبة التسويق الزراعي ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.

خريطة (٢٦) التوزيع الجغرافي لمعدل الكميات المسوقة من محاصيل العلف في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)



المصدر : بيانات جدول (٣٧).

## - الفئة الثالثة (٢٣٦١ - ٣٣٨٦) طناً:

ضمت هذه الفئة وحدتين إداريتين هما مركزي قضاءي (الحمزة وعفك)، بلغت الكميات المسوقة منها (٢٥٧٤,٦ و ٢٩٧١,٣) طناً لكل منهما على الترتيب ، إذ بلغ مجموع كميات محاصيل العلف المسوقة ضمن هذه الفئة (٥٥٤٥,٩ طناً) ما يعادل (٢٩,٨١%) من مجموع محصولي العلف المسوق في المحافظة.

## - الفئة الرابعة (٣٣٨٧ - ٤٤١٢) طناً:

ضمت هذه الفئة وحدة إدارية واحدة تمثلت في (ناحية الشنافية)، بلغت كمية العلف الاخضر (الجت والبرسيم) المسوقة منها (٤٤١٢ طناً) أي بما يشكل نسبة (٢٣,٧١%) من مجموع كمية المحصولين المسوقة في المحافظة. ويعود سبب هذه الزيادة في الكميات المسوقة للمحصولين إلى زيادة المساحة المزروعة بهما ووفرة الموارد المائية المتمثلة بالمياه السطحية لشط الشنافية ، إضافة إلى استثمار المياه الجوفية في زراعة محاصيل العلف ، فضلاً عن وجود ساحات بيع محاصيل العلف في الناحية وتسويقه إلى القرى والمناطق المجاورة لها التي تتميز بارتفاع اعداد الثروة الحيوانية مما يزيد من الطلب على محاصيل العلف.

أما قضاء الشامية فلا يتم زراعة محصولي الجت والبرسيم فيه بسبب منافسة المحاصيل الزراعية الأخرى وأهمها محاصيل الحبوب (الحنطة والشلب).

## ❖ طرائق تسويق محاصيل العلف :

لا تظهر مؤسسات للقطاع العام تسوق محاصيل العلف ، وانما ينحصر تسويقها بمؤسسات القطاع الخاص ، الا ان اتجاهات تسويق المحصولين من حيث الكمية تتباين بين طريقة واخرى وعلى النحو الآتي:

## ١- البيع المباشر (البيع للمستهلك):

تشكل هذه الطريقة النسبة الأكبر من تسويق محاصيل العلف الأخضر، إذ بلغت معدل نسبة محصولي العلف المسوق ضمن هذه الطريقة (٨٧,٥%)<sup>(١)</sup> من مجموع العلف المسوق بالطرق الأخرى ، وهناك عمليات تبادلية لتسويق محصولي العلف ضمن طريقة البيع المباشر للمستهلك وهي:

أ- البيع على جانب الطريق: وهي في الطرق الشائعة في تسويق محصولي العلف (الجت والبرسيم) ويتم بعرض الحاصل على جانب الطريق قرب الحقل الزراعي للمحصول وغالباً ما يكون البيع لسكان نفس القرية او الناحية لتغطية متطلبات الثروة الحيوانية فيها. فضلاً

(١) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع.

عن بيع الجزء الباقي من محاصيل العلف على اصحاب المركبات المارين عبر ذلك الطريق والذين لا يسكنون المنطقة ذاتها. بلغت نسبة محصولي العلف المسوق بهذه الطريقة (٦٨%) من مجموع كميات العلف الأخضر المسوق بطريقة البيع المباشر.

ب- البيع في ساحات بيع الحيوانات: يتم تسويق محصولي العلف إلى مراكز تجمع وبيع حيوانات الماشية المنتشرة في عموم المحافظة ضمن وحداتها الإدارية وذلك للطلب على الاعلاف اثناء عملية عرض وبيع حيوانات الماشية التي قد تتجاوز (٤-٥) ساعات يومياً، تصل نسبة محصولي العلف المسوق بهذه الطريقة إلى (١٩,٥%) من مجموع كمية محصولي العلف المسوق بطريقة البيع المباشر.

## ٢- البيع للوسطاء :

تعتمد هذه الطريقة التسويقية على الوسيط الذي يعمل على تسويق محصولي العلف الأخضر من مناطق الإنتاج إلى مراكز بيع الفواكه والخضر (العلاوي) وبهذه الطريقة لا يستهلك المحصولين كعلف حيواني بل يستفاد منه كمادة عازلة بين المحاصيل المسوقة لتوفير نسبة من الرطوبة خلال الفصل الحار اثناء عملية نقل محاصيل الفواكه والخضر، بلغت نسبة المحصولين المسوق بهذه الطريقة (١٢,٥)<sup>(١)</sup> من مجموع محاصيل العلف الأخضر المسوق في المحافظة.

(١) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع

## المبحث الثالث

### التحليل الكمي للعلاقات المكانية بين الكميات المسوقة للمحاصيل الزراعية النباتية والمتغيرات المؤثرة فيها في محافظة القادسية

يتأثر تسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية بمجموعة من العوامل التي أثرت بدورها في توزيع المراكز التسويقية في منطقة الدراسة لذا يمكن تفسير هذا التباين في توزيع تلك المراكز التسويقية وتباين الكميات المسوقة للمحاصيل عن طريق استعمال تقنيات التحليل الإحصائي التي تساعد على تحقيق أكبر قدر من النتائج المقبولة ، وهذا يكون بتحليل العلاقات المكانية بين الكميات المسوقة للمحاصيل الزراعية والمتغيرات المؤثرة فيها تحليلاً رياضياً لتقييم الكميات المسوقة للمحاصيل الزراعية وتباينها المكاني، وعلى النحو الآتي:

أولاً: نموذج التحليل الإحصائي لتسويق محاصيل الحبوب :

#### ١. محصول الحنطة:

تم صياغة وتحديد النموذج الإحصائي لبيانات البحث الخاصة بالكميات المسوقة من محصول الحنطة واخضاع مصفوفة البحث الموضحة بالجدول (٣٨) للتحليل الإحصائي باستخدام الحقيبة الإحصائية (SPSS) لغرض الحصول على النتائج الوصفية والكمية التي تفسر العلاقة بين المتغير التابع (Y) وهي الكمية المسوقة من محصول الحنطة والمتغيرات المستقلة ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) المفسرة لتسويق المحصول نفسه ، وظهرت النتائج على النحو الآتي:

أ. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على معامل الارتباط البسيط (معامل بيرسون Pearson):

يتضح من الجدول (٣٩) أن هناك علاقة موجبة بين الكمية المسوقة من محصول الحنطة في المحافظة وبين عدد المركبات التي تنقل المحصول من مناطق انتاجه إلى المراكز التسويقية ، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط والبالغة (٠,٥٤٥) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يعني أنه كلما زاد عدد المركبات زادت الكمية المسوقة من محصول الحنطة إلى المراكز التسويقية والسايلوات ، وذلك لأن المساحات المزروعة بهذا المحصول تكون واسعة وإنتاجها أيضاً كبير يتطلب أعداد من المركبات لتسهيل عملية تسويق المحصول من مناطق انتاجه إلى المراكز التسويقية ، فضلاً عن تطوير طرق النقل وتعبيدها وربط مناطق الإنتاج الزراعي للمحصول بالمراكز التسويقية بشبكة من الطرق لتسهيل حركة المركبات ذات الحمولات الكبيرة وبوقت اقصر ومسافات قصيرة. ومن الجدول يتضح أيضاً عدم ثبوت معنوية المتغيرات المستقلة ( $X_1, X_2, X_4$ )

ويعود سبب ذلك إلى أن أسعار محصول الحنطة محددة من قبل وزارة التجارة وفقاً لجودة المحصول ، وأن تكاليف نقل المحصول قد تكون مجزية للمنتج والناقل.

جدول (٣٨) العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول الحنطة ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

ت	الوحدات الإدارية	الكمية المسوقة	السعر	تكاليف النقل	عدد المركبات	اطوال الطرق
		Y	X1	X2	X3	X4
١	م. ق. الديوانية	٧٩٦,٢	٤٥٠٠٠	١٠٠٠٠	١٨	٥٣
٢	ن. السنية	٧٥٦٢,٧	٤٤٥٠٠	١٥٠٠٠	٣٢	٢٥
٣	ن. الدغارة	١١١١٧,١	٤٥٠٠٠	٢٠٠٠٠	٣٦	٣١
٤	ن. الشافعية	٦٧٠٠	٤٦٠٠٠	١٥٠٠٠	١٩	٥٦
٥	م. ق. عفك	٣٢١١,٦	٤٧٠٠٠	٢٠٠٠٠	٢١	١٩
٦	ن. سومر	١٠٠١١,٨	٤٦٥٠٠	١٥٠٠٠	١٧	١٨
٧	ن. نفر	١٠٠٦٧,٩	٤٥٠٠٠	١٥٠٠٠	٤٥	٧
٨	ن. البدير	١١٩٦٥,١	٤٧٥٠٠	٢٠٠٠٠	٣٦	٥٢
٩	م. ق. الحمزة	١٧٨٦٦,٢	٤٥٠٠٠	١٥٠٠٠	٢٦	٣٥
١٠	ن. السدير	١٢٦٠١,٥	٤٢٥٠٠	١٠٠٠٠	٣٨	٥٣
١١	ن. الشنافية	٨٧٢٣,٦	٤٤٠٠٠	٢٠٠٠٠	٤٥	٦٩
١٢	م. ق. الشامية	٢٦٨٥٦	٤٨٠٠٠	١٥٠٠٠	٤٦	٣٦
١٣	ن. المهناوية	١٢٨١٢,٧	٤٧٥٠٠	١٠٠٠٠	٢٢	١٥
١٤	ن. الصلاحية	٨٩٧٨,٢	٤٧٠٠٠	١٠٠٠٠	١٦	٥
١٥	ن. غماس	١٩٦٦٠,٧	٤٨٠٠٠	١٥٠٠٠	٧٣	٣١

المصدر: الباحث بالاعتماد على ملحق (٤).

جدول (٣٩) قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول الحنطة والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

Sig. مستوى المعنوي	قيمة معامل الارتباط Pearson	متغير النموذج		المتغير التابع Y
		المتغيرات المستقلة		
		اسم المتغير المستقل	الرمز	
غير معنوي	-٠,٣٣٧	سعر بيع الطن الواحد	X1	الكمية المسوقة من الحنطة
غير معنوي	-٠,١١٨	تكاليف نقل الطن الواحد	X2	
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٥٤٥	عدد مركبات نقل المنتجات	X3	
غير معنوي	-٠,٠٢٨	أطوال الطرق	X4	

المصدر: جدول (٣٨) \*correlation is significant at the 0.05 Level (1-tailed)

ب. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression):  
 يلحظ من الجدول (٤٠) وجود علاقة احصائية موجبة وبدرجة معنوية عالية بين (y) الكمية المسوقة من محصول الحنطة والمتغير المستقل (X<sub>3</sub>) فقط في حين لم تثبت معنوية بقية المتغيرات المستقلة التي شملتها الدراسة ، ولمعرفة أثر المتغيرات المستقلة فإن الأمر يتطلب تحديد العلاقة الكمية بين الكمية المسوقة من محصول الحنطة ومجموع المتغيرات المستقلة ، ولمعرفة أثر المتغيرات المستقلة التي يثبت التحليل الوصفي معنويتها بالتأثير في عملية تسويق محصول الحنطة ، لذلك تم اعتماد اسلوب تحليل الانحدار المتعدد لتحديد أفضل نموذج احصائي يجتاز الاختبارات الإحصائية المعتمدة في اختيار أفضل نموذج لتقدير معلوماته من جهة وقدرته على التنبؤ المستقبلي من جهة أخرى. وعند استخدام البرنامج الإحصائي (spss) وباستخدام طريقة (Stepwise) حصلنا على نموذجين وتم اختيار النموذج الثاني (Model2) كما يوضحه الجدول (٤٠)، إذ ان هناك علاقة قوية بدرجة معنوية عالية جداً بين المتغير التابع (y) الكمية المسوقة من محصول الحنطة ، والمتغير المستقل (X<sub>3</sub>) عدد المركبات إذ ان زيادة عدد المركبات يسمح بإمكانية نقل الكثير من الكميات المسوقة من المحصول إلى السايكلوات المخصصة وبالعكس ستقل الكمية المسوقة من المحصول عند عدم او قلة توفير العدد الكافي من مركبات النقل ، وهذا ما اكده اختبار (T-test) حيث ان قيمة (T) المحسوبة وبالبالغة (٢,٣٤٤) هي أكبر من القيمة الجدولية وبالبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠٥).

جدول (٤٠) نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محصول الحنطة والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

النموذج الثاني	المعاملات القياسية		المعاملات القياسية	القيمة التائية	مستوى المعنوية Sig.
	B	الخطأ المعياري	بيتا		
الثابت	٥٣٦٩,٣٧٧	٣٠٢١,٧٣٧	٠,٥٤٥	١,٧٧٧	٠,٠٩٩
عدد المركبات	١٩٥,٠٢٨	٨٣,٢٠٨		٢,٣٤٤	٠,٠٣٦

المصدر: جدول (٣٨)

وللتحقق من معنوية النموذج المختار اعتمد على اختبار (F-test) إذ أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج الإحصائي (Model 2) ويعزز الثقة به وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة وبالبالغة (٥,٤٩٤) هي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (٤,٦٧)

بمستوى معنوية (0,05) ودرجة حرية (1, 12) كما هو موضح في جدول (41) تحليل التباين (Anova)، وللتأكد من قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المفسرة) لعملية تسويق محصول الحنطة تم الاعتماد على قيمة معامل التحديد المتعدد (R-square) للنموذج الثاني الموضح في الجدول (42) وتبين ان (30%) من التقلبات التي تتناوب الكمية المسوقة لمحصول الحنطة في منطقة الدراسة تعزى إلى المتغير (X<sub>3</sub>) عدد المركبات وأن نسبة (70%) من التقلبات تعزى إلى متغيرات أخرى تمكن النموذج من حصرها.

جدول (41)

تحليل التباين للكميات المسوقة من محصول الحنطة في محافظة القادسية

النموذج الثاني	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية	مستوى المعنوية
معامل التحديد	143598.054,9	1	143598.054,9	5,494	0,036a
المتبقي	3398.7533,1	13	26139.041,01		
المجموع	4834.05588	14	-		

المصدر: جدول (40)

جدول (42)

قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول الحنطة في محافظة القادسية

معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	تقدير الخطأ المعياري
0,545a	0,297	0,243	5112,6354

المصدر: بيانات الجدولين (39 و 40).

## ٢. محصول الشعير:

بعد ان تم تحديد وصياغة النموذج الإحصائي لبيانات الكمية المسوقة من محصول الشعير والموضحة بالجدول (43) بهدف إظهار العلاقة بين المتغير التابع (Y) وهي الكمية المسوقة من محصول الشعير ومجموعة المتغيرات المستقلة (X<sub>i</sub>) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية، وظهرت النتائج الآتية:

أ. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على معامل الارتباط البسيط (معامل بيرسون Pearson):

يلحظ من الجدول (44) أن هناك علاقة موجبة بين المتغير التابع (Y) الكمية المسوقة من محصول الشعير والمتغير المستقل (X<sub>2</sub>) تكاليف نقل الطن الواحد من المحصول ذاته، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط والبالغة (0,653) وبمستوى معنوية (0,05)، وهذا يفسر أن أي زيادة في تكاليف نقل المحصول من مناطق انتاجه إلى المراكز التسويقية يؤدي إلى قلة الكميات



المسوقة من المحصول، لذا توجه المنتجين إلى بيع انتاجهم إلى تجار القطاع الخاص للتخلص من الزيادة في تكاليف نقل المحصول إلى السابيلوات. ومن الجدول يتضح ايضاً عدم ثبوت معنوية المتغيرات المستقلة ( $X_1, X_3, X_4$ ) إذ بلغت قيم معامل الارتباط لها (-0,342) و(-0,075) و(-0,191) لكل منها على الترتيب، وقد يرجع سبب ذلك إلى أن اسعار محصول الشعير المسوق محددة من قبل الدولة فأن تكاليف نقل المحصول إلى المراكز التسويقية قد تكون مجزية للمنتج والناقل. أما اطوال الطرق فهي مناسبة للعمليات التسويقية للمحصول كون المراكز التسويقية تتوزع على جميع الوحدات الإدارية في محافظة القادسية.

جدول (٤٣) العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول الشعير ومجموعة المتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

ت	الوحدات الإدارية	الكمية المسوقة	السعر	تكاليف النقل	عدد المركبات	اطوال الطرق
		Y	X1	X2	X3	X4
١	م. ق. الديوانية	٣٩٤٦,٧	٤٠٠٠٠٠	١٢٠٠٠	١٨	٥٣
٢	ن. السنية	٨١٥,٩	٣٩٠٠٠٠	١١٠٠٠	٢٣	٢٥
٣	ن. الدغارة	٦٨٦٥,١	٣٧٥٠٠٠	١٥٠٠٠	٣٦	٣١
٤	ن. الشافعية	٥٦٤,٣	٤٠٠٠٠٠	١٥٠٠٠	١٩	٥٦
٥	م. ق. عفك	٧١٨٦,٣	٤١٠٠٠٠	١٨٠٠٠	٢١	١٩
٦	ن. سومر	٩٣٤٠	٣٨٠٠٠٠	١٥٠٠٠	١٧	١٨
٧	ن. نفر	٤٧٨١	٣٩٠٠٠٠	١٥٠٠٠	٥٤	٧
٨	ن. البدير	١٢٠٤٨	٤٠٠٠٠٠	١٨٠٠٠	٣٦	٥٢
٩	م. ق. الحمزة	٣٣٩٧,٨	٣٨٠٠٠٠	١٥٠٠٠	٢٦	٣٥
١٠	ن. السدير	٤٠٥٥,٦	٣٧٥٠٠٠	١١٠٠٠	٣٨	٥٣
١١	ن. الشنافية	٦٢٥٢,٧	٤٠٠٠٠٠	٢٠٠٠٠	٤٥	٦٩
١٢	م. ق. الشامية	٠	٠	٠	٤٦	٣٦
١٣	ن. المهناوية	٣١٨	٣٨٠٠٠٠	١١٠٠٠	٢٢	١٥
١٤	ن. الصلاحية	٢٣٢	٣٧٥٠٠٠	١٠٠٠٠	١٦	٥
١٥	ن. غماس	٣٢٧٠,٦	٤١٠٠٠٠	١٥٠٠٠	٧٣	٣١

المصدر: الباحث بالاعتماد على ملحق (٤).

جدول (٤٤) قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول الشعير والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

مستوى المعنوي Sig.	قيمة معامل الارتباط Pearson	متغير النموذج		المتغير التابع Y
		المتغيرات المستقلة		
		اسم المتغير المستقل	الرمز	
غير معنوي	-٠,٣٤٢	سعر بيع الطن الواحد	X1	الكمية المسوقة من الشعير
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٦٥٣	تكاليف نقل الطن الواحد	X2	
غير معنوي	-٠,٠٧٥	عدد مركبات نقل المنتجات	X3	
غير معنوي	-٠,١٩١	أطوال الطرق	X4	

المصدر: جدول (٤٣) \*correlation is sig ni faint at the 0.05 Level (1- tailed)

ت. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression): لتحديد العلاقة الكمية بين الكمية المسوقة من محصول الشعير ومجموعة المتغيرات المستقلة التي شملتها الدراسة ، ولمعرفة أثر المتغيرات المستقلة التي يثبت التحليل الوصفي معنويتها بالتأثير في عملية تسويق محصول الشعير، لذلك تم اعتماد هذا الأسلوب الاحصائي لتحديد أفضل نموذج احصائي لتقدير معلوماته من جهة وقدرته على التنبؤ المستقبلي من جهة أخرى. إذ تم اختيار النموذج الثاني (Model2) كما يوضحه الجدول (٤٥)، وتبين ان هناك علاقة قوية بدرجة معنوية عالية بين المتغير التابع (y) الكمية المسوقة من محصول الشعير، والمتغير المستقل (X<sub>2</sub>) تكاليف النقل للمحصول ، إذ ان بزيادة تكاليف النقل ستقل الكمية المسوقة من المحصول، وهذا ما اكده اختبار (T-test) حيث ان قيمة (T) المحسوبة وبالبالغة (٣,١١١) وهي أكبر من القيمة الجدولية وبالبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠٥).

جدول (٤٥)

نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محصول الشعير والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

النموذج الثاني	المعاملات القياسية		المعاملات القياسية	القيمة التائية	مستوى المعنوية Sig.
	B	الخطأ المعياري	بيتا		
الثابت	٢٥٠٩,١١٨-	٢٢٧٩,٥٦٣	٠,٦٥٣	١,١٠١-	٠,٢٩١
تكاليف النقل	٠,٥٠١	٠,١٦١		٣,١١١	٠,٠٠٨

المصدر: جدول (٤٣)

وللتحقق من معنوية النموذج المختار تم الاعتماد على اختبار (F-test) إذ أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج الإحصائي الثاني (Model 2) ويعزز الثقة به وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة وباللغة (9,679) هي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4,67) بمستوى معنوية (0,05) ودرجة حرية (13, 1) كما هو موضح في جدول (46) تحليل التباين (ANOVA)، وللتأكد من قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المفسرة) لعملية تسويق محصول الشعير تم الاعتماد على معامل التحديد المتعدد (R-square) للنموذج الثاني الموضح في الجدول (47)، وتبين ان (43%) من التقلبات التي تنتاب الكمية المسوقة لمحصول الشعير في محافظة القادسية وتعزى إلى المتغير (X<sub>2</sub>) تكاليف النقل لمحصول الشعير وأن نسبة (57%) تعزى إلى متغيرات أخرى تمكن النموذج من حصرها.

جدول (46) تحليل التباين للكميات المسوقة من محصول الشعير في محافظة القادسية

مستوى المعنوية	القيمة الفائية	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	النموذج الثاني
0,008a	9,679	78227.043	1	78227.042,2	معامل التحديد
		8082531	13	105072897	المتبقي
		-	14	183299940	المجموع

المصدر: جدول (43)

جدول (47) قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول الشعير في محافظة القادسية

تقدير الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط
2842,979	0,383	0,427	0,653

المصدر: بيانات الجدولين (43 و 44).

### 3. محصول الشلب

لغرض الحصول على النتائج الكمية التي تفسر العلاقة بين المتغير التابع (y) (الكمية المسوقة من محصول الشلب) والمتغيرات المستقلة (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية من خلال مصفوفة البيانات الموضحة بالجدول (48) للتحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS)، وعلى النحو الآتي:

أ. نتائج التحليل الكمي الوصفي بالاعتماد على معامل الارتباط البسيط (معامل بيرسون Pearson) بين المتغير التابع والمتغيرات المفسرة لتسويق محصول الشلب:

يتضح من الجدول (49) أن هناك علاقة موجبة بين الكمية المسوقة من محصول الشلب وسعر الطن الواحد من المحصول نفسه، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط وباللغة (0,654)

وبمستوى معنوية (0,05)، وهذا يعني أنه كلما زاد سعر بيع الطن الواحد زادت الكمية المسوقة من المحصول إذ تعد زيادة الأسعار من الحوافز المهمة التي تؤدي إلى زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة الكميات المسوقة من محصول الشلب.

ب. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression):  
من خلال التحليل الكمي الموضح في الجدول (50) لم تثبت معنوية بقية المتغيرات المستقلة لذلك فإن الأمر يتطلب تحديد العلاقة الكمية بين الكمية المسوقة من محصول الشلب ومجموعة المتغيرات المستقلة التي شملتها الدراسة، ولمعرفة أثر المتغيرات المستقلة التي يثبت التحليل الكمي معنويتها بالتأثير في عملية تسويق المحصول تم اعتماد أسلوب تحليل الانحدار المتعدد لتحديد أفضل نموذج احصائي يجتاز الاختبارات الإحصائية المعتمدة في اختيار أفضل نموذج لتقدير معلوماته من جهة وقدرته على التنبؤ المستقبلي من جهة أخرى.

جدول (48) العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول الشلب ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (2018-2021)

ت	الوحدات الإدارية	الكمية المسوقة	السعر	تكاليف النقل	عدد المركبات	اطوال الطرق
		Y	X1	X2	X3	X4
1	م. ق. الديوانية	0	0	0	18	53
2	ن. السنية	201,6	70000	15000	23	25
3	ن. الدغارة	787	75000	18000	36	31
4	ن. الشافعية	771	70000	15000	19	56
5	م. ق. عفاك	0	0	0	21	19
6	ن. سومر	1276,3	65000	15000	17	18
7	ن. نفر	0	0	0	54	7
8	ن. البدير	156	62500	20000	36	52
9	م. ق. الحمزة	0	0	0	26	35
10	ن. السدير	0	0	0	38	53
11	ن. الشنافية	290,5	65000	65000	45	69
12	م. ق. الشامية	2380,4	85000	85000	46	36
13	ن. المهناوية	16257	80000	80000	22	15
14	ن. الصلاحية	11681,4	75000	75000	16	5
15	ن. غماس	18614,3	80000	80000	73	31

المصدر: الباحث بالاعتماد على ملحق (4).

جدول (٤٩) قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول الشلب والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

مستوى المعنوي Sig.	قيمة معامل الارتباط Pearson	متغير النموذج		المتغير التابع Y
		المتغيرات المستقلة		
		الرمز	اسم المتغير المستقل	
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٥٦٤	X1	سعر بيع الطن الواحد	الكمية المسوقة من الشلب
غير معنوي	-٠,٣٠١	X2	تكاليف نقل الطن الواحد	
غير معنوي	-٠,٢٧٦	X3	عدد مركبات نقل المنتجات	
غير معنوي	-٠,٢٧٩	X4	أطوال الطرق	

المصدر: جدول (٤٨) \*correlation is sig ni faint at the 0.05 Level (1- tailed)

جدول (٥٠) نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محصول الشلب والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

النموذج الثاني	المعاملات القياسية		المعاملات القياسية	القيمة التائية	مستوى المعنوية Sig.
	B	الخطأ المعياري	بيتا		
الثابت ١	١٣٤٨,٩٣٤-	٣١٣٢,٦١١	٠,٥٦٤	٠,٤٣-	٠,٦٧٤
سعر الطن الواحد	٠,٠١٣	٠,٠٠٥		٢,٤٦	٠,٠٢٨
الثابت ٢	٦٥٨,٠٥٤ -	٢٥٥٩,٤٧١	١,٧٠١	٠,٢٦-	٠,٨٠١
سعر الطن الواحد	٠,٠٣٩	٠,٠١٠		٣,٧٧	٠,٠٠٣
تكاليف النقل	١,٢٦٥-	٠,٤٥٧	١,٢٤٨-	٢,٧٧-	٠,٠١٧
الثابت ٣	٨٢٧٢,٩٥٣-	٢٦٧٩,٥٢٨	٢,٠٠١	٣,٠٩-	٠,٠١٠
سعر الطن الواحد	٠,٠٤٦	٠,٠٠٧		٦,٢٤	٠,٠٠٠
تكاليف النقل	١,٦٥٩-	٠,٣٣٢	١,٦٣٧-	٥,٠٠-	٠,٠٠٠
عدد المركبات	٢٥٧,٩٤٧	٦٨,٣١٦	٠,٥١٣	٣,٥١٣	٠,٠٠٣

المصدر: جدول (٤٨)

وعند استخدام البرنامج الاحصائي الجاهز (spss)، وباستخدام طريقة (stepwise) حصلنا على نموذجين وتم اختيار النموذج الثاني كما موضح في الجدول (٥٠)، ويتضح منه ان هذا النموذج المختار تتجسد فيه علاقة قوية بدرجة معنوية عالية جداً بين المتغير التابع (y) الكمية المسوقة من محصول الشعير، والمتغيرات المستقلة (سعر بيع الطن الواحد وتكاليف النقل وعدد المركبات)، حيث اكد اختبار (T-test) للمتغير المستقل (سعر الطن الواحد) ان قيمة (T)

المحسوبة والبالغة (٢,٤٦) هي أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠٢٨)، وللتحقق من معنوية النموذج المعتمد تم اختبار (F-test) إذ أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج ، ويعزز الثقة به وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٦,٠٧٠) هي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٤,٦٧) بمستوى معنوية (٠,٠٢٨) ودرجة حرية (١٣ ، ١) جدول (٥١).

جدول (٥١)

تحليل التباين للمتغير المستقل (سعر الطن الواحد) لمحصول الشلب في محافظة القادسية

مستوى المعنوية	القيمة الفائية	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	النموذج الثاني
٠,٠٢٨a	٦,٠٧٠	٣٠٣٤٤٥٣٢١	١	٣٠٣٤٤٥٣٢١	معامل التحديد
		٤٩٩٩٤٨٩٩	١٣	٦٤٩٩٣٣٦٨٩	المتبقي
		-	١٤	٩٥٣٣٧٩٠١٠	المجموع

المصدر: جدول (٤٨)

اكد اختبار (T-test) للمتغير المستقل (تكاليف النقل) ان قيمة (T) المحسوبة والبالغة (-٢,٧٧) هي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠١٧)، وللتحقق من معنوية النموذج تم اختبار (F-test) إذ أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج الثاني، ويعزز الثقة به وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٨,٤٢٠) هي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٤,٦٧) بمستوى معنوية (٠,٠٠٥) ودرجة حرية (١٣,١) جدول (٥٢)، اما المتغير المستقل (عدد المركبات) فقد بلغت قيمة (T) المحسوبة (٣,٥١٣) وهي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، إذ اثبت ذلك اختبار (F-test) إذ أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج ، ويعزز الثقة به وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (١٦,٥٦٧) هي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٤,٦٧) بمستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٣ ، ١) جدول (٥٣).

جدول (٥٢)

تحليل التباين للمتغير المستقل (تكاليف النقل) لمحصول الشلب في محافظة القادسية

مستوى المعنوية	القيمة الفائية	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	النموذج الثاني
٠,٠٠٥a	٨,٤٢٠	٢٧٨٣٤٧٦٣٤	١	٥٥٦٦٩٥٢٦٧	معامل التحديد
		٣٣٠٥٦٩٧٩	١٣	٣٩٦٦٨٣٧٤٣	المتبقي
		-	١٤	٩٥٣٣٧٩٠١٠	المجموع

المصدر: جدول (٤٨)

جدول (٥٣)

تحليل التباين للمتغير المستقل (عدد المركبات) لمحصول الشلب في محافظة القادسية

مستوى المعنوية	القيمة الفائية	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	النموذج الثاني
٠,٠٠٠a	١٦,٥٦٧	٢٦٠٢٠٣٦٣٤	١	٧٨٠٦١٠٩٠٣	معامل التحديد
		١٥٧٠٦١٩٢	١٣	١٧٢٧٦٨١٠٧	المتبقي
		-	١٤	٩٥٣٣٧٩٠١٠	المجموع

المصدر: جدول (٥٠)

للتحقق من قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المفسرة) لعملية تسويق محصول الشلب اعتمد على قيمة معامل التحديد المتعدد (R-square) الموضح في الجدول (٥٤)، وأظهر ان (٣٢%) من التقلبات التي تنتاب الكمية المسوقة لمحصول الشلب في منطقة الدراسة تعزى إلى المتغير (X<sub>1</sub>) الذي يمثل سعر الطن الواحد من المحصول وأن نسبة (٦٨%) تعزى إلى متغيرات أخرى تمكن النموذج من حصرها. اما المتغير (X<sub>2</sub>) الذي يمثل تكاليف النقل لمحصول الشلب في منطقة الدراسة والتي بلغت نسبة تأثيرها (٥٨%) اما المتغيرات الأخرى فبلغت نسبتها (٤٢%) وتعزى إلى متغيرات يتمكن النموذج من حصرها. وبلغت نسبة التقلبات التي تنتاب الكمية المسوقة من المحصول في منطقة الدراسة (٨٠%) تعزى إلى المتغير المستقل (X<sub>3</sub>) الذي يمثل عدد المركبات التي تنقل المحصول من مناطق الإنتاج إلى المراكز التسويقية، اما نسبة (١٨%) فتعزى اسبابها إلى متغيرات أخرى يتمكن النموذج من حصرها.

جدول (٥٤)

قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول الشلب في محافظة القادسية

تقدير الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل الارتباط	النموذج
٧٠٧٠,٧٠٧	٠,٢٦٦	٠,٥٦٤a	١
٥٧٤٩,٥٢٠	٠,٥١٥	٠,٧٦٤ a	٢
٣٩٦٣,١٠٤	٠,٧٦٩	٠,٩٠٥ a	٣

المصدر: بيانات الجدولين (٤٨ و ٤٩).

#### ٤. محصول الذرة الصفراء

لغرض الحصول على النتائج الوصفية والكمية التي تفسر العلاقة بين المتغير التابع (y) (الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء) والمتغيرات المستقلة (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>) المفسرة لتسويق ذلك المحصول الجدول (٥٥)، وعلى النحو الآتي:

أ. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على معامل الارتباط البسيط بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة المفسرة لتسويق محصول الذرة الصفراء في منطقة الدراسة:

يتضح من الجدول (٥٦) أن هناك علاقة موجبة بين الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء وسعر الطن الواحد من المحصول، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط والبالغة (٥٢٠) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يعني أنه كلما زاد سعر بيع الطن الواحد من المحصول زادت الكمية المسوقة، إذ يتطلب المحصول زيادة السعر لكي يتحمل تكاليف نقله وتسويقه إلى مراكز تسويقه خارج المحافظة وتحديداً في محافظة بابل، فضلاً عن تشجيع المزارعين بزراعة محصول الذرة الصفراء من خلال زيادة اسعاره، وهناك علاقة موجبة بين الكمية المسوقة من المحصول وتكاليف النقل وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط والبالغة (٠,٦٢٨) وبمستوى معنوية بلغ (٠,٠٥)، ويتضح أيضاً عدم ثبوت معنوية المتغير المستقل ( $X_3$ ) والذي يمثل عدد المركبات، ويدل على قلة الكميات المسوقة من المحصول والتي لا تتطلب اعداد كبيرة من المركبات.

جدول (٥٥) العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء ومجموعة المتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)

ت	الوحدات الإدارية	الكمية المسوقة	السعر	تكاليف النقل	عدد المركبات	اطوال الطرق
		Y	X1	X2	X3	X4
١	م. ق. الديوانية	٣٤	٤٥٠٠٠٠	١٨٠٠٠	١٨	٥٣
٢	ن. السنية	١٩٣	٤٨٠٠٠٠	١٥٠٠٠	٢٣	٢٥
٣	ن. الدغارة	٧٧١,١	٤٥٠٠٠٠	٢٠٠٠٠	٣٦	٣١
٤	ن. الشافعية	١٤٧	٤٠٠٠٠٠	٢٠٠٠٠	١٩	٥٦
٥	م. ق. عفك	٦٠٣,٧	٤٠٠٠٠٠	٢٥٠٠٠	٢١	١٩
٦	ن. سومر	٩٧٢,٥	٤٥٠٠٠٠	٢٣٠٠٠	١٧	١٨
٧	ن. نفر	٤٤٣,٣	٤٥٠٠٠٠	٢٣٠٠٠	٥٤	٧
٨	ن. البدير	١٤٣٠	٤٠٠٠٠٠	٢٥٠٠٠	٣٦	٥٢
٩	م. ق. الحمزة	١٦٤,٤	٣٥٠٠٠٠	١٨٠٠٠	٢٦	٣٥
١٠	ن. السدير	٢٧٦	٤٠٠٠٠٠	٢٠٠٠٠	٣٨	٥٣
١١	ن. الشنافية	١٨١	٣٦٠٠٠٠	٢٥٠٠٠	٤٥	٦٩
١٢	م. ق. الشامية	٠	٠	٠	٤٦	٣٦
١٣	ن. المهناوية	٠	٠	٠	٢٢	١٥
١٤	ن. الصلاحية	٠	٠	٠	١٦	٥
١٥	ن. غماس	٠	٠	٠	٧٣	٣١

المصدر: الباحث بالاعتماد على ملحق (٤).



جدول (٥٦) قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

مستوى المعنوي Sig.	قيمة معامل الارتباط Pearson	متغير النموذج		المتغير التابع Y
		المتغيرات المستقلة		
		اسم المتغير المستقل	الرمز	
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٥٢٠	سعر بيع الطن الواحد	X1	الكمية المسوقة من الذرة الصفراء
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٦٢٨	تكاليف نقل الطن الواحد	X2	
غير معنوي	-٠,٠٧٤	عدد مركبات نقل المنتجات	X3	
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٩٤٠	أطوال الطرق	X4	

المصدر: جدول (٥٥) \*correlation is sig ni faint at the 0.05 Level (1- tailed)

ب. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression): من خلال التحليل الكمي الموضح في الجدول (٥٦) تثبت وجود علاقة احصائية موجبة وبدرجة معنوية بين الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء والمتغير (X<sub>2</sub>) تكاليف النقل في حين لم تثبت معنوية بقية المتغيرات المستقلة التي شملتها الدراسة، لذلك فإن الأمر يتطلب تحديد العلاقة الكمية بين الكمية المسوقة من المحصول ومجموع المتغيرات المستقلة التي اثبت التحليل الكمي معنويتها بالتأثير في العملية التسويقية لمحصول الذرة الصفراء لذلك تم اعتماد أسلوب الانحدار المتعدد لتحديد أفضل نموذج لتقدير معلوماته من جهة وقدرته على التنبؤ المستقبلي من جهة أخرى. وعند استخدام البرنامج الاحصائي (SPSS)، وباستخدام طريقة (stepwise) حصلنا على نموذجين وتم اختيار النموذج الثاني كما موضح في الجدول (٥٧)، ويتضح منه ان هذا النموذج الثاني المختار ان هناك علاقة قوية وبدرجة معنوية عالية جداً بين المتغير التابع (y) الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء، والمتغير المستقل (تكاليف النقل)، وهذا اما اكده اختبار (T-test) للمتغير المستقل (تكاليف النقل) إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (٢,٩١٠) وهي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وللتحقق من معنوية النموذج المختار اعتمد اختبار (F-test) إذ أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج الثاني، ويعزز الثقة به وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٨,٤٧) هي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٤,٦٧) بمستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (١, ١٣) كما موضح بجدول تحليل التباين (ANOVA) (٥٨).

جدول (٥٧)

نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين ( $y$ ) الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء والمتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

النموذج الثاني	المعاملات القياسية		المعاملات القياسية	القيمة التائية	مستوى المعنوية Sig.
	B	الخطأ المعياري	بيتا		
الثابت	-٦٢,٥١٦	١٦٦,٤٩٩	٦٢٨	-٠,٣٧٥	٠,٧١٣
تكاليف النقل	٠,٠٢٧	٠,٠٠٩		٢,٩١٠	٠,٠١٢

المصدر: جدول (٥٦)

جدول (٥٨) تحليل التباين للمتغير المستقل (تكاليف النقل) لتسويق محصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية

النموذج الثاني	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية	مستوى المعنوية
معامل التحديد	٩٩٧٤٦٠,٨٦٦	١	٩٩٧٤٦٠,٨٦٦	٨,٤٧	٠,٠١٢a
المتبقي	١٥٣٠٩٦٠,٤٦٨	١٣	١١٧٧٦٦,١٩		
المجموع	٢٥٢٨٤٢١,٣٣٣	١٤	-		

المصدر: جدول (٥٧)

للتأكد من قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المفسرة) لعملية تسويق محصول الذرة الصفراء تم الاعتماد على قيمة معامل التحديد المتعدد ( $R$ -square) للنموذج الثاني كما يوضحه الجدول (٥٩)، إذ أكد أن نسبة (٣٩%) من التقلبات التي تنتاب الكمية المسوقة من محصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية تعزى إلى المتغير ( $X_2$ ) (تكاليف النقل) للمحصول المسوق وأن نسبة (٦١%) تعزى إلى متغيرات أخرى تمكن النموذج من حصرها.

جدول (٥٩)

قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول الذرة الصفراء في محافظة القادسية

معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	تقدير الخطأ المعياري
٠,٦٢٨a	٠,٣٩٤	٠,٣٤٨	٣٤٣,١٧١

المصدر: بيانات الجدولين (٥٧ و٥٨).

ثانياً: نموذج التحليل الإحصائي لتسويق محاصيل الفواكه والخضر:

١. محاصيل الفواكه والخضر الصيفية

تم تحديد وصياغة النموذج الإحصائي الخاص ببيانات محاصيل الفواكه والخضر الصيفية المسوقة في محافظة القادسية لغرض الحصول على النتائج الكمية التي تفسر العلاقة بين المتغير التابع (y) وهي الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية والمتغيرات المستقلة ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) المفسرة لتسويق تلك المحاصيل كما يوضحها الجدول (٦٠)، وعلى النحو الآتي:

جدول (٦٠)

العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية ومجموعة المتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) المفسرة لتسويق المحاصيل في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

ت	الوحدات الإدارية	الكمية المسوقة	السعر	تكاليف النقل	عدد المركبات	اطوال الطرق
		Y	X1	X2	X3	X4
١	م. ق. الديوانية	١٠٩١٧,٥	٥٥٠	١٥٠٠٠	١٨	٥٣
٢	ن. السنية	١٩٧١,٤	٥٠٠	١٢٠٠٠	٢٣	٢٥
٣	ن. الدغارة	٧٧٥٢	٥٥٠	١٥٠٠٠	٣٦	٣١
٤	ن. الشافعية	١٢٥٢	٦٠٠	١٣٠٠٠	١٩	٥٦
٥	م. ق. عفك	٩٢٨١,٢	٦٥٠	١٨٠٠٠	٢١	١٩
٦	ن. سومر	١٣٦٥٠	٥٠٠	١٥٠٠٠	١٧	١٨
٧	ن. نفر	١١٧١٩,٢	٥٥٠	١٥٠٠٠	٥٤	٧
٨	ن. البدير	٢٩٢٥,٨	٦٠٠	٢٠٠٠٠	٣٦	٥٢
٩	م. ق. الحمزة	١٤٧٤٠	٤٥٠	١٥٠٠٠	٢٦	٣٥
١٠	ن. السدير	٢٦٥٠,٩	٥٠٠	١٤٠٠٠	٣٨	٥٣
١١	ن. الشنافية	١٦٦٠,٦	٦٠٠	٢٠٠٠٠	٤٥	٦٩
١٢	م. ق. الشامية	٠	٠	٠	٤٦	٣٦
١٣	ن. المهناوية	٠	٠	٠	٢٢	١٥
١٤	ن. الصلاحية	٠	٠	٠	١٦	٥
١٥	ن. غماس	٠	٠	٠	٧٣	٣١

المصدر: الباحث بالاعتماد على ملحق (٤).

أ. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على معامل الارتباط البسيط بين المتغير التابع (Y) والمتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) المفسرة لتسويق محاصيل الفواكه والخضر الصيفية: يتضح من الجدول (٦١) أن هناك علاقة موجبة بين الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية وسعر بيع الطن الواحد منها، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط وبالبالغة (٠,٥٢٦) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يعني مدى أهمية القيمة النقدية وأسعار محاصيل الفواكه والخضر ، فضلاً عن ان المحافظة على سياسة سعرية متوازنة لهذه المحاصيل وهذا يفسر انه كلما استقرت الاسعار لتلك المحاصيل زادت الكميات المسوقة منها، وزيادة انتاجها وبالعكس فأن انخفاض الأسعار وعدم استقرارها يؤدي إلى عدم زراعة تلك المحاصيل مما يؤدي إلى قلة الكميات المسوقة منها.

جدول (٦١)

قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة محاصيل الفواكه والخضر الصيفية والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

مستوى المعنوي Sig.	قيمة معامل الارتباط Pearson	متغير النموذج		المتغير التابع Y
		المتغيرات المستقلة		
		اسم المتغير المستقل	الرمز	
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٥٢٦	سعر بيع الطن الواحد	X1	الكمية المسوقة من الفواكه والخضر الصيفية
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٥٥٣	تكاليف نقل الطن الواحد	X2	
غير معنوي	-٠,٢٣٦	عدد مركبات نقل المنتجات	X3	
غير معنوي	-٠,١٨٧	أطوال الطرق	X4	

المصدر: جدول (٦٠) \*correlation is sig ni faint at the 0.05 Level (1- tailed )

هناك علاقة موجبة بين الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية وتكاليف نقل الطن الواحد منها ، وهذا ما اكدته قيمة معامل الارتباط وبالبالغة (٠,٥٥٣) وبمستوى معنوية بلغ (٠,٠٥)، ويفسر لنا هذا التحليل الإحصائي بأن محاصيل الفواكه والخضر لا تتحمل تكاليف نقل عالية بسبب انخفاض أسعارها قياساً ببقية المحاصيل الزراعية مثل الحبوب ، فضلاً عن أن تكاليف نقل محاصيل الفواكه والخضر هي التي تحدد سعر المنتج في السوق الاستهلاكية فارتفاع تكاليف نقلها يسهم في زيادة اسعارها مما يؤثر على المستهلك النهائي لتلك المحاصيل.

ت. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression):  
 يتضح من الجدول (٦٢) ان النموذج الثاني المختار يشير إلى أن هناك علاقة احصائية موجبة وبدرجة معنوية عالية جداً بين المتغير التابع (y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية، والمتغير المستقل (تكاليف النقل)، وهذا اما اكده اختبار (T-test) للمتغير المستقل حيث ان قيمة (T) المحسوبة والبالغة (٢,٣٩١) وهي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا ما تحقق مع الواقع الفعلي والمنطق الجغرافي ، إذ ان ارتفاع تكاليف نقل محاصيل الفواكه والخضر الصيفية يؤثر حتماً على قلة الكميات المسوقة وبالعكس.

جدول (٦٢)

نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحاصيل في محافظة القادسية للمدة (٢٠٢١-٢٠١٨)

النموذج الثاني	المعاملات القياسية		المعاملات القياسية بيتا	القيمة التائية	مستوى Sig. المعنوية
	B	الخطأ المعياري			
الثابت ١	٦٠٦,٤١	٢٢٨٩,١٤٣	٠,٥٥٣	٠,٢٦٥	٠,٧٩٥
تكاليف النقل	٠,٤٠٤	٠,١٦٩		٢,٣٩١	٠,٠٣٣
الثابت ٢	٣٧١٤,٧٨٦	٢٣٢٠,٦٣٦	٠,٧٩١	١,٦٠١	٠,١٣٥
تكاليف النقل	٠,٥٧٧	٠,١٦		٣,٦١١	٠,٠٠٤
اطوال الطرق	١٥١,٥٣٢-	٦١,٧٦	٥٣٧-	٢,٤٥٤-	٠,٠٣

المصدر: جدول (٦١).

ومن النموذج الثاني المختار نلاحظ أن هناك علاقة احصائية عكسية (سالبة) بين المتغير التابع (y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية، والمتغير المستقل (X<sub>4</sub>) (أطوال الطرق)، وهذا يشير إلى أنه كلما قلت أطوال الطرق التي يتم نقل المحاصيل الزراعية من خلالها قلة الكمية المسوقة وبالعكس، وهذا اما اكده اختبار (T-test) إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (-٢,٤٥٤)، وهي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وللتحقق من معنوية النموذج المختار تم الاعتماد على اختبار (F-test) حيث أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج الثاني، ويعزز الثقة به وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٥,٧١٦) و(٦,٩٧٢) وهما أكبر بكثير من القيمة

الجدولية والبالغة (٤,٦٧) بمستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (١, ١٣) كما يوضحه الجدول (٦٣).

جدول (٦٣)

تحليل التباين للكميات المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية في محافظة القادسية

النموذج الثاني	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية	مستوى المعنوية
معامل التحديد	١٢٨٠٠٩٧٨٥,٨	١	١٢٨٠٠٩٧٨٥,٨	٥,٧١٦	٠,٠٣٣a
المتبقي	٢٩١١١٢٧٢٩	١٣	٢٢٣٩٣٢٨٦,٨٥		
المجموع	٤١٩١٢٢٥١٤,٨	١٤	-		
معامل التحديد	٢٢٥٢٦٢٨٢٩,٤	٢	١١٢٦٣١٤١٤,٧	٦,٩٧٢	٠,٠١٠b
المتبقي	١٩٣٨٥٩٦٨٥,٤	١٢	١٦١٥٤٩٧٣,٧٨		
المجموع	٤١٩١٢٢٥١٤,٨	١٤	-		

المصدر: جدول (٦١) و (٦٢).

للتأكد من قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المفسرة) لعملية تسويق محاصيل الفواكه والخضر الصيفية اعتمد على قيمة معامل التحديد المتعدد (R-square) للنموذج الثاني الموضح بالجدول (٦٤)، إذ يلحظ أن نسبة (٣١%) من التقلبات التي تتناوب الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية في محافظة القادسية تعزى إلى المتغير (X<sub>2</sub>) (تكاليف النقل) للمحاصيل المسوقة وأن نسبة (٦٩%) تعزى إلى متغيرات أخرى تمكن النموذج من حصرها. وبلغت نسبة التقلبات التي تتناوب الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الصيفية التي تعزى إلى المتغير (X<sub>4</sub>) (أطوال الطرق) بلغت (٥٤%) وأن نسبة (٤٦%) تعزى إلى متغيرات أخرى تمكن النموذج من حصرها.

جدول (٦٤) قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر

الصيفية في محافظة القادسية

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	تقدير الخطأ المعياري
١	٠,٥٥٣a	٠,٣٠٥	٠,٢٥٢	٤٧٣٢,١٥٥
٢	٠,٧٣٣a	٠,٥٣٧	٠,٤٦	٤٠١٩,٣٢٥

المصدر: بيانات الجدولين (٦٢ و ٦٣).

## ٢. محاصيل الفواكه والخضر الشتوية:

تم صياغة النموذج الإحصائي للبيانات الخاصة بمحاصيل الفواكه والخضر الشتوية المسوقة في محافظة القادسية كما موضح في الجدول (٦٥)، وظهرت النتائج على النحو الآتي:

أ. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على معامل الارتباط البسيط بين المتغير التابع (Y) والمتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) المفسرة لتسويق محاصيل الفواكه والخضر الشتوية:

يتضح من الجدول (٦٦) أن هناك علاقة موجبة بين الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الشتوية وتكاليف النقل، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط والبالغة (٠,٥٨٠) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، أي أنه كلما ارتفعت قيمتها كلما زادت الكمية المسوقة منها، في حين لم تثبت معنوية المتغيرات المستقلة ( $X_1, X_3, X_4$ ) (سعر بيع الطن الواحد وعدد المركبات وأطوال الطرق)، وذلك لان قيمة معامل الارتباط لها ضعيفة جداً إذ بلغت (-٠,٠٧١) و (-٠,١٣٨) و (-٠,٠١٨) لكل منها على الترتيب.

### جدول (٦٥)

العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الشتوية ومجموعة المتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

ت	الوحدات الإدارية	الكمية المسوقة	السعر	تكاليف النقل	عدد المركبات	اطوال الطرق
		Y	X1	X2	X3	X4
١	م. ق. الديوانية	١٣٦٧,٥	٣٥٠	١٣٠٠٠	١٨	٥٣
٢	ن. السنية	٨٧٠,٤	٤٠٠	١٠٠٠٠	٢٣	٢٥
٣	ن. الدغارة	٢٤١٣,٣	٤٥٠	١١٠٠٠	٣٦	٣١
٤	ن. الشافعية	١١٧٠	٥٠٠	١٢٠٠٠	١٩	٥٦
٥	م. ق. عفك	٣١٣٤,٧	٤٥٠	١٥٠٠٠	٢١	١٩
٦	ن. سومر	٣٥٣٦	٤٠٠	١٤٠٠٠	١٧	١٨
٧	ن. نفر	١٥٢٤	٤٠٠	١٤٠٠٠	٥٤	٧
٨	ن. البدير	٢٤٤٨,٣	٥٥٠	١٦٠٠٠	٣٦	٥٢
٩	م. ق. الحمزة	١٤٥٤,٣	٥٠٠	١٣٠٠٠	٢٦	٣٥
١٠	ن. السدير	١٥٠٧	٤٥٠	١٢٠٠٠	٣٨	٥٣
١١	ن. الشنافية	٩٢١	٥٥٠	١٥٠٠٠	٤٥	٦٩
١٢	م. ق. الشامية	٥٢٤,٥	٤٥٠	١٠٠٠٠	٤٦	٣٦
١٣	ن. المهناوية	١٧٥,٣	٥٠٠	١٢٠٠٠	٢٢	١٥
١٤	ن. الصلاحية	١٧٢	٤٠٠	١٠٠٠٠	١٦	٥
١٥	ن. غماس	١٠٨٩,١	٥٠٠	١٣٠٠٠	٧٣	٣١

المصدر: الباحث بالاعتماد على ملحق (٤).

جدول (٦٦)

قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الشتوية والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

مستوى المعنوي Sig.	قيمة معامل الارتباط Pearson	متغير النموذج		المتغير التابع Y
		المتغيرات المستقلة		
		اسم المتغير المستقل	الرمز	
غير معنوي	-٠,٠٧١	سعر بيع الطن الواحد	X1	الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الشتوية
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٥٨٠	تكاليف نقل الطن الواحد	X2	
غير معنوي	-٠,١٣٨	عدد مركبات نقل المنتجات	X3	
غير معنوي	-٠,٠١٨	أطوال الطرق	X4	

المصدر: جدولين (٦٤ و ٦٥) correlation is sig ni faint at the 0.05 Level (1- tailed)

أ. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression): يتضح من خلال النموذج الثاني المختار في الجدول (٦٧) أن هناك علاقة بدرجة معنوية عالية جداً بين المتغير التابع (y) الكمية المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الشتوية، والمتغير المستقل (تكاليف النقل)، حيث اكد اختبار (T-test) للمتغير المستقل حيث ان قيمة (T) المحسوبة والبالغة (٢,٥٦٧) هي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وللتحقق من معنوية النموذج الثاني المختار تم اعتمد على اختبار (F-test) إذ أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج الثاني، ويعزز الثقة به وذلك لأن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٦,٥٨٧) هي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٤,٦٧) بمستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (١، ١٣) كما يوضحه جدول تحليل التباين (٦٨). للتأكد من قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المفسرة) لعملية تسويق محاصيل الفواكه والخضر الشتوية في المحافظة اعتمد على قيمة معامل التحديد المتعدد (R-square) للنموذج الثاني الموضح بالجدول (٦٩)، وتبين أن نسبة (٣٤%) من التقلبات التي تتتاب الكمية المسوقة من تلك المحاصيل في المحافظة تعزى إلى المتغير المستقل (X<sub>2</sub>) (تكاليف النقل) للمحاصيل المسوقة وأن نسبة (٦٦%) تعزى إلى متغيرات أخرى تمكن النموذج من حصرها.



جدول (٦٧)

نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين ( $y$ ) الكمية المسوقة من محصول الحنطة والمتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

النموذج الثاني	المعاملات القياسية		المعاملات القياسية	القيمة التائية	مستوى المعنوية Sig.
	B	الخطأ المعياري	بيتا		
الثابت	-٢٣٥٥,٥٥٦	١٥١٣,١٢٧	٠,٥٨	١,٥٥٧-	٠,١٤٤
تكاليف النقل	٠,٣٠٣	٠,١١٨		٢,٥٦٧	٠,٠٢٣

المصدر: جدولين (٦٥ و ٦٦)

جدول (٦٨) تحليل التباين للمتغير المستقل (تكاليف النقل) لتسويق محاصيل الفواكه والخضر الشتوية في محافظة القادسية

النموذج الثاني	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية	مستوى المعنوية
معامل التحديد	٤٧٢٤٤٨٤,١٥٦	١	٤٧٢٤٤٨٤,١٥٦	٦,٥٨٧	٠,٠٢٣a
المتبقي	٩٣٢٤٠١٧,٢٧٣	١٣	٧١٧٢٣٢,٠٩٨		
المجموع	١٤٠٥٠٠٠٠	١٤	-		

المصدر: جدول (٦٥)

جدول (٦٩) قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محاصيل الفواكه والخضر الشتوية في محافظة القادسية

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	تقدير الخطأ المعياري
١	٠,٥٨٠a	٠,٣٣٦	٠,٢٨٥	٨٦٤,٨٩٦

المصدر: بيانات الجدولين (٦٦ و ٦٧).

ثالثاً: نموذج التحليل الاحصائي لتسويق محصول التمور:

يمكن صياغة النموذج الإحصائي للبيانات الخاصة بمحصول التمور المسوقة في محافظة القادسية كما يوضحه الجدول (٧٠) ومن خلال اخضاع هذه البيانات للتحليل الاحصائي باستخدام الحقيبة الاحصائية (SPSS) للحصول على النتائج الكمية التي تفسر العلاقة بين المتغير التابع ( $y$ ) وهي الكمية المسوقة من محصول التمور والمتغيرات المستقلة ( $X_1, X_2, X_3$ ) المفسرة لتسويق ذلك المحصول وعلى النحو الآتي:

جدول (٧٠) العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محصول التمور ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

ت	الوحدات الإدارية	الكمية المسوقة	السعر	تكاليف النقل	عدد المركبات	اطوال الطرق
		Y	X1	X2	X3	X4
١	م. ق. الديوانية	١٢٣٢,٤١	٤٠٠٠٠٠	١٣٠٠٠	١٨	٥٣
٢	ن. السنية	٧٧٣	٣٥٠٠٠٠	١٥٠٠٠	٢٣	٢٥
٣	ن. الدغارة	٤٠٦١,٥	٤٠٠٠٠٠	١٥٠٠٠	٣٦	٣١
٤	ن. الشافعية	١٧٠٨,٥٢	٣٦٠٠٠٠	١٢٠٠٠	١٩	٥٦
٥	م. ق. عفك	٩٥٦,٧٥	٣٥٠٠٠٠	١٨٠٠٠	٢١	١٩
٦	ن. سومر	٨٠٢,٧٨	٤٠٠٠٠٠	١٦٠٠٠	١٧	١٨
٧	ن. نفر	٢٨٦	٤٥٠٠٠٠	١٥٠٠٠	٥٤	٧
٨	ن. البدير	٣١٣,٧٣	٣٥٠٠٠٠	٢٠٠٠٠	٣٦	٥٢
٩	م. ق. الحمزة	١٨٣٨,١٢	٤٠٠٠٠٠	١٥٠٠٠	٢٦	٣٥
١٠	ن. السدير	١٤٣٨	٣٥٠٠٠٠	١٣٠٠٠	٣٨	٥٣
١١	ن. الشنافية	٤٣٩,١١	٣٥٠٠٠٠	١٨٠٠٠	٤٥	٦٩
١٢	م. ق. الشامية	٥٣٧٢,٥	٥٠٠٠٠٠	١٥٠٠٠	٤٦	٣٦
١٣	ن. المهناوية	٧١٢٠,٥	٤٥٠٠٠٠	١٤٠٠٠	٢٢	١٥
١٤	ن. الصلاحية	٦١١١,٦٣	٤٠٠٠٠٠	١٣٠٠٠	١٦	٥
١٥	ن. غماس	١١٩١٨	٤٥٠٠٠٠	١٧٠٠٠	٧٣	٣١

المصدر: الباحث بالاعتماد على ملحق (٤).

أ. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على معامل الارتباط البسيط بين المتغير التابع (Y)

والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق محصول التمور:

يتضح من الجدول (٧١) أن هناك علاقة موجبة بين المتغير التابع الكمية المسوقة من محصول التمور والمتغير المستقل سعر بيع الطن الواحد من المحصول، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط والبالغة (٠,٦١١) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، ويعد هذا مؤشراً لاعتماد سياسة دعم أسعار التمور وتخطيط وتنظيم واقتراح الآليات اللازمة للنهوض بعملية تسويق محصول التمور من المنتجين وتحديد أسعار الشراء للتمور المسوقة بأسعار مكافئة وفقاً لنوعية التمور وجودتها، ومن الجدول يتضح أيضاً عدم ثبوت معنوي للمتغيرات المستقلة (X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>) وذلك لان قيمة معامل الارتباط لها ضعيفة جداً إذ بلغت (-٠,١٠٨ و -٠,٤٢١ و -٠,٢٩٢) لكل منها على الترتيب.

جدول (٧١) قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول التمور والمتغيرات المستقلة (Xi) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

مستوى المعنوي Sig.	قيمة معامل الارتباط Pearson	متغير النموذج		المتغير التابع Y
		المتغيرات المستقلة		
		اسم المتغير المستقل	الرمز	
معنوي عند ٠,٠٥	*٠,٦١١	سعر بيع الطن الواحد	X1	الكمية المسوقة من التمور
غير معنوي	-٠,١٠٨	تكاليف نقل الطن الواحد	X2	
غير معنوي	-٠,٤٢١	عدد مركبات نقل المنتجات	X3	
غير معنوي	-٠,٢٩٢	أطوال الطرق	X4	

المصدر: جدول (٧٠) \*correlation is sig ni faint at the 0.05 Level (1- tailed)

ب. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression):  
تم اعتماد هذا الأسلوب الإحصائي لتحديد أفضل نموذج احصائي يجتاز الاختبارات الاحصائية المعتمدة في اختبار افضل نموذج لتقدير معلوماته من جهة وقدرته على التنبؤ المستقبلي من جهة أخرى. وعند استخدام البرنامج الاحصائي (SPSS)، وباستخدام طريقة (stepwise) حصلنا على نموذجين وتم اختيار النموذج الثاني كما موضح في الجدول (٧٢)، وتبين من النموذج المختار أن هناك علاقة بدرجة معنوية عالية بين المتغير التابع (y) الكمية المسوقة من محصول التمور، والمتغير المستقل (X<sub>1</sub>) حيث اكد اختبار (T-test) للمتغير المستقل حيث ان قيمة (T) المحسوبة والبالغة (٢,٧٨٥) هي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وللتحقق من معنوية النموذج المختار اعتمد على اختبار (F-test) إذ أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج الثاني، ويعزز الثقة به بأثبات قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٧,٧٥٤) وهي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٤,٦٧) بمستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٣، ١) كما موضح في جدول تحليل التباين (٧٣). ولتأكد من قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المفسرة) لعملية تسويق محصول التمور في محافظة القادسية بالاعتماد على قيمة معامل التحديد المتعدد (R-square) للنموذج الثاني المختار الموضح بالجدول (٧٤)، وتبين أن نسبة (٣٧%) من التقلبات التي تتاب الكمية المسوقة من المحصول في المحافظة تعزى إلى المتغير المستقل (X<sub>1</sub>) (سعر الطن الواحد المسوق) وأن نسبة المتغيرات الأخرى بلغت (٦٣%) يتمكن النموذج من حصرها.

جدول (٧٢)

نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محصول التمور والمتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

النموذج الثاني	المعاملات القياسية		القيمة الثانية	مستوى المعنوية Sig.
	B	الخطأ المعياري		
الثابت	-١٤١٦٧,٧٦٥	٦١٩١,١٣٤	-٢,٢٨٨	٠,٠٣٩
سعر الطن الواحد	٠,٠٤٣	٠,٠١٥	٢,٧٨٥	٠,٠١٥

المصدر: جدولين (٧٠ و ٧١)

جدول (٧٣)

تحليل التباين للكميات المسوقة من محصول التمور في محافظة القادسية

النموذج الثاني	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية	مستوى المعنوية
معامل التحديد	٥٨٥٠٨٢٦٤,٥٢	١	٥٨٥٠٨٢٦٤,٥٢	٧,٧٥٤	٠,٠١٥a
المتبقي	٩٨٠٩٦٧٩٢,٧٩	١٣	٧٥٤٥٩٠٧,١٣٧		
المجموع	١٥٦٦٠٥٠٥٧,٣	١٤	-		

المصدر: جدول (٧١)

جدول (٧٤)

قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محصول التمور في محافظة القادسية

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	تقدير الخطأ المعياري
١	٠,٦١١٠a	٠,٣٧٤	٠,٣٢٥	٢٧٤٦,٩٨١

المصدر: بيانات الجدولين (٧٢ و ٧٣).

رابعاً: نموذج التحليل الاحصائي لتسويق محاصيل العلف:

من خلال تحديد وصياغة النموذج الاحصائي للبيانات الخاصة بتسويق محاصيل العلف في محافظة القادسية وكما موضح بالجدول (٧٥) تم تفسير العلاقة بين المتغير التابع (Y) (الكمية المسوقة من محاصيل العلف) والمتغيرات المستقلة (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>) المفسرة لتسويق تلك المحاصيل في المحافظة وعلى النحو الآتي:

أ. نتائج التحليل الكمي الوصفي بالاعتماد على معامل الارتباط البسيط (معامل بيرسون Pearson) بين المتغير التابع والمتغيرات المفسرة لتسويق محاصيل العلف:

يلحظ من الجدول (٧٦) وجود علاقة موجبة بين الكمية المسوقة من محاصيل العلف والمتغير المستقل (سعر الطن الواحد) من المحاصيل، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط

والبالغة (٠,٥٨٠) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يعني أنه كلما زاد سعر بيع الطن الواحد من محاصيل العلف زادت الكمية المسوقة منها، وهذا يعني ان الأسعار المجزية لبيع محاصيل العلف تشكل عامل مهم لدعم المزارعين بزيادة إنتاج محاصيل العلف من خلال زيادة المساحة المزروعة وسد تكاليف إنتاج هذه المحاصيل من خلال توفير مستلزمات زراعتها من بذور واسمدة وتحضير الأرض الزراعية،

جدول (٧٥) العلاقة بين المتغير المعتمد (Y) الكمية المسوقة من محاصيل العلف ومجموعة المتغيرات المستقلة (Xi) المفسرة لتسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

ت	الوحدات الإدارية	الكمية المسوقة	السعر	تكاليف النقل	عدد المركبات	اطوال الطرق
		Y	X1	X2	X3	X4
١	م. ق. الديوانية	٣٠٨	٢٠٠٠٠	١٠٠٠٠	١٨	٥٣
٢	ن. السنينة	١٩٨٥,٥	١٨٠٠٠	١١٠٠٠	٢٣	٢٥
٣	ن. الدغارة	٩٠٨,٧	١٥٠٠٠	٨٠٠٠	٣٦	٣١
٤	ن. الشافعية	١٢٠٧,٣	١٨٠٠٠	٧٠٠٠	١٩	٥٦
٥	م. ق. عفك	٢٩٧١,٣	١٦٠٠٠	١٠٠٠٠	٢١	١٩
٦	ن. سومر	١٠٦٣,١	١٥٠٠٠	٨٠٠٠	١٧	١٨
٧	ن. نفر	١٢٠٧,٤	١٧٠٠٠	٩٠٠٠	٥٤	٧
٨	ن. البدير	٧٢٥,١	١٨٠٠٠	١٠٠٠٠	٣٦	٥٢
٩	م. ق. الحمزة	٢٥٧٤,٦	١٧٠٠٠	٨٠٠٠	٢٦	٣٥
١٠	ن. السدير	١٢٣٥,٧	٢٠٠٠٠	٩٠٠٠	٣٨	٥٣
١١	ن. الشنافية	٤٤١٢	١٨٠٠٠	٨٠٠٠	٤٥	٦٩
١٢	م. ق. الشامية	٠	٠	٠	٤٦	٣٦
١٣	ن. المهناوية	٠	٠	٠	٢٢	١٥
١٤	ن. الصلاحية	٠	٠	٠	١٦	٥
١٥	ن. غماس	٠	٠	٠	٧٣	٣١

المصدر: الباحث بالاعتماد على ملحق (٤).

في حين اشار معامل الارتباط إلى وجود علاقة موجبة بين الكمية المسوقة من محاصيل العلف والمتغير المستقل (تكاليف نقل الطن الواحد) من المحاصيل ذاتها، وهذا ما أكدته قيمة معامل الارتباط والبالغة (٠,٥٦٥) وبمستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يعني أنه كلما حصل انخفاض في تكاليف النقل زادت الكمية المسوقة لتلك المحاصيل وبالعكس ويعزى سبب ذلك إلى طبيعة محاصيل العلف (الجت والبرسيم) التي يطلق عليها الاعلاف الخضراء التي تتميز بثقل

وزنها لذا فهي تحتاج إلى تكاليف نقل منخفضة تتناسب مع اسعار بيع تلك المحاصيل ، في حين لم تثبت معنويات المتغيرات الأخرى ( $X_3, X_4$ ) متمثلة ب(عدد المركبات وأطوال الطرق) والتي بلغت قيم معامل ارتباطها (-0,056 و-0,338) لكل منهما على الترتيب.

جدول (٧٦) قيم معامل الارتباط البسيط (معامل Pearson) للعلاقة بين (Y) الكمية المسوقة من محاصيل العلف والمتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

مستوى المعنوي Sig.	قيمة معامل الارتباط Pearson	متغير النموذج		المتغير التابع Y
		المتغيرات المستقلة		
		اسم المتغير المستقل	الرمز	
معنوي عند 0,05	*0,580	سعر بيع الطن الواحد	X1	الكمية المسوقة من الاعلاف
معنوي عند 0,05	*0,065	تكاليف نقل الطن الواحد	X2	
غير معنوي	-0,056	عدد مركبات نقل المنتجات	X3	
غير معنوي	-0,338	أطوال الطرق	X4	

المصدر: جدول (٧٥) \*correlation is sig ni faint at the 0.05 Level (1- tailed)

ب. نتائج التحليل الكمي بالاعتماد على تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression):  
يتضح من الجدول (٧٧) ان هناك علاقة بدرجة معنوية عالية بين المتغير التابع (Y) الكمية المسوقة من محاصيل العلف، والمتغير المستقل (سعر بيع الطن الواحد)، حيث اكد اختبار (T-test) للمتغير المستقل ان قيمة (T) المحسوبة والبالغة (٢,٥٦٧) هي أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (٢,١٤) وبمستوى معنوية (0,05)، وللتحقق من معنوية العلاقة بين المتغير التابع والمتغير المستقل تم اعتماد اختبار (F-test) إذ أكد هذا الاختبار على أهمية وواقعية ومعنوية المتغيرات التي تضمنها النموذج الثاني المختار، ويعزز الثقة به من خلال قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٦,٥٩٢) وهي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (٤,٦٧) بمستوى معنوية (0,05) ودرجة حرية (١, ١٣) كما موضح بجدول تحليل التباين (٧٨).

للتأكد من قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (المفسرة) لعملية تسويق محاصيل العلف في محافظة القادسية اعتمد على قيمة معامل التحديد المتعدد (R-square) للنموذج الثاني المختار الموضح بالجدول (٧٩)، إذ تبين أن نسبة (٣٤%) من التقلبات التي تتاب الكمية المسوقة من

المحاصيل في منطقة الدراسة تعزى إلى المتغير المستقل ( $X_1$ ) (سعر الطن الواحد المسوق) من المحاصيل ذاتها، وأن نسبة (٦٦%) تعزى إلى متغيرات أخرى يتمكن النموذج من حصرها.

جدول (٧٧)

نموذج الانحدار الخطي المتعدد للعلاقة بين ( $y$ ) الكمية المسوقة من محاصيل العلف والمتغيرات المستقلة ( $X_i$ ) المفسرة لعملية تسويق المحصول في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١)

النموذج الثاني	المعاملات القياسية		المعاملات القياسية	القيمة التائية	مستوى المعنوية Sig.
	B	الخطأ المعياري	بيتا		
الثابت	٧٢,٠٢٩	٥٣٣,٤٦٦	٠,٥٨	٠,١٣٥	٠,٨٩٥
سعر الطن الواحد	٠,٠٠٩	٠,٠٠٤		٢,٥٦٧	٠,٠٢٣

المصدر: جدول (٧٥ و ٧٦)

جدول (٧٨)

تحليل التباين للمتغير المستقل (سعر الطن الواحد) من محصول التمور في محافظة القادسية

النموذج الثاني	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية	مستوى المعنوية
معامل التحديد	٧٦٧٨٨٩٥,٦٢٦	١	٧٦٧٨٨٩٥,٦٢٦	٦,٥٩٢	٠,٠٢٣a
المتبقي	١٥١٤٤٣٦٥,٢١	١٣	١١٦٤٩٥١,١٧		
المجموع	٢٢٨٢٣٢٦٠,٨٤	١٤	-		

المصدر: جدول (٧٥ و ٧٦)

جدول (٧٩)

قيم معامل التحديد المتعدد للكميات المسوقة من محاصيل العلف في محافظة القادسية

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	تقدير الخطأ المعياري
١	٠,٥٨٠٠a	٠,٣٣٦	٠,٢٨٥	١٠٧٩,٣٢٩٠٤

المصدر: بيانات الجدولين (٧٧ و ٧٨).

## الفصل الخامس

المشكلات التي تواجه تسويق الانتاج الزراعي النباتي  
في محافظة القادسية وسبل تميمتها

### المبحث الاول

المشكلات التي تواجه تسويق الانتاج الزراعي النباتي  
في محافظة القادسية

### المبحث الثاني

الآفاق المستقبلية لتنمية عمليات تسويق الانتاج  
الزراعي النباتي في محافظة القادسية



## المبحث الاول

## المشكلات التي تواجه تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية

استهلال :

يعد التسويق الزراعي العامل الاساس لاستمرارية التعامل في انتاج اي محصول من عدمه وعليه فان الاهتمام بهذا الجانب من الامور الهامة التي تأخذ جانباً كبيراً من اعداد البرامج والخطط من اجل نجاح العملية التسويقية وحصول المنتجين على حد سواء من عوائد مناسبة والتي تجعلهم يستمرون في هذا النشاط.

من خلال الاستعراض السابق لتسويق الانتاج الزراعي النباتي في منطقة الدراسة اتضح ان العمليات التسويقية للمحاصيل الزراعية تواجه جملة من المشكلات والمعوقات التي تساهم الى حد بعيد في انخفاض كفاءة ادائها وفي اتساع الفجوة بين ما يحققه المنتجون من مردود وعائدات وبين ما يدفعه المستهلكون مقابل حصولهم على هذه المحاصيل الزراعية، ان دراسة هذه المشكلات وتحليلها يكتسب اهمية بالغة في اعادة توجيه مسار عمليات تسويق للإنتاج الزراعي النباتي في منطقة الدراسة، ويمكن اجمال تلك المشكلات على وفق التركيب المحصولي على النحو الآتي:

اولاً: المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الحبوب :

## ١. المشكلات المتعلقة بشبكة طرق النقل :

تعد عملية النقل من الركائز الاساسية التي تستند عليها العملية التسويقية برمتها.<sup>(١)</sup> فهو يعمل على توسيع دائرة المنتجات الزراعية، فلم يعد المنتج مرتبط انتاجه بالسوق المحلية بل أخذ بنظر الاعتبار سد حاجة السوق البعيدة وبذلك يعمل النقل على اضافة المنفعة المكانية لمختلف المحاصيل الزراعية لأنه يجعلها ميسورة في المكان الذي يبلغ الطلب فيه اقصاه.<sup>(٢)</sup> ان توفير شبكة مرنة من طرق النقل وبتجاهات مختلفة ووسائل نقل ذات كفاءة عالية يتيح وصول الانتاج الزراعي الى مناطق تسويقية واستهلاكية بكلفة ووقت وجهد وفاقداً اقل، لذا يعد وجود شبكة واسعة وجيدة من الطرق المعبدة بشكل فني وحديث والتي لا تتأثر بتقلبات الظروف

(١) يوسف محمد سلطان، جغرافية النقل والتجارة الدولية، مطبعة جامعة البصرة، ١٩٩٨، ص ٤.

(٢) محمد رمضان محمد، التحليل المكاني للمشكلات الزراعية في قضاء ابي الخصيب، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة البصرة، ٢٠٠٥، ص ٢٠٧.

الجوية، يصاحب ذلك وسائل نقل حديثة ومتنوعة ومتطورة لنقل مختلف أنواع محاصيل الحبوب لاسيما اذا كانت المسافات التي يلزم قطعها للوصول الى المراكز التسويقية تستغرق وقتاً طويلاً فان ذلك سيقلل من حجم الهامش التسويقي الذي يضاف على اسعار محاصيل الحبوب المسوقة، اما اذا انعدمت او انخفضت كفاءة طرق ووسائل النقل فالأمر يصبح بالغ الأهمية لاسيما بالنسبة الى تسويق محاصيل الحبوب مما يجعل مناطق انتاج المحاصيل في عزلة عن مراكز التسويق الرئيسية لتلك المحاصيل وتحول مناطق انتاج محاصيل الحبوب الى انتاج منخفض لغرض الاستهلاك المحلي والاكتفاء الذاتي، وهذا ينعكس على البعد المكاني في العملية التسويقية لمحاصيل الحبوب ففي حالة قيام المزارعين بإنتاج كميات كبيرة من محاصيل الحبوب فانهم يضطرون الى بيع المحاصيل في الحقول الزراعية وبأسعار زهيدة او يقايضون عليها بسلع اخرى مما يجعل المزارعين خاضعين لسيطرة الوسطاء وتجار الجملة الذين يذهبون الى مناطق انتاج محاصيل الحبوب وشرائها ونقلها الى مخازنهم الخاصة وجني الارباح لحسابهم مما يسبب الاضرار بأحد اطراف العملية التسويقية.<sup>(١)</sup>

ان شيوع الطرق غير المعبدة في منطقة الدراسة فضلاً عن رداءة ووعورة الطرق الترابية يعد من المعوقات المؤثرة في تسويق محاصيل الحبوب وخاصة في موسم الشتاء الممطر وتحول الطرق الترابية الى (اوحال) بعد سقوط الامطار مما ينعكس على زيادة تكاليف نقل المحاصيل وزيادة الهوامش التسويقية وحصول المزارع على النسبة الاقل من الارباح قياساً بتكاليف انتاج محاصيل الحبوب، كما ان معظم المزارعين في منطقة الدراسة لا يملكون واسطة نقل خاصة بنقل محاصيل الحبوب في موسم حصادها التي تحتاج الى وسائل نقل ذات حمولات كبيرة تتراوح بين (٥ - ٤٠ طناً)، وهذا يتيح الفرصة امام مالكي وسائل نقل محاصيل الحبوب المستأجرة من قبل المزارعين بفرض اسعار نقل مرتفعة للطن الواحد بسبب رداءة طرق النقل مما يؤدي الى زيادة الهامش التسويقي للمحصول وبذلك يقل ربح المزارعين بسبب ارتفاع اجور النقل.<sup>(٢)</sup>

## ٢. ضعف الخدمات التسويقية عند تسلم محاصيل الحبوب من المزارعين :

بعد اجراء عمليات حصاد محاصيل الحبوب فان عمليات خزن المحاصيل وخدمات ما بعد الحصاد تعد من الخطوات المهمة جداً في الانتاج، ان العمليات والجهود الكبيرة التي رافقت

(١) منصور حمدي ابو علي، الجغرافية الزراعية، مصدر سابق ، ص ١٦٦.

(٢) الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع المزارع غازي عبادي عبدان في ناحية السدير بتاريخ ٢٤/٥/٢٠٢٣

زراعة المحصول ولحين عملية الحصاد قد تنتهي بكارثة زراعية اثناء عملية خزن الانتاج والمخازن الخاصة لخزن المحاصيل لابد ان تكون معدة بشكل جيد لاستقبال الناتج الزراعي والمحافظة عليه طيلة فترة التخزين فالظروف البيئية للمخازن من حيث درجات الحرارة اللازمة لخزن المحصول ودرجة الرطوبة والتهوية وخلوها من الحشرات الضارة والاصابات المرضية تعد من اهم العوامل والشروط التي تتطلبها عملية خزن المحصول المسوق.

ان التخزين الجيد من اهم متطلبات عمليات تسويق المحصول لتأمين تزويد الاسواق بهذا المحصول حسب الطلب وعلى مدار السنة او السنوات القادمة كما ان الخزن الجيد لابد من ان يحافظ على النوعية الغذائية وكذلك الحيوية بالنسبة للبذور والحبوب وعدم تعرض المخزون للإصابة الفطرية والحشرية او التعفن بسبب نسبة الرطوبة، كذلك اجراء عمليات وقائية مثل عمليات التعفير وتنظيف المحصول من بذور الادغال والشوائب بمختلف انواعها وحياتاً تدرج المحصول حسب الحجم او الوزن او الاضرار وغيرها من عمليات ما بعد الحصاد والتي تصل احياناً الى استخدام المواد الكيميائية لحفظ المحصول واطالة فترة تخزينه الى موعد التسويق.

ان عمليات تسويق محاصيل الحبوب وخزنها في منطقة الدراسة تعد غير كافية او متطورة للاستجابة الى متطلبات السوق المحلية ومعالجة الازمات الناتجة من قلة الانتاج او تعطيل استيراد محاصيل الحبوب بسبب الكوارث الطبيعية او الصراعات العالمية من حروب او مقاطعات سياسية .

يعد تخلف الجانب التسويقي لمحاصيل الحبوب في منطقة الدراسة من المشاكل المزمنة التي لم تعالج بشكل سليم، فعند زيادة معدلات الانتاج المحلي لمحاصيل الحبوب منها الحنطة والشعير والشلب فلا تجد مخازن كافية لاستيعاب هذه المنتجات مما يؤدي الى تركها في العراء. لذا فان الحاجة قائمة لبناء سياسة تسويقية متطورة تلبي احتياجات المحافظة وتوزيع المخازن والسايلوات على عموم الوحدات الادارية في منطقة الدراسة والحد من مشكلة الزخم في مداخل السايلوات، وهذا ناتج من ضعف الاجراءات الروتينية الادارية وتخلف بعض الوظائف التسويقية عند تسلم المحاصيل من المزارعين المسوقين، فضلاً عن ضعف الطاقة الاستيعابية لهذه المؤسسات التسويقية.

### ٣. عدم كفاية وكفاءة المنافذ التسويقية :

ان قلة عدد السايلاوات ومراكز تسليم محاصيل الحبوب في منطقة الدراسة وتآكل بنايات السايلاوات وخصوصاً سايلو الديوانية وسايلو الشامية لانتهاؤ عمرها الافتراضي وقلة الطاقات الخزنانية اثناء مدة تسلّم محاصيل الحبوب الأمر الذي ما أدى الى استخدام (البنّاكر) الوقتية ومخازن الحبوب المكشوفة كأحد الحلول لمشكلة تسويق المحاصيل هي احدى المعوقات التي تواجه تسويق الحبوب مما يعمل على تأخر الاستلام للمحصول.

### ٤. تأخير استلام مستحقات المزارعين المالية بعد التسويق:

يعاني مزارعون منطقة الدراسة من مشكلة تأخير استلام مستحقاتهم المالية وذلك كان سبب في دفع نسبة كبيرة منهم لتسويق جزء او كل حاصلهم الى تجار الجملة رغم فارق السعر الكبير، وهذا يعني ذهاب الجزء الاكبر من الدعم الذي تقدمه الدولة بزيادة اسعار محاصيل الحبوب المسوقة الى تجار الجملة الذين يقومون بمهمة تسويق محاصيل الحبوب بعد شرائها من المزارعين بأسعار منخفضة وبيعها وتسويقها الى المراكز التسويقية الحكومية، ويعود سبب ذلك الى تفشي الفساد الاداري في المراكز التسويقية، مما يعرض المزارعين لخسارة جزء مهم من استحقاقاتهم وذهابها الى جيوب تجار الجملة، ولهذه المشكلة آثار سلبية على تنفيذ الموسم الزراعي اللاحق بسبب تأخر المزارعين من تهيئة الارض الزراعية من حراثة وتعديل وتوفير البذور والاسمدة بما يجعل المزارع عاجزاً من توفير اجور العمليات الزراعية التي تحتاجها زراعة محاصيل الحبوب مما قد يدفعه الى الاقتراض وتقليص المساحات الزراعية المخطط تنفيذها، فضلاً عما يتسبب للمزارعين من مشاكل معيشية بسبب عدم صرف المستحقات المالية في مواعيدها المحددة.

### ٥. اعتماد غلة الدونم في تحديد محاصيل الحبوب المسوقة:

تعد هذه المشكلة من المشاكل التي يعاني منها المزارعون في منطقة الدراسة من خلال ما يتم تحديده من الانتاج لمحاصيل الحبوب المسوقة الى المراكز التسويقية والتي تحدد فيها مساحة الارض المزروعة وتقدير كمية المنتج او المحصول المسوق فاذا ارتفعت غلة الدونم وازداد حجم المحصول فلا يستقبل اي محصول فائض عن الخطة الزراعية.<sup>(١)</sup>

(١) الدراسة الميدانية، مقابلة شخصية مع المهندس حيد محمد أمين، مدير شعبة ناحية الشناقية بتاريخ ٢٠٢٢/٦/٢.

وفي حال الزيادة في الانتاج لمحاصيل الحبوب يلجأ الفلاح الى تسويق المتبقي من الانتاج الى تجار القطاع الخاص وبأسعار اقل مما تسبب له خسارة مادية وهذا يشمل محصولي (الحنطة والشلب)، اما محصولي (الشعير والذرة الصفراء) فأسعارها مجزية في السوق بسبب استخدامها كأعلاف للثروة الحيوانية.

يلحظ من الجدول (٨٠) والشكل (١٨) تباين اعداد ونسب المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الحبوب في منطقة الدراسة، اذ بلغ عدد المزارعين الذين يعانون من مشكلة (تأخير تسليم مستحقات المزارعين المالية بعد التسويق) (٢١٣ مزارعاً) بنسبة (٤٣,٤٦%) وتأتي بالمرتبة الاولى، وهذا يعني ان لهذه المشكلة آثار سلبية على المزارعين تمثل في عدم أيفاء المزارعين بالمستحقات المالية من (بذور وأسمدة وعمليات حصاد) لاسيما ان اغلب المزارعين لديهم التزامات مع اصحاب المكاتب الخاصة بتجهيز مستلزمات الانتاج، لذا يعد تأخر استلام المستحقات المالية من المشاكل التي يتأثر بها الموسم الزراعي اللاحق، أما مشكلة (عدم كفاية المنافذ التسويقية)، فجاءت بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عدد المزارعين الذين يعانون منها (٩٤ مزارعاً) وبنسبة (١٩,١٩%)، اذ افتقر تسويق محاصيل الحبوب (الحنطة، الشلب، الشعير) على سايلو الديوانية وسايلو الشامية والمجمع المخزني في الديوانية، ومراكز تسويقية وقتية في (غماس، مركز قضاء عفاك، والبدير)،

تأتي ثالثاً مشكلة (ضعف الخدمات التسويقية) اذ بلغ عدد المزارعين لعينة الدراسة لهذه المشكلة (٨٧ مزارعاً) بنسبة (١٧,٧٥%)، ويعزى سبب هذه المشكلة الى ضعف الاجراءات والروتين في تسلم المحصول المسوق وقلة العاملين في المختبرات، وتأتي رابعاً مشكلة (ضعف كفاءة طرق النقل). اذ بلغ عدد المزارعين الذين يعانون من هذه المشكلة (٦٨ مزارعاً) بنسبة (١٣,٨٧%) وهذا يعني زيادة اسعار نقل المحاصيل الزراعية المسوقة مع بعد المسافة وهذا ناتج من عدم وجود مراكز تسويقية قريبة من مناطق انتاج محاصيل الحبوب خصوصاً في مركز قضاء الحمزة وناحية الشنافية، وناحية الدغارة والبدير واقتصارها على مركز قضاء الديوانية ومركز قضاء الشامية. وتأتي خامساً مشكلة (اعتماد غلة الدونم في تحديد محاصيل الحبوب المسوقة)، اذ بلغ عدد المزارعين الذين يعانون هذه المشكلة (٢٨) بنسبة (٥,٧٣%) وهذا يعني تحديد وزارة الزراعة ممثلة بمديرية زراعة محافظة القادسية غلة الدونم الواحد مسبقاً في وقت

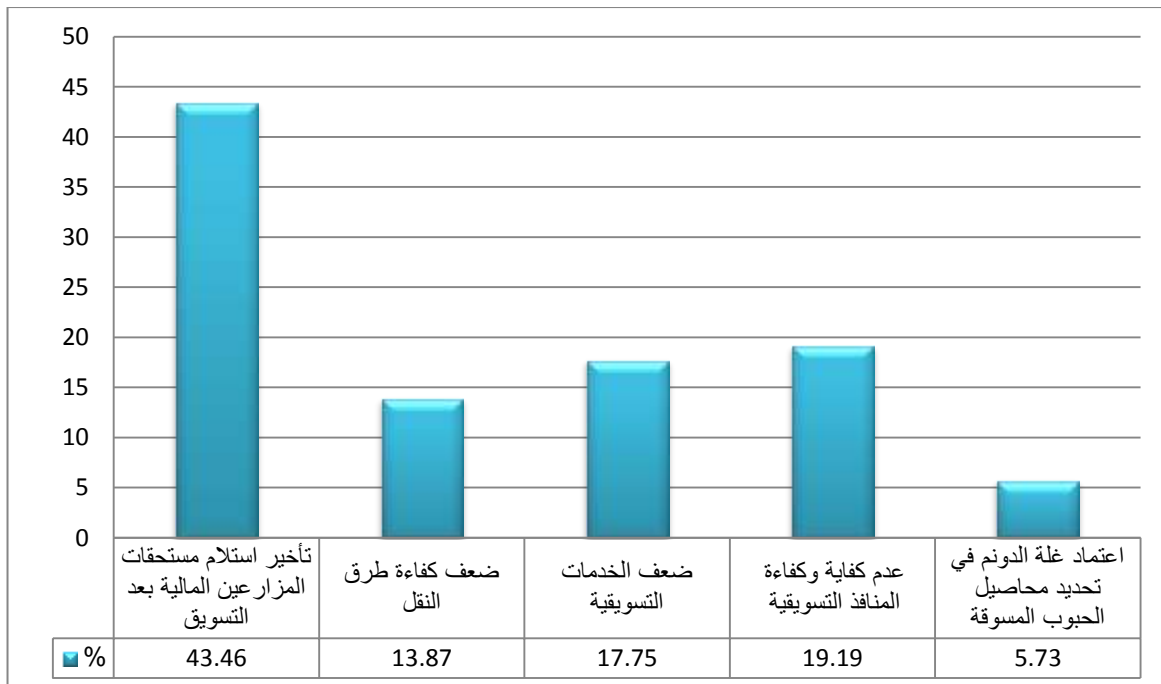
اعداد الخطة الزراعية دون مراعاة للأراضي الخصبة وزيادة الانتاج نتيجة لتحسن الظروف الملائمة لزراعة المحصول وزيادة انتاجه.

جدول (٨٠) التباين النسبي للمشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الحبوب في محافظة القادسية لعينة الدراسة عام ٢٠٢٢

اهميتها النسبية %	عدد المزارعين الذين يعانون منها	نوع المشكلة
٤٣,٤٦	٢١٣	تأخير استلام مستحقات المزارعين المالية بعد التسويق
١٩,١٩	٩٤	عدم كفاية المنافذ التسويقية
١٧,٧٥	٨٧	ضعف الخدمات التسويقية
١٣,٨٧	٦٨	ضعف كفاءة طرق النقل
٥,٧٣	٢٨	اعتماد غلة الدونم في تحديد محاصيل الحبوب المسوقة
%١٠٠	٤٩٠	المجموع الكلي

المصدر: الدراسة الميدانية، استمارة الاستبانة، المحور الخامس

شكل (١٨) التباين النسبي للمشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الحبوب في محافظة القادسية لعينة الدراسة عام ٢٠٢٢



المصدر: بالاعتماد على بيانات جدول (٨٠).

ثانياً: المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الفواكه والخضر:

#### ١. ضعف الخدمات التسويقية والبنية التحتية المساعدة:

تعاني المراكز التسويقية لمحاصيل الفواكه والخضر في منطقة الدراسة من ضعف وقلة العناية بالعمليات التي تتطلبها الوظيفة التسويقية عبر مراحلها المتمثلة بخدمات الفرز والتعبئة والترويج والنقل والخرن والتوزيع، اذ تعتمد عملية تعبئة المحاصيل الزراعية على طرائق بدائية تقتصر الى نظام التعبئة الجيدة للمنتجات الزراعية المتمثلة في اكياس وصناديق بلاستيكية وخشبية لما لها من أهمية في المحافظة على جودة نوعية المحاصيل وجودتها وحمايتها من التلف ووصولها الى المستهلك النهائي بشكل جيد، فضلاً عن ان عملية تعبئة المحصول تشكل عملية جذب والاقبال على شراء المحصول وزيادة اسعاره، لذا يلجأ المستهلكون لشراء المحاصيل المستوردة بسبب الاهتمام بنظام تعبئتها.

اما نقل محاصيل الفواكه والخضر في منطقة الدراسة فهي تعاني من مشكلات رداءه طرق النقل الريفية التي مازالت طرق ترابية غير معبدة اذ تؤثر في العملية التسويقية للمحاصيل الزراعية مما يسبب ارتفاع تكاليف نقل المحصول وزيادة نسبة تلف المحاصيل المسوقة لانها تحتاج الى وقت اكثر اثناء تسويقها من مناطق انتاجها الى المراكز التسويقية.

تؤثر نوعية واسطة النقل في العملية التسويقية لمحاصيل الخضر نتيجة لعدم وجود وسائط نقل متخصصة بنقل وتسويق المحاصيل الزراعية بحسب نوعية المحصول اذ تحتاج هذه المحاصيل الى وسائط نقل مبردة وسريعة لحمايتها من التلف وسرعة وصولها طازجة الى المراكز التسويقية الخاصة بها.

وتتأثر عملية تسويق محاصيل الفواكه والخضر في منطقة الدراسة بقلة الكوادر الفنية التي تمتلك الخبرة بنقل وتسويق المحاصيل الزراعية، اذ ان مالكي وسائط النقل الحوضية التي يتم بها تسويق المحاصيل غير متخصصين بنقل المحاصيل الزراعية فقط، بل تعمل بنقل مواد اخرى لاسيما مواد البناء وغيرها، مما أثر سلباً في العملية التسويقية، وتلف كميات كبيرة من المحصول المسوق بسبب قلة خبرة مالكي واسطة النقل في تسويق محاصيل الفواكه والخضر.

تعاني المؤسسات التسويقية في منطقة الدراسة من قلة الوسائل الخاصة بتخزين وحفظ محاصيل الفواكه والخضر، اذ لا تتوفر بأسواق الجملة (العلاوي) او اسواق التجزئة وسائل

تخزين مبردة تحافظ على جودة ونوعية المحصول مما يؤدي الى مخاطر تلف المحاصيل لأسباب طبيعية كارتفاع درجات الحرارة في فصل الصيف وتأثير الرياح والحشرات، كذلك انخفاض درجات الحرارة في فصل الشتاء وموسم سقوط الامطار الذي يتطلب وجود مخازن للمحافظة على المحاصيل الزراعية من مياه الامطار التي تؤدي الى تلف المحاصيل.

اما خدمات الإعلان والترويج في منطقة الدراسة فهي ضعيفة في مؤسسات تسويق المحاصيل الزراعية اذ لا يوجد جانب اعلامي يبين طبيعة المحاصيل الزراعية والترويج لها واكتفاء هذه المراكز التسويقية بتسويق المحاصيل الزراعية داخل حدود المحافظة الادارية وقلة مساهمتها بتسويق المحاصيل خارج حدود المحافظة، باستثناء مركز تسويق محاصيل الفواكه والخضر في الديوانية الذي يجهز قسم من المنتجات الزراعية الفائضة عن حاجة المحافظة الى المحافظات المجاورة .

### ٢. البيع خارج المراكز التسويقية :

يعد البيع خارج المراكز التسويقية من ابرز المشكلات التي تواجه اسواق بيع محاصيل الفواكه والخضر، اذ ان عملية البيع خارج السوق لا تخضع الى الشروط الصحية من حيث الخزن وسلامة وجودة المحاصيل الزراعية المعروضة مما يسبب مشكلات لتجار بيع محاصيل الخضر التي يحتاجها المستهلكون وتباع بأسعار مقاربة الى اسعار بيع الجملة وهذا ما يجعل تنافس شديد بين هذه الاماكن غير المرخصة وبين المراكز التسويقية والاسواق المرخصة، اذ تكون نسبة ربح الباعة المتجولين اعلى من نسب ارباح تجار الجملة احياناً وسبب ذلك يعود لعدة عوامل اهمها البيع في مواقع حول الطرق الرئيسية ومداخل الاحياء السكنية وجوار المساجد، فضلاً عن التخلص من رسوم العملة المفروضة، عن بيع محاصيل الخضر داخل الاسواق ونفقات ايجار المحال التجارية.

### ٣. تذبذب اسعار محاصيل الفواكه والخضر في الاسواق :

تمثل اسعار المحاصيل الزراعية القيمة التبادلية للمحاصيل الزراعية معبراً عنها بالنقود،<sup>(١)</sup> وتؤدي الاسعار دوراً مهماً في توجيه الانتاج الزراعي فزيادة اسعار محصول معين تدفع المزارع الى الاستمرار بزراعته في حين تردي اسعار نوع آخر من المحاصيل سيكون مدعاة للمزارع لترك زراعة ذلك المحصول.<sup>(٢)</sup>

(١) عبد الوهاب مطر الداهري، الاقتصاد الزراعي، مصدر سابق، ص ١٤١.

(٢) محمد رمضان محمد، التحليل الجغرافي لمشكلات الزراعة في قضاء ابي الخصيب، مصدر سابق، ص ٢٠٠.



ان التوسع في زراعة المحاصيل التي ارتفعت اسعارها بهدف تحقيق الربح ونتيجة لعدم وجود سياسة زراعية يتحدد بموجبها مقدار الحاجة من هذه المحاصيل فيأتي انتاجها وقيماً فوق مستوى الطلب على تلك المحاصيل فتتخفض اسعارها مما يؤدي الى تعرض المزارعين الى خسائر مادية كبيرة، وعلى العكس عندما تقل المساحة المستثمرة بزراعة محصول معين وقلة انتاجه دون مستوى الطلب فترتفع اسعار بيع المحصول في السوق مما يلحق الضرر الاقتصادي بالمستهلكين وخاصة ذوي الدخل المحدود بسبب ارتفاع اسعار بيع المحصول.

تعاني منطقة الدراسة من تذبذب اسعار محاصيل الفواكه والخضر وهذا يعتمد على طبيعة مواسم زراعة المحاصيل فيحصل انخفاض اسعار المحاصيل ولاسيما خلال مرحلة ذروة الانتاج مما يؤدي الى انخفاض نسبة الارباح وربما الى الخسارة في بعض الاحيان، ان البيع في مراكز تسويق محاصيل الفواكه والخضر (العلاوي) يتم بالمزاد العلني ويحدث احياناً اتفاق بين تجار الجملة على عدم التنافس لشراء المحاصيل وخفض اسعارها مما يلحق ضرراً مادياً بالمزارعين المسوقين لهذه المحاصيل ويعود سبب ذلك الى عدم توفر المخازن المبردة لخبز محاصيل الفواكه والخضر وعرضها في الوقت المناسب وبيعها بأسعار مناسبة الى كلف انتاجها، فضلاً عن عدم وجود تكامل زراعي وصناعي متمثلاً بمصنع تعليب الفواكه والخضر ليساهم في استيعاب محاصيل الفواكه والخضر الفائضة عن استهلاك هذه المحاصيل والمحافظة على اسعارها وحماية المزارعين من الخسائر المادية بسبب انخفاض اسعار هذه المحاصيل وخاصة في بداية موسم جني هذه المحاصيل.<sup>(١)</sup>

تعد الاسعار والسياسة السعرية من اكثر الموضوعات الاقتصادية اهمية بوصفها اداة سياسية في تحريك وتحفيز النشاط الاقتصادي. اذ ان غياب سياسة سعرية ثابتة لمحاصيل الفواكه والخضر له أثر كبير في العملية التسويقية لهذه المحاصيل لأنه من اهداف التسعيرة الحكومية، هو استقرار اسعار هذه المحاصيل وضمان دخل جيد للمزارع وحمايته من التأثير السلبي للمخاطرة السعرية، على المنتجين والمستهلكين.<sup>(٢)</sup>

(١) الدراسة الميدانية، مقابلة شخصية مع رئيس مهندسين اقدم، رئيس قسم الانتاج النباتي في مديرية زراعة محافظة القادسية، محمد فرج عيال بتاريخ ٢٠٢٢/٨/١١.

(٢) صادق جعفر مهدي، المخاطرة ودورها في الهامش التسويقي لمحاصيل الخضار في العراق، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية، العدد (٦)، ٢٠١١، ص ٥.

## ٤. سياسة اغراق الاسواق المحلية بمحاصيل الفواكه والخضر المستوردة:

ان ما اصاب العراق بصورة عامة ومنطقة الدراسة بصورة خاصة من تدهور القطاع الزراعي من خلال ارتفاع تكاليف مدخلات الانتاج الزراعي بشكل كبير جداً. وبالمقابل ادى الى تحرير التجارة وفتح الحدود العراقية لدخول المحاصيل الزراعية المستوردة من دول الجوار، اذ اثرت تلك السلع المستوردة من المنتجات الزراعية النباتية على المنتج المحلي والاسواق المحلية، من خلال استيراد محاصيل زراعية لا تضاهي في جودتها وقيمتها الغذائية المحاصيل الزراعية المحلية، وبهذا اصبح القطاع الزراعي لا يستطيع مواجهة سيل وتدفق المحاصيل المستوردة التي اغرقت الاسواق المحلية الامر الذي ادى الى ارتفاع اسعار المحاصيل الزراعية نتيجة لانخفاض المعروض من المحاصيل الزراعية المنتجة محلياً، مما سبب الى عزوف المزارع عن زراعة المحاصيل لعدم قدرتها على منافسة المحاصيل الزراعية المستوردة كونها اقل سعراً، علماً ان المحاصيل المنتجة محلياً ذات نوعية افضل الا ان المستهلك اتجه نحو شراء المحاصيل المستوردة لكونها تتلائم ومستوى دخله.

ان اغراق السوق بمحاصيل الفواكه والخضر المستوردة لها تأثير كبير على السياسة السعرية للمنتجات الزراعية المحلية بشكل عام من خلال اغراق السوق المحلية بمحاصيل الفواكه والخضر وبأسعار منخفضة، بسبب قلة جودة هذه المحاصيل وعدم مطابقتها للمواصفات العالمية مما يجعلها لا تصلح للتسويق الزراعي في ذلك البلد المنتج لهذه المحاصيل، يتم تصديرها الى الاسواق المحلية لقلّة انتاج المحاصيل الزراعية المحلية لسد الفجوة الكبيرة بين العرض والطلب في الاسواق المحلية.<sup>(١)</sup>

ان اغراق الاسواق بالمحاصيل الزراعية المستوردة ترك أثراً سلبياً على القطاع الزراعي منها عزوف الفلاح والمزارع عن العمل الزراعي والاتجاه الى العمل الوظيفي وخاصة بعد عام ٢٠٠٣ بسبب تحسن المستوى المعيشي له، فضلاً عن قلة الدعم الحكومي للقطاع الزراعي لاسيما توفير البذور المحسنة والاسمدة الكيماوية بأسعار مناسبة وتوفير المكائن والمعدات الزراعية، ومصادر الطاقة اللازمة لتشغيل المضخات الزراعية، اضافة الى الشحة المائية بسبب انخفاض مناسب مياه نهري دجلة والفرات مما أثر بشكل كبير على قلة المساحات المزروعة وانخفاض الانتاج من

(١) رياض محمد علي عودة المسعودي، وسحر رعد هاشم، المعوقات الجغرافية لمركز تسويق المنتجات الزراعية في محافظة كربلاء، مجلة الباحث، العدد، (٣٢)، ٢٠١٩، ص ٤١٥.

المحاصيل الزراعية، كل هذه العوامل مجتمعة أدت الى زيادة اغراق السوق المحلية بالمحاصيل الزراعية المستوردة.<sup>(١)</sup>

#### ٥. المعوقات الطبيعية :

تعد المعوقات الطبيعية احدى المشكلات التي تواجه تسويق الانتاج الزراعي في المحافظة، وتتمثل في ارتفاع درجات الحرارة، ويزداد أثر هذه المشكلة مع ارتفاع درجات الحرارة صيفاً بصورة عامة، اذ تتعرض منطقة الدراسة الى حالات التطرف الحراري بالارتفاع خلال الاشهر الحارة (تموز، آب) اذ يحصل ارتفاع في درجات الحرارة نهاراً فوق معدلاتها الاعتيادية، كما استعرضنا في الفصل الثاني، مما يؤثر على العملية التسويقية، اذ ان درجات الحرارة العالية تشعر المتبضعين بالضيق وتكاد الاسواق بعد الساعة الثانية عشر ظهراً خالية من المتبضعين، بسبب اشعة الشمس العالية، وتلف المحاصيل الزراعية التي لا تتحمل درجات الحرارة العالية، اذ تكون ذروة السوق في ساعات الصباح، يضاف الى ذلك ارتفاع اسعار العملية التسويقية لمحاصيل الخضر في اثناء هذا الفصل الحار، بسبب حاجة المحاصيل الزراعية الى مخازن مبردة لحمايتها من التلف في ظل ازمة الطاقة الكهربائية صيفاً والاعتماد على المولدات الاهلية مما يعمل على مضاعفة ثمن تكاليف الانفاق على اجهزة التبريد ومن ثم زيادة في التكاليف التسويقية. اما حالات التطرف المعاكسة فتحصل في فصل الشتاء، اذ تؤثر كميات الامطار على النشاط التسويقي للمنتجات الزراعية، وعرقلة حركة نقلها من اماكن انتاجها الى الاسواق، فضلاً عن تأثيرها على حركة المتبضعين واعدادهم في الاسواق، وكما تؤثر على السلعة المعروضة في الاسواق اذ يقوم اصحاب المكاتب بتغطية المحاصيل الزراعية بأغطية بلاستيكية تجنباً لتعرضها للتلف.

يلحظ من الجدول (٨١) والشكل (١٩) تباين اعداد ونسب المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الفواكه والخضر في منطقة الدراسة، وتأتي بالمرتبة الاولى مشكلة (ضعف الخدمات التسويقية)، اذ بلغ عدد المزارعين الذين يعانون من هذه المشكلة من عينة الدراسة (١٥٦ مزارعاً) بنسبة (٣١,٨٣%)، ويعود سبب ذلك الى تدني خدمات البنى التحتية لمراكز تسويق محاصيل الفواكه والخضر (العلاوي)، فضلاً عن عجز وسائل تخزين وحفظ محاصيل الخضر بسبب

(١) نعم حسين نعمه، سياسة الاغراق وسبل دعم حماية الانتاج المحلي\_ تطبيقات مختارة مع التركيز على العراق، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد (٧)، العدد (٣٠)، ٢٠١٤، ص١٨.

ضعف وانقطاع التيار الكهربائي، كما تعد مشكلة نقل محاصيل الخضر والفواكه بسيارات غير مخصصة لنقل المحاصيل الزراعية (غير مبردة) مما يزيد من سرعة تلف المحاصيل وخصوصاً في اثناء موسم الصيف. وتأتي ثانياً مشكلة (سياسة اغراق الاسواق بالمحاصيل الزراعية المستوردة)، اذ بلغ عدد المزارعين الذين يعانون من هذه المشكلة (١٢٣ مزارعاً) بنسبة (٢٥,١٠%) وهذا ناتج من سياسة اغراق الاسواق المحلية بالمنتجات الزراعية المستوردة الا انها تباع بقيمة منخفضة خصوصاً اصحاب ذوي الدخل المحدود، مما انعكس سلباً على انتاج وتسويق محاصيل الفواكه والخضر المحلية والتوجه نحو شراء محاصيل الخضر المستوردة.

جدول (٨١) المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الفواكه والخضر في محافظة القادسية لعينة

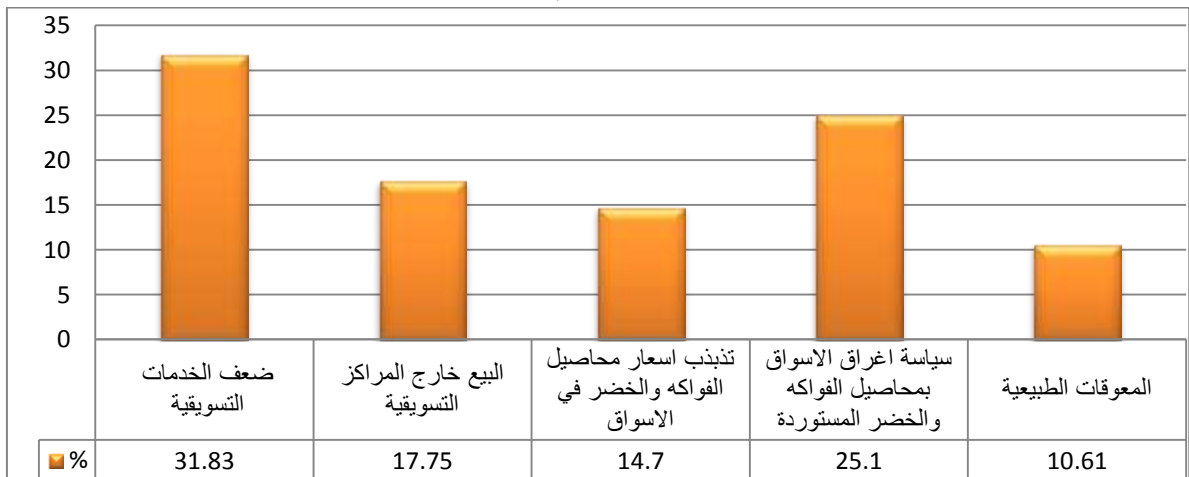
الدراسة عام ٢٠٢٢

اهميتها النسبية %	عدد المزارعين الذين يعانون منها	نوع المشكلة
٣١,٨٣	١٥٦	ضعف الخدمات التسويقية
٢٥,١٠	١٢٣	سياسة اغراق الاسواق بالمحاصيل الزراعية المستوردة
١٧,٧٥	٨٧	البيع خارج المراكز التسويقية
١٤,٧٠	٧٢	تذبذب اسعار المنتجات الزراعية
١٠,٦١	٥٢	المعوقات الطبيعية
١٠٠	٤٩٠	المجموع الكلي

المصدر: الدراسة الميدانية، استمارة الاستبانة، المحور الخامس.

شكل (١٩) المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الفواكه والخضر في محافظة القادسية لعينة

الدراسة عام ٢٠٢٢



المصدر: بالاعتماد على بيانات جدول (٨١).

وتأتي ثالثاً مشكلة (البيع خارج المراكز التسويقية) إذ بلغ عدد المزارعين بهذه المشكلة (٨٧ مزارعاً) وبنسبة (١٧,٧٥%)، وتعد الاسباب الرئيسية لهذه المشكلة ضعف الخدمات التسويقية وارتفاع نسبة العمولة وارتفاع الهوامش التسويقية، فضلاً عن تطبيق الانظمة والقوانين الخاصة بالأسواق المحلية وساحات البيع، مما أدى الى ظهور بيع المنتجات الزراعية على ارضة الشوارع والتي لها آثار سلبية ذكرت سابقاً. اما مشكلة (تذبذب اسعار المنتجات الزراعية) فيأتي ترتيبها رابعاً وبلغ عدد العينة للمزارعين الذين يعانون من هذه المشكلة (٧٢ مزارعاً) وبنسبة (١٤,٧٠%) من حجم عينة الدراسة، ويعود سبب هذه المشكلة الى غياب سياسة سعرية ثابتة له أثر كبير في تسويق المنتج الزراعي لانه من اهداف التسعيرة الحكومية لمحاصيل الخضر والفواكه هو استقرار اسعار هذه المحاصيل وضمان دخل جيد للمنتج وابعاد التأثير السلبي للمخاطرة السعرية على المنتجين والمستهلكين، فان انعدام سياسة الاسعار وتذبذبها في الاسواق المحلية يخلق نوعاً من التلاعب بالاسعار ومن ثم الضرر يلحق المستهلكين لهذه السلع.

تأتي خامساً مشكلة (المعوقات الطبيعية)، بلغ عدد المزارعين (٥٢ مزارعاً) ما يشكل نسبة (١٠,٦١%) من مجموع عينة الدراسة، تعد المشكلات والمعوقات الطبيعية ذات أثر واضح في المنتجات الزراعية المحلية والتي تمثلت بارتفاع درجات الحرارة صيفاً والحاجة الى مخازن مبردة لحفظ محاصيل الخضر من التلف، فضلاً عن انقطاع التيار الكهربائي، وكل هذه الاسباب ترتبط ارتباطاً جوهرياً بضعف الخدمات التسويقية، فضلاً عن تساقط الأمطار شتاءً مما يعرقل وصول محاصيل الخضر من المناطق الريفية الى مراكز التسويق في منطقة الدراسة.

#### ثالثاً: المشكلات التي تواجه تسويق محاصيل البستنة (التمور) :

نتيجة لانفتاح العراق على الاسواق العربية والعالمية واطلاع المستهلك على الاساليب الحديثة في تعبئة وكبس التمور بمكائن متطورة كان لا بد من تطوير الاساليب التسويقية المحلية الا انها ما تزال دون مستوى الطموح مما أدى الى تراجع كميات التمور المسوقة واعتماد المنتج على كميات (الرطب) التي قد تحقق ربحاً اكبر خصوصاً ان انتاج منطقة الدراسة يتحدد بالنوعيات غير النادرة والمتاحة من جميع المحافظات المنتجة للتمور مما يؤثر على كمية الانتاج المسوق، فضلاً عن قلة العناية بأشجار النخيل في المحافظة والتوجه نحو زراعة محاصيل اخرى، لذا ظهرت مجموعة المشكلات التي يعاني منها المزارعين في منطقة الدراسة وهي على النحو الآتي :

## ١. غياب الدعم الحكومي لشركة تسويق التمور العراقية:

ان الشركة العراقية لتصنيع وتسويق التمور/ فرع القادسية متوقفة عن استلام محاصيل التمور وذلك لعدم وجود دعم حكومي للشركة بالرغم من ان حصة الدولة فيها (٤٠%) من قيمة الاسهم وضعف القدرة المالية للشركة لشراء التمور وتشغيل الآلات والمكائن مما ادى الى هجرة الكوادر الفنية وعدم وجود جهة رسمية تتحكم بحركة التصدير وموازنة العرض والطلب في الاسواق لمنع تدهور الاسعار مع عدم وجود مراكز مراقبة رسمية في اسواق بيع التمور للرصد والتحقق من تجار التمور المخالفين ومنعهم من التصدير فضلاً عن عدم وجود جهة مخولة لمنح شهادات الفحص والاختبار مما انعكس سلباً على اسعار التمور.

## ٢. تذبذب اسعار التمور :

تعاني منطقة الدراسة من تدني اسعار التمور التي لا تسد للمنتج اسعار خدمة النخلة ولا تؤمن مردود اقتصادي للمزارع لتغطية احتياجاته المعيشية . تعد اسعار التمور من اهم المؤشرات التي تقود المنتجين نحو تخطيط برامج انتاج وتسويق التمور لتشكل حافزاً مهماً لتطوير مستوى الانتاج كما ونوعاً وهذا ينعكس على تلبية متطلبات الصناعات المعتمدة على التمور وتنميتها.

تحدد اسعار بيع التمور المحلية على وفق اسعار الانتاج مع اضافة هامش ربح معين وهي تختلف من ظرف لآخر ومن منطقة لأخرى فضلاً عن الفروق الكبيرة بين اسعار التمور قبل النضج التام (الرطب) واسعار التمور التامة النضج المكبوسة، اذ ان مدة عرض التمور (الرطب) فهي لا تتجاوز الشهرين في كل موسم، وجاء قرار وزارة الزراعة خلال العام ٢٠١٩ بمنع استيراد التمور والدبس خلال عام ٢٠١٩ كخطوة للاعتناء بنخيل التمر وتنميتها ورفع سعر الطن من التمور الى (٧٠٠٠٠٠٠ دينار عراقي) عام ٢٠٢١ مما انعش عملية التسويق الزراعي للتمور المحلية.

## ٣. عدم وجود صناعات تحويلية (التكامل الزراعي والصناعي):

تفتقر محافظة القادسية الى مصانع محلية لتعبئة التمور وعلى وفق أسس علمية حديثة وصناعات تحويلية من شأنها امتصاص جزء من انتاج التمور مع تعدد المنتجات التي يمكن تصنيعها مثل الدبس وغيرها من المنتجات، اذ يتم تسويق التمور الى الاسواق المحلية التي تفتقر الى ابسط مستلزمات الخزن المطلوبة لحفظ التمور وفي حالة الكميات الكبيرة فيضطر المزارع

الى تسويقها الى مكبس التمور او مخازن التجهيزات العلفية وبأسعار غير مدعومة، فضلاً عن التوقيات المتأخرة في تسويق التمور من قبل الدولة مما تسبب اضراراً للفلاح لأنه لا يمتلك مخازن لغرض حفظ التمور وعدم استلام التمور من قبل المخازن الحكومية نتيجة لعدم توفر المكابس والمصانع الخاصة بالتمور في المحافظة، اذ يوجد مكبس واحد في قضاء الشامية وتحول فيما بعد الى مخازن لمواد اخرى مما اضطر بالمزارعين لتسويق المحصول اما للأسواق المحلية او للمصانع التي تقع خارج المحافظة.<sup>(١)</sup>

#### ٤. ضعف كفاءة الوظائف التسويقية للتمور :

ان عملية تسويق التمور الى الاسواق المحلية تعاني العديد من المشكلات وتتمثل بعدم وصول الانتاج الى المستوى المطلوب، فضلاً عن تدني نوعية المنتجات المعروضة في الاسواق وعدم توافر الحد الأدنى من الشروط الفنية ونقص كبير في الخدمات والوظائف التسويقية ودراسات الاسواق، والعجز في الكفاءات التسويقية المدربة مما يؤدي الى عدم اتخاذ المزارعين القرارات المتعلقة بالإنتاج على الاحتياجات الفعلية للأسواق المحلية وارتفاع نسبة الفاقد نتيجة عدم وجود المعرفة الكافية لدى المزارعين، مما يسبب اضراراً لهم لعدم امتلاكهم مخازن لحفظ التمور فيضطر الى بيعها قبل الجني او الى الاسواق المحلية اذ بلغ سعر الطن الواحد (٣٥٠٠٠٠ - ٤٠٠٠٠٠) دينار والتي لا تتناسب مع اسعار عمليات خدمة اشجار النخيل المرتفعة ونقل التمور.<sup>(٢)</sup> تعاني منطقة الدراسة من مجموعة من معوقات نقل وتخزين التمور وهي على النحو الآتي :

- أ- قلة وضعف توزيع وانتشار الطاقات الخزنية وضعف امكانية استيعابها للفائض من التمور مع تأخر الخزن وعدم توفر برامج الادامة والصيانة الدورية.
- ب- تذبذب كميات الانتاج السنوي من التمور نتيجة لظاهرة تبادل الحمل بين سنة واخرى وانخفاض اعداد اشجار النخيل وتدهور غلة التمور.
- ت- عدم انتظام عملية تصدير التمور وصعوبة تحديد مدة الدورة التخزينية وما يتطلب ذلك من اجراءات وخبرة في ادارة مخازن التمور.

(١) علا حسين علي الكنائي، مصدر سابق، ص ١٤٤.

(٢) خلود علي حسين، مناهل طالب حريجة، التحليل المكاني للمشاكل التي تواجه انتاج النخيل في محافظة بابل، مجلة القادسية للعلوم الانسانية، المجلد (١٩)، العدد (١)، ٢٠١٦، ص ٢٢٢.

ث- عدم وجود جهة قطاعية تقوم بالأشراف والمتابعة على تطوير وظيفة التخزين لدى القطاع الخاص .

ح- عدم كفاءة شبكة النقل داخل بساتين النخيل وعد صلاحيتها للاستخدام مما انعكس على كثرة الفاقد والتلف من منتجات التمور فضلاً عن ارتفاع تكاليف النقل بالشاحنات.

ج- عدم استخدام طرق النقل البديلة والرخيصة نسبياً مثل النقل بواسطة السكك الحديدية.

٥. عدم وجود منافذ تسويقية متخصصة للتمور:

تعاني عملية تسويق التمور في منطقة الدراسة من مشكلات عديدة اذ يتم تسويق التمور الى الاسواق المحلية بعد غلق مكبسي التمور في المحافظة لقلة الانتاج المورد اليها والاهمال الذي اصاب المكائن والآلات المستعملة مما جعل التسويق ينحصر بالاسواق المحلية في المحافظة وتوريد جزء من الانتاج الى مكابس محافظة بابل، فضلاً عن غياب الدعم الحكومي لتسويق التمور وعدم وجود صناعات محلية يمكن ان تضيف منافذ اخرى للعملية التسويقية وسد احتياجات السوق المحلي من تلك المنتجات المصنعة.

يلحظ من الجدول (٨٢) والشكل (٢٠) هناك تبايناً في اعداد المزارعين الذين يعانون من مشكلات تسويق محاصيل التمور في منطقة الدراسة، اذ بلغ تكرار مشكلة غياب الدعم الحكومي لشركة تسويق التمور (١٦٣ مزارعاً) بنسبة (٣٣,٢٦%) وتأتي بالمرتبة الاولى، ان للدور الحكومي المباشر أثر كبير في تسويق التمور بوساطة الشركة العراقية لتسويق التمور ونتيجة لغياب دور هذه الشركة مما جعل الاسواق المحلية تتحكم بتسويق التمور عن طريق تجار الجملة وتجار التجزئة،

جدول (٨٢) التباين النسبي للمشكلات التي تواجه تسويق التمور في محافظة القادسية لعينة

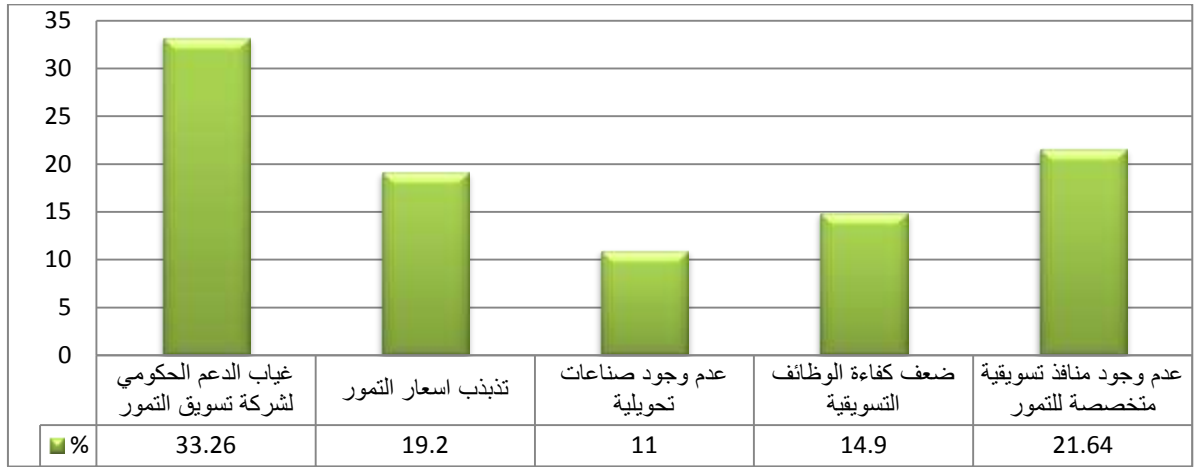
الدراسة لعام ٢٠٢٢

اهميتها النسبية %	اعداد المزارعين الذين يعانون منها	نوع المشكلة
٣٣,٢٦	١٦٣	غياب الدعم الحكومي لشركة تسويق التمور
٢١,٦٤	١٠٦	عدم وجود منافذ تسويقية متخصصة للتمور
١٩,٢٠	٩٤	تذبذب اسعار التمور
١٤,٩٠	٧٣	ضعف كفاءة الوظائف التسويقية
١١	٥٤	عدم وجود صناعات تحويلية
%١٠٠	٤٩٠	المجموع الكلي

المصدر: الدراسة الميدانية، استمارة الاستبانة، المحور الخامس.



شكل (٢٠) التباين النسبي للمشكلات التي تواجه تسويق التمور في محافظة القادسية لعينة الدراسة لعام ٢٠٢٢



المصدر: بدلالة بيانات جدول (٨٢).

وتأتي ثانياً مشكلة عدم وجود منافذ تسويقية متخصصة للتمور في المحافظة، إذ بلغ تكرارها (١٠٦ مزارعاً) بنسبة (٢١,٦٤%) مما جعل المزارع مضطراً لبيع التمور الى مكاتب التجار بأي ثمن يحدده التجار بعد تدهور وعجز الشركة العامة لتسويق التمور وعدم استلامها للمنتج، وتأتي ثالثاً مشكلة تذبذب اسعار التمور، إذ بلغ تكرار هذه المشكلة (٩٤ مزارعاً) ما يشكل نسبة (١٩,٢٠%). ان للسياسات الزراعية المدعومة من الدولة وتدخلها المباشر واعلان الاسعار للتمور مسبقاً له اثر ايجابياً في استقرار اسعار التمور، وتأتي رابعاً مشكلة ضعف كفاءة الوظائف التسويقية للتمور إذ بلغ تكرارها (٧٣ مزارعاً) بنسبة (١٤,٩٠%) وهذا يعني ان منطقة الدراسة تفتقر الى ابسط مستلزمات الخزن المطلوبة لحفظ التمور وقلّة الطاقات الخزنية وقلّة استيعابها للفائض من التمور انعكس سلباً على جودة التمور ونوعيتها والتي بدورها انعكست سلباً على انخفاض اسعار التمور في المحافظة، وتأتي خامساً مشكلة عدم وجود صناعات تحويلية إذ بلغ تكرار هذه المشكلة عند (٥٤ مزارعاً) ما يشكل نسبة (١١%) وهذا يعني عدم وجود آليات مناسبة لمعالجة هذه المشكلة وعدم العناية بمشاريع تصنيع منتجات النور المحلية التي من شأنها المساهمة في تشغيل الايدي العاملة ورفد السوق المحلية بمنتجات التمور.

## المبحث الثاني

## الآفاق المستقبلية لتنمية عمليات تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية

تأخذ التنمية الزراعية مكانة مهمة ومتميزة لما لها من دور مهم في تنمية القطاع الزراعي، لذا فالمشاكل التنموية تتطلب تدخل الدولة وبكل امكانياتها المالية والتكنولوجية والادارية وذلك لضعف امكانيات القطاع الزراعي الخاص، أسوة بحكومات الدول المتقدمة التي تقدم كل اشكال الدعم للقطاع الزراعي على الرغم من الامكانيات التي يمتلكها القطاع الزراعي الخاص هناك، لذا جاء هذا المبحث لتسليط الضوء على الحلول والمعالجات للمشكلات التي تواجه تسويق الانتاج الزراعي النباتي في المحافظة ويمكن اجمال ذلك بالخطوات الآتية:

## أولاً: التسويق الزراعي وتأثيره على التنمية الزراعية:

للتنمية الزراعية في معظم بلدان العالم مكانة مهمة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، لذا من الضروري تقديم كل اشكال الدعم لتنمية القطاع الزراعي، تعرف التنمية الزراعية بانها كافة الاجراءات التي تسهم في تطوير القوى المنتجة من اجل احداث زيادة في الانتاج الزراعي الذي يسهم بدوره في عملية التنمية الاقتصادية الزراعية وتحقق بوساطة السياسات الاقتصادية كالسياسة السعرية، فضلاً عن استخدام النقانة الحديثة التي تعمل على زيادة الانتاج، وتكمن اهمية التنمية الزراعية فيما يأتي:<sup>(١)</sup>

- ١- ان الزراعة مصدراً أساسياً لتوفير المواد الغذائية للسكان لتحقيق أمنها الغذائي.
- ٢- ان التنمية الزراعية تؤدي الى توسع السوق بوساطة زيادة الطلب على المنتجات الصناعية وزيادة دخل العاملين في القطاع الزراعي، ومن ناحية اخرى فأن عملية التنمية الزراعية تتطلب توفير المكائن والمعدات والاسمدة التي تزيد من الطلب على المنتجات الصناعية.
- ٣- ان القطاع الزراعي عنصر فاعل في التنمية الاقتصادية في المجالات الصناعية والخدمية، اذ ان للقطاع الزراعي أهمية في انتاج المحاصيل النقدية، او المحاصيل التي تتسم بالقدرة التصديرية فضلاً عن توفير المواد الاولية الى بعض الصناعات.

بما ان عملية التنمية هي عملية متكاملة وشاملة لجميع جوانب الحياة فهي أذن تأخذ اشكالاً متعددة ومنها تنمية شاملة تشمل جميع جوانب الحياة في المجتمع وقد تكون تنمية بشرية الهدف منها الارتقاء بالشعوب ورفع مستواها، وبعضها يكون صناعياً بوساطة تطوير مختلف الصناعات

(١) محمد دلف احمد الدليمي، فواز احمد الموسى، جغرافية التنمية، ط٢، بلا مكان، ٢٠٠٩، ص٨٨.

وقد تكون تنمية زراعية او سياسية وما يهمننا هو التنمية الزراعية على اعتبار الزراعة هو الركن الاساس في تطوير كثير من المجتمعات واللبننة الاولى في الاقتصاد.<sup>(١)</sup>

لذا فان الاقتصاديين بتناولهم الجانب الانتاجي من النشاط الاقتصادي واهمال الجانب الثاني للتسويق فيجب ان يتوزع الاهتمام على جانبي الانتاج والتسويق فتزداد الاهمية النسبية للتسويق (الخدمات التسويقية) بزيادة النمو الاقتصادي، فالإنتاج والتسويق عمليتان متكاملتان فليس هناك قيمة للإنتاج بدون تسويقية، وكذلك ليس هناك داع للخدمات بدون انتاج ويمكن ايجاز دور التسويق في التنمية الزراعية فيما يأتي:<sup>(٢)</sup>

أ. يؤدي التسويق الزراعي دوراً أساسياً في تحويل الزراعة من نمط الاكتفاء الذاتي الى الانتاج للسوق وعن طريق تحسين الخدمات التسويقية سيزداد حجم الانتاج الموجه للسوق ما دامت استمرت حاجة المزارعين الى المداخل النقدية.

ب. يساعد التسويق المزارعين على توزيع مواردهم الانتاجية بكفاءة اعلى، وذلك بمددهم بالمعلومات اللازمة عن احوال الطلب التي تساعد على اتخاذ قراراتهم الانتاجية.

ج. نمو المنظمات التسويقية يساعد عملية التنمية الاقتصادية اذ تعمل على نمو الخدمات الاساسية كالنقل والتخزين والصناعات الزراعية التسويقية.

#### ثانياً: أهمية التسويق الزراعي في عملية التنمية الزراعية:

لأهمية التسويق الزراعي كأحد العناصر المكتملة للإنتاج الزراعي ومما لأسلوب التسويق الجيد من دعم لجميع الجهات ذات العلاقة بالإنتاج الزراعي من مزارعين ومستهلكين ومسوقين بتوفير المعلومات المتعلقة بأسعار المنتجات الزراعية والعوامل المؤثرة فيها من دور في ضمان سعر مناسب للمنتج والمستهلك وللتقليل من المخاطر التسويقية ومن الفاقد بعد الحصاد لذلك مازال التسويق يشكل معضلة وحاجزاً للمزارعين والعاملين في القطاع الزراعي.<sup>(٣)</sup>

#### ثالثاً: المعوقات التي تواجه التنمية الزراعية في مجال التسويق في محافظة القادسية:

ان الاحاطة بموضوع تنمية التسويق الزراعي لن يكون مكتملاً ومتكاملاً ما لم يتم التطرق الى المعوقات التي تعترض سبل تحقيق تنمية التسويق الزراعي والتي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة ومنها:

١. مشكلة الشح المائي في محافظة القادسية: تتمثل مصادر المياه في منطقة الدراسة بمياه الامطار وكما تبين ما تقدم فأنها ذات أهمية محدودة لكون كمياتها قليلة يضاف الى ذلك فصليتها وتذبذب تساقطها ضمن الفصل الواحد اذ لا يمكن الاعتماد عليها في الانتاج الزراعي

(١) محمد حبيب العكيلي، جغرافية الزراعة، مصدر سابق، ص ٤١١.

(٢) سعد طه علام، الزراعة والتنمية، دار طيبة للنشر والتوزيع والتجهيزات العلمية القاهرة، مصر، ٢٠٠٥، ص ١٢٤.

(٣) محمد حبيب العكيلي، جغرافية الزراعة، مصدر سابق، ص ٤١١.

لاسيما انتاج محاصيل الحبوب. اما بالنسبة للمياه الجوفية في منطقة الدراسة واهميتها للإنتاج الزراعي لكون محافظة القادسية جزء من السهل الفيضي ولتوافر المياه السطحية فضلاً عن رداءة نوعية المياه الممتلئة بملوححتها العالية التي تبلغ (٦٠٠) جزء بالمليون اي ما يعادل (٩,٣ مليموز/سم)،<sup>(١)</sup> لذا لم تكن تمثل هذه المياه الجوفية أهمية بالنسبة للإنتاج الزراعي.

اما المياه السطحية والمتمثلة بمياه نهر الفرات فيلحظ ان هناك تذبذباً وعدم انتظام واضح لتصريف مياه النهر بين سنوات الدراسة اذ بلغت المعدلات للأعوام (٢٠١٨ و ٢٠١٩ و ٢٠٢٠) (٣٣,٣ و ٣٥,٣ و ٢٤,٨) م<sup>٣</sup>/ثا،<sup>(٢)</sup> اذ أثر هذا الانخفاض في معدلات التصريف السنوي سلباً على الانتاج الزراعي (النباتي) اذ بدأ التذبذب واضحاً في المساحات المزروعة والانتاجية للدونم الواحد فضلاً عن انعدام زراعة بعض المحاصيل في المحافظة مما أثر سلباً على انخفاض الكميات المسوقة من المحاصيل الزراعية لاسيما محاصيل الحبوب ومحاصيل الخضر.

لمواجهة هذه الشحة يجب التوسع في استخدام اساليب الري الحديثة وحفر الآبار الارتوازية واستخدام الاصناف المقاومة للجفاف وتطوير الابحاث والدراسات الزراعية لمواجهة التغيرات البيئية والمناخية الى جانب ذلك يجب اطلاق حملة توعية وطنية واسعة للحفاظ على الثروة المائية وترشيد استهلاك المياه.

٢. قلة التخصيصات المالية لدعم مستلزمات الانتاج والمؤسسات التسويقية في الموازنة العامة للدولة

٣. ان سياسات التسويق الزراعي المتبعة في العراق تأثرت بمجموعة من العوامل أهمها ضعف البنى التحتية والتصنيع وضعف القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية المحلية وغياب التخطيط في التنمية الزراعية .

٤. معوقات في مجال تسويق مستلزمات الانتاج كارتفاع اسعارها، وغياب الدور الارشادي، مما يرفع اسعارها، وضعف كفاءة الاجهزة ضمن تسويق مستلزمات الانتاج.<sup>(٣)</sup>

٥. عدم توفر البيئة المناسبة لقيام القطاع الخاص بالاستثمار بشكل اكبر في مجال تسويق المنتجات الزراعية النباتية محلياً.<sup>(٤)</sup>

(١) حمادي عباس حمادي، الموارد المائية السطحية، وأثره في توزيع السكان في محافظة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الانسانية، المجلد (٧)، العدد (١)، ٢٠٠٤، ص ١٣٥.

(٢) مديرية الموارد المائية في محافظة القادسية، شعبة التشغيل، بيانات غير منشورة، ٢٠٢٠

(٣) جابر احمد بسيوني، الاتجاهات المعاصرة في التسويق الزراعي وادارة الجودة الشاملة، ط١، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، القاهرة، ٢٠١٣، ص ٢٦٨.

(٤) جواد سعد العارف، التخطيط والتنمية الزراعية، ط١، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٠، ص ٩٧.

## رابعاً: السياسة الزراعية وأثرها في عملية تنمية التسويق الزراعي:

يمثل التسويق حلقة مهمة من حلقات السياسة الزراعية، إذ سعت الحكومات العراقية بعد عام ٢٠٠٣ السماح بتفعيل آلية السوق لجميع المحاصيل والمنتجات الزراعية إلا أن ذلك يحتاج الى التدخل ولاسيما المحاصيل الاستراتيجية كالحنطة والشعير والشلب، إذ خير المنتج بين التسويق الى القطاع الخاص والتجار او البيع والتسويق الى القطاع العام وتسليم المحاصيل بأسعار مناسبة وقد شهدت السياسة التسويقية ارباكاً واضحاً إذ تعثر تسلم الفلاحين والمزارعين من تسويق محاصيلهم وفي ضوء ذلك قرر مجلس الوزراء بتاريخ ١٦/١/٢٠١٦ الموافقة على إيقاف سريان الفوائد المترتبة على قروض المصرف الزراعي للمزارعين المسوقين للمحاصيل الاستراتيجية.<sup>(١)</sup>

اما دور السياسة السعرية لتسويق المنتجات الزراعية في حقيقة الامر هي سياسة اقتصادية لأنها تعتمد على وضع البرامج التسويقية التي تسعى لتحقيق هدف معين عبر مدة زمنية فمن الممكن ان تهدف السياسة السعرية الى رفع اسعار المنتجات الزراعية او تخفيض الاسعار التسويقية او رفع الكفاءة التسويقية.<sup>(٢)</sup> ان هدف السياسة السعرية هو العمل على ضمان الاسعار المخططة وتطوير النظام السعري الصحيح واجراءات تجعل امكانية تنفيذ الخطط الموضوعية ممكنة التطبيق مع الحفاظ على مصالح المستهلكين والمنتجين، إذ تتحقق مصلحة المستهلك عن طريق شراء المنتجات الزراعية بأسعار منخفضة نسبياً وتتحقق مصلحة المنتج الزراعي عندما يحصل على دخل مجزي تتناسب مع اسعار الانتاج ومع جهده المبذول ويضفي استمراره في الانتاج الزراعي وتحسين نوعيته،<sup>(٣)</sup> لكن ما يلاحظ على السياسة السعرية في العراق ان الدولة اعتمدت اكثر من سياسة سعرية وفي اوقات مختلفة فاحياناً تدعم مدخلات الانتاج من دون دعم السعر النهائي، ومنها دعم المخرجات من دعم المدخلات وهذا سبب في عدم وضوح السياسة السعرية تجاه الفلاحين والمزارعين.<sup>(٤)</sup>

(١) اياد كاظم عيدان البولاني، فاعلية سياسة التمويل الزراعي في تحفيز الاستثمار (المبادرة الزراعية في العراق

٢٠٠٨ أنموذجاً) اطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، ٢٠١٦، ص ٥٥.

(٢) علي محمود عبد العزيز وأبهم احمد حمصي، الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، منشورات جامعة دمشق، ٢٠١٤، ص ٢٤٨.

(٣) جبار سعدون دراج، أثر سياسة دعم الاسعار على المنتجات الزراعية في العراق للمدة (١٩٩٣-٢٠١٣)

رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ٢٠١٥، ص ٢١.

(٤) سعدية هلال حسن، الاستراتيجية الزراعية في العراق وابرز المعوقات في نظر الاستثمار، هيئة استثمار الديوانية/

**خامساً: الحلول المقترحة للمشكلات التي تواجه تسويق الانتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية:**

إن تشخيص المشكلات التي تواجه عمليات التسويق الزراعي يتطلب حلولاً ناجعة فمعرفة المشكلات التي تواجه تسويق الانتاج الزراعي النباتي فلا بد من وضع الحلول لها او معالجتها ومعرفة التوجهات المستقبلية لها ووضع آلية للتوجه المستقبلي للمراكز التسويقية وتنميتها والذي يكون بالضرورة معالجة تلك المشكلات بوضع الحلول والمقترحات الملائمة ولهذا نجد ان جميع البلدان في العالم تولي اهتماماً لموضوع التطوير والاهتمام بالتسويق الزراعي لأنه يمثل مورداً اقتصادياً مهماً للبلاد فلا تتحقق التنمية الاقتصادية من دون الاهتمام بالإنتاج الزراعي والتوسع فيه والتحول الى انتاج قادر على تغطية الاسواق المحلية دون الحاجة الى الاستيراد لهذه الكميات الكبيرة من المنتجات الزراعية وايضاً تحول هذا الانتاج الى انتاج قادر ان يسوق في الاسواق الدولية لان موضوع التسويق هو من الموضوعات المهمة التي تمثل التجارة والمرتكز الاساس الذي يعتمد عليه الاقتصاد للنهوض بالعملية التسويقية، لاسيما ما يتمتع به التسويق الزراعي من الخصوصيات التي تميزه عن بقية الانشطة الاقتصادية ولذا سنتناول سبل تنمية تسويق الانتاج الزراعي النباتي في منطقة الدراسة على النحو الآتي:

١. **الحلول المقترحة للمشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الحبوب:**

\* **الحلول المقترحة لمعالجة المشكلات المتعلقة بشبكة طرق النقل:**

أ. توفير شبكة كافية من الطرق الجيدة والمعبدة التي تربط مناطق الانتاج ومناطق الاستهلاك (الساليوات).

ب. تأهيل واستخدام طرق السكك الحديدية (القطار) في المحافظة وتفعيل دوره بنقل محاصيل الحبوب وخاصة محصولي (الحنطة والشلب) حتى يتسنى استخدام النقل بالقطار في توفير المتطلبات التي تحتاجها العمليات الزراعية من نقل البذور والاسمدة والمعدات الزراعية الاخرى وخاصة وان القطار يمر داخل الاراضي الزراعية في قضاء الحمزة مروراً بناحية السدير ثم الى مركز المحافظة وبذلك تنقل محاصيل الحبوب من مناطق الانتاج الى المراكز التسويقية في مركز المحافظة والمتمثلة في سايلو الديوانية والمجمع المخزني في المحافظة.

ج. تعبيد الطرق الترابية في المناطق الريفية، فضلاً عن انشاء طرق اخرى جديدة في المناطق التي تعاني من قلة طرق النقل، مما يساهم في تسهيل عملية تسويق محاصيل الحبوب خاصة

محاصيل الحنطة والشلب التي تنقل بأوزان مرتفعة تصل حمولتها الى اكثر من (٣٠ طن) اذ تحتاج الى طرق معبدة تعمل على وصول المنتج الى المراكز التسويقية بانسيابية وحركة طرق وخلوها من التعرجات حتى يتسنى لها الوصول لان رداءة الطرق يؤدي الى ارتفاع تكاليف نقل المحصول كما ذكرنا سابقا.

د. دفع الفلاحين لتأسيس جمعيات فلاحية تعاونية مختصة في نقل محاصيل الحبوب وشراء سيارات حوضية وتسليفهم ودعمهم من قبل المصرف الزراعي وبشروط ميسرة وبسيطة.

#### \* الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة ضعف الخدمات التسويقية :

أ. زيادة عدد السابيلوات والصوامع والبنابر والساحات في النواحي والاقضية والارياف وقربها من مناطق انتاج محاصيل الحبوب وعدم تركيزها في مركز المحافظة.

ب. توفير شروط الجودة والأمان في السابيلوات والصوامع والبنابر والساحات من تهوية وحرارة ورطوبة، فنلاحظ ان نسبة الفقد فيها تصل (٤,٧%) في السابيلوات والصوامع و(١١,٣%) في المخازن والساحات وهذا يسبب خسائر كبيرة بسبب الفقد من الوزن للمحاصيل المسوقة.<sup>(١)</sup>

ج. زيادة عدد المختبرات وكوادرها المتخصصة وادخالهم دورات تدريبية .

د. تعقيم السابيلوات والصوامع والبنابر بالمعقمات للتخلص من الحشرات والعفن قبل فترة مناسبة من بدأ استلام المحاصيل المسوقة لغرض حمايتها من التلف.

هـ. وضع مكافئات للفلاحين والمزارعين الذي يقومون بتسليم محاصيلهم بأقل الدرجات من الشوائب والرطوبة، فضلاً عن ادخالهم دورات ارشادية بذلك.

و. التنسيق المشترك بين الوزارات ذات العلاقة بتسويق محاصيل الحبوب وبين وزارة الزراعة والتجارة والتخطيط والمالية والنقل قبل موعد الحصاد بمدة وجيزة لغرض التهيؤ للعمليات التسويقية التي تحتاجها محاصيل الحبوب.

#### \* الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة تأخير استلام مستحقات من المزارعين المالية بعد

#### التسويق :

واحدة من أهم المشكلات التي يعاني منها الفلاحين والمزارعين في منطقة الدراسة هو التأخير في صرف مستحقات الفلاحين لقاء تسويقهم لمحاصيلهم الى الدولة، أن التأخير عن صرف المستحقات يؤدي الى عدم امكانية المزارعين على مواصلة العمل الزراعي بسبب قلة النقد

(١) الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع مدير سايلو الديوانية محمد كاظم معين، بتاريخ ١٣/١١/٢٠٢٢.

المتوفر لديهم فضلاً عن انعدام الثقة بالدولة من خلال تأخير صرف المستحقات، هذه المشكلة التي تتأخر سنوياً لابد من الوقوف عندها والعمل على ايجاد صيغة بديلة لمعالجتها ومن بين البدائل الممكنة لتسديد مستحقات الفلاحين والمزارعين هي الآتي :

أ. عند تسويق محاصيل الحبوب الى مخازن وسايهوات وزارة التجارة تحدد كمية الانتاج المستلم ويحدد المبلغ القابل للصرف للمزارع في المصرف الزراعي.

ب. يطلب من الفلاحين والمزارعين فتح حساب جاري في المصرف الزراعي.

ج. بعد مرور يوم من أستلام وصل تسويق المحصول تحول وزارة التجارة مستحقات الفلاحين والمزارعين الى حسابهم في المصرف الزراعي.

د. يبلغ الفلاحين والمزارعين عبر وسائط الاتصال بتسجيل المبلغ في حسابه.

هـ. يعمل المصرف الزراعي على تقييم المبلغ المفيد لحساب المزارع على (١٠ اقساط) لمعرفة مقدار المبلغ الذي يمكن ان يصرف شهرياً للمزارع .

و. يحق للمزارع سحب مبلغ مقداره (١/١٠) شهرياً من حسابه في المصرف جراء تسويقه محاصيل الحبوب الى الدولة بعد مرور شهرين من تسويقه المحصول لغرض تأمين احتياجاته المادية.

ز. يجوز استقطاع مبالغ المشتريات التي يشتريها المزارع من مؤسسات الدولة كالاسمدة والبذور والمعدات الزراعية من حسابه في المصرف من خلال التعاملات المصرفية بين الدوائر والمصارف.

ان هذه المعالجات يمكن ان تؤمن احتياجات الفلاحين والمزارعين وتقلل التعامل النقدي وتشجع العمل المصرفي وتقوي العلاقة بين المزارعين والدولة وتقلل الاحتفاظ بالمبالغ النقدية في البيوت وهذه المعالجات يمكن تنفيذها مباشرة بتعليمات من وزارة التجارة والمصرف الزراعي ولا تحتاج الى تشريع.

٢. الحلول المقترحة للمشكلات التي تواجه تسويق محاصيل الفواكه والخضر:

\*. الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة ضعف الخدمات التسويقية :

أ. توفر شبكة كافية من الطرق الجيدة والمعبدة والتي تربط بين مناطق الانتاج ومناطق الاستهلاك (الاسواق).



ب. تأهيل واستخدام القطار في المحافظة وتفعيل دوره بنقل المنتجات الزراعية، حتى يتسنى استخدام النقل بالقطار في توفير المتطلبات التي تحتاجها الزراعة، خاصة وان القطار يمر داخل الاراضي الزراعية في مركز قضاء الحمزة وناحية السدير مروراً بمركز المحافظة وناحية السنية وبذلك يساهم بنقل المحاصيل الزراعية من مناطق الانتاج الى الاسواق الرئيسية وبكلف واطئة.

ج. تعبيد الطرق الترابية في المناطق الريفية، فضلاً عن انشاء طرق اخرى جديدة في المناطق التي تعاني من قلة الطرق، مما يساهم في تسهيل عملية تسويق محاصيل الفواكه والخضر خاصة المحاصيل سريعة التلف، وايضاً سهولة اوصول المستلزمات التي تحتاجها العملية الزراعية.

د. الاهتمام بتوفير وسائل النقل المبردة التي تعمل على المحافظة على المنتجات الزراعية لحين وصولها الى الاسواق مع ضمان انسيابية حركة الطرق وخلوها من الازدحام حتى يتسنى لها الوصول بسرعة الى الاسواق لان تأخيرها يعود بتكاليف نقل اضافية على المزارعين.

هـ. تحتاج محاصيل الفواكه والخضر الى عملية التدرج لتسهيل عملية نقلها وتسويقها وبتكاليف معقولة، اذ تعد عملية التدرج من الوظائف التسويقية الهامة حيث تقسم السلع الى مجموعات او اقسام متجانسة من حيث الشكل والحجم وغيرها من الصفات واعطاء كل قسم من السلعة درجة معينة او مسمى معين او رتبة معينة، يجب ان ترتبط تلك الوظيفة باذواق المستهلكين والغرض من استخدام السلعة وبعد الاسواق.

و. تعبئة محاصيل الفواكه والخضر وتغليفها بطريقة تسهل عملية نقلها وتخزينها بما يحافظ على خصائصها وجودة النوعية كما تسهل عملية بيعها، فضلاً عن تعبئة المحاصيل في عبوات ملائمة ومناسبة لكل محصول كما تتناسب تلك العبوات وذوق المستهلك من حيث شكل العبوة وحجمها والبيانات المدونة عن المحصول واسم المحصول وتاريخ الانتاج.

**\* الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة اغراق الاسواق بمحاصيل الفواكه والخضر المستوردة:**

ان مكافحة الاغراق هو قرار سياسي قبل ان يكون قراراً اقتصادياً، لذا على الحكومة العراقية اتخاذ الاجراءات المناسبة من اجل حماية المزارعين وحماية المستهلكين. ومن اجل معالجة هذه المشكلة لا بد من اتخاذ الاجراءات التالية:

أ. ضرورة تشكيل لجان رقابية في المنافذ الحدودية من اجل مراقبة المحاصيل الزراعية المستوردة والمصدرة، ويجب ان تتميز هذه اللجان بالحرفية العالية والنزاهة والشفافية المطلوبة.

ب. تنظيم عملية استرداد محاصيل الفواكه والخضر ومنع دخول المحاصيل الغير مطابقة لمواصفات الجودة والنوعية ومنع دخول المحاصيل المماثلة للمحاصيل المحلية او تقليلها عن طريق التعريف الكمركية العالية.

ج. تفعيل القوانين الخاصة بالإغراق وحماية المنتج المحلي وحماية المستهلك وتطبيق قانون حماية المنتجات العراقية الذي تم المصادقة عليه في ١١/٢/٢٠١٠<sup>(١)</sup>.

د. تطبيق الخطط الزراعية بهدف تنظيم عمليات الاستيراد لمحاصيل الفواكه والخضر بوصفها خارطة طريق لتحديد مواسم الانتاج للمحاصيل المهمة من الفواكه والخضر، وبالتالي تحديد المحاصيل المستوردة بحيث يؤدي الى تقارب العرض والطلب او عن طريق تكييف اسعار المحاصيل المحلية مع اسعار السلع المستوردة المماثلة لها.

هـ. يجب استخدام الرسوم الكمركية لتحديد كميات ونوعيات محاصيل الفواكه والخضر المستوردة.

د. حماية الاراضي الزراعية من التجاوزات والتحصن وألزام وزارة الزراعة بتقديم الدعم للمزارعين من اجل زيادة المساحات المزروعة بمحاصيل الفواكه والخضر وزيادة الانتاج المحلي، فضلاً عن دعم مدخلات الانتاج الزراعي الرئيسية وتشجيع الاستثمار الخاص في الزراعة.

#### \* الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة تذبذب اسعار الفواكه والخضر:

أ. يجب ان تكون هنالك سياسة تسويقية ترمي الى المحافظة على الاسعار في الاسواق ووضع سياسة سعرية في كل من المنتج والمستهلك في آن واحد، ويمكن ان تلعب السياسة السعرية دوراً محفزاً في تطوير كل من الانتاج اذا ما احسن رسمها وهيأت مستلزمات نجاحها وتحقيق الاهداف التي رسمت من اجلها.

ب. تجنب سياسة التلاعب بالأسعار فيجب ان تكون هنالك حماية للمنتجات الزراعية لاسيما خلال ذروة الانتاج، اذ ان توفر جميع المستلزمات الاساسية للعملية التسويقية وسهولة الحصول على المنتجات الزراعية النباتية سوف تؤدي الى رغبة المستهلك في الشراء ورغبة المنتج بزيادة وتطوير انتاجه.

(١) امل اسمر زبون وفاضل عباس كاظم، ظاهرة الاغراق السلعي وآثارها على الاقتصاد العراقي، مجلة المثني

للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (٤)، العدد (١٠)، جامعة المثني، ٢٠١٤، ص ٩٩.

ج. يجب على الدولة وضع سياسة اسعار موحدة لكل الاسواق وان يكون هنالك قوانين رادعة للتلاعب في الاسعار واستغلال بعض الاسواق، المناسبات الدينية التي تشهدا المحافظة لترفع اسعار المحاصيل من الفواكه والخضر في هذه المناسبات مستغلة المستهلكين بحجة انقطاع الطرق لرفع اسعار بيع محاصيل الفواكه والخضر وتحديداً في فترة عيد الاضحى والزياره الاربعينية.

د. الحد من احتكار القطاع الخاص لتسويق محاصيل الخضر وتدخّل الدولة في رسم سياسة سعرية تجعل اسعار محاصيل الخضر تخضع لتأثير قوى العرض والطلب وحمايتها من التذبذب في الاسعار سواء كان ذلك في الموسم الواحد او من موسم لآخر لاسيما محاصيل الطماطة والرقي والبطيخ السريعة التلف غير القابلة للخرن لمدة طويلة في الظروف الاعتيادية وذلك لارتفاع نسبة الماء فيها.

هـ. يجب ان تكون هنالك خطة زراعية والتنسيق بين المزارعين تأخذ بنظر الاعتبار حاجة السوق المحلية من محاصيل الخضر بحيث يكون المعروض مساوياً للطلب عليه في السوق مما يؤدي ذلك الى المحافظة على الاسعار وعدم تعرض المزارعون الى خسائر مادية نتيجة تذبذب الاسعار وانخفاضها .

و. توفير مخازن مبردة تسهم في حماية المحاصيل من التقلبات اليومية في الاسعار كما هو الحال في تغير اسعار محاصيل الخضر ما بين وقت الصباح والظهيرة، اذ يزدحم المركز التسويقي بمحاصيل الخضر في فترة الصباح ويشح في فترة الظهيرة لكون محاصيل الخضر سريعة التلف التي لا تتحمل البقاء فترة طويلة لذلك وجب تصريفها وبيعها حتى لو كان سعر المحصول منخفض لعدم وجود مخازن مبردة يمكن خزن المحصول فيها.

ي. اقامة مصنع لتعليب الفواكه والخضر في منطقة الدراسة: اذ ان العملية التسويقية لتلك المحاصيل تحتاج لتصدير الفائض في انتاجها الى مصنع التعليب كما هو الحال بالنسبة لمحصول الطماطة فان في ذروة الانتاج تبلغ اوجها وللمحافظة عليه من التلف وانخفاض سعرها حيث يصل سعرها في بعض الاحيان (٢٥٠ دينار عراقي) وتوفرها في اوقات اخرى، وتعمل هذه المصانع بتحويلها الى معجون الطماطة وهذا الحال ينطبق ايضاً على الفواكه والمنتجات المحلية من التين والرقي وهي منتجات موسمية سريعة التلف ولأجل المحافظة عليها وتوفيرها في

اوقات اخرى فينبغي تحويلها الى التعليب (المربى) وبهذا يحصل المزارع على دخل اضافي من هذه العملية الصناعية مما يؤدي الى رفع المستوى الاقتصادي له.

### \* الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة البيع خارج المراكز التسويقية:

التوزيع الجغرافي وتنظيمه للمراكز التسويقية لمحاصيل الفواكه والخضر، اذ لا يكون هناك توزيع عشوائي لتلك المراكز انما يتم توزيعها وفق اعتبارات عدة مخططة ومدروسة مع الاخذ بنظر الاعتبار الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية عند اختيار الموقع التسويقي لاسيما مع الاعتماد على التخطيط الاقليمي في ذلك، وان يراعي عامل الموازنة في هذا التوزيع البعد بين مناطق الانتاج ومناطق الاستهلاك، وان يراعي الجوانب البيئية لمواقع تلك المراكز التسويقية فلا يجوز مثلاً وضع مراكز التسويق بالقرب من الوحدات السكنية نتيجة للرائحة المنبعثة منها والشعور بالانزعاج للسكان الذين يسكنون على مقربة منها، ولا يجوز بيع محاصيل الفواكه والخضر في المناطق المكشوفة لانها سوف تتعرض الى التلوث وبالتالي سوف تعرض صحة المستهلك للخطر. اما بالنسبة للتوجه المستقبلي لمراكز تسويق محاصيل الفواكه والخضر في منطقة الدراسة، ويجب وضع آلية للتوجه المستقبلي لتلك المراكز التسويقية لتنميتها وتخطيطها من اجل النهوض في مجال التسويق اي بمعنى يجب ان يكون هناك توسع بعدد اكبر من المراكز التسويقية وموزعة بانتظام على الوحدات الادارية في محافظة القادسية لتعمل على سد احتياجات السكان وتجنب الازدحامات والتجمعات والبيع العشوائي خارج المراكز التسويقية في المحافظة. لابد من وجود متابعة دورية على ادامة المراكز التسويقية والسعي الى انشاء مراكز تسويقية أكثر تطوراً من حيث الاعمار والبنى التحتية لكون المحافظة تشهد زيادة في اعداد السكان لذا يجب ان يكون هناك توزيع في المراكز التسويقية على مستوى المحافظة.

### ٣. الحلول المقترحة للمشكلات التي تواجه تسويق محاصيل التمور:

#### \* الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة غياب الدعم الحكومي :

نظراً لكون المؤسسات والتنظيمات القائمة على تسويق وتجارة التمور قد ارتبطت تاريخياً بوزارة التجارة، لذلك يقع الدور الكبير عليها في مجال تطوير التسويق وكذلك لمؤسساتها ذات العلاقة بهذه الانشطة ووفق نقاط التحسين والمعالجة الآتية:

- أ. العمل على انشاء قاعدة معلومات عن سوق التمور العراقية (أنتاج، تسويق، اصناف، اسعار) والوقوف على معلومات ومتطلبات العملية التسويقية لمحصول التمور.
- ب. العمل على ادخال التمور المصنعة في الاتفاقيات التجارية للعراق مع الدول وخاصة الدول التي فيها اسواق رائجة لاستقطاب التمور العراقية، وضرورة الحصول على اسعار مجزية للتمور المهيئة للاستهلاك البشري والاستخدام الصناعي، مع بحث ودراسة السبل الضرورية للحصول على تسهيلات الاعفاء الكمركي، ومرونة في شروط الاستيراد والتصدير لهذه الاتفاقيات.
- ج. ايجاد برنامج للتصدير بالتعاون مع الجمعيات والمنتجين او المزارعين وتشجيع التنظيمات التعاونية في تسويق محصول التمور.
- د. ايجاد الاسواق الداخلية للتمور وتوزيعها ضمن الحصة التموينية او لافراد القوات المسلحة والتغذية المدرسية والاعاثة الانسانية الدولية.
- هـ. القيام بحملات للإعلان والدعاية والنشر للتعريف بجودة المنتج من محصول التمور العراقية في الداخل والخارج.
- و. تشجيع الاستثمارات في الخدمات التسويقية المختلفة ووفق دراسات وآليات تعد لذلك، ومعالجة الخلل في بنية القطاع التسويقي الداخلي والتصدير.
- ر. توفير المخازن النظامية لاستلام محصول التمور من حيث العدد والطاقات الخزنية وشروط الخزن وتنظيم عملية استلام المحصول من قبل لجان الاستلام في المواقع المحددة من قبل مديرية الزراعة في المحافظة.
- ز. وضع خطط متكاملة طويلة الأجل توضح فيها أهداف الشركة العراقية لتصنيع وتسويق التمور وكيفية استخدام امكانياتها ومواردها وتطويرها للاستفادة من الفرص التسويقية المتاحة في الاسواق الدولية.
- ذ. التوسع في اجراء الدراسات الاقتصادية حول واقع انتاج وتسويق التمور في المحافظة وتشخيص العوامل المؤثرة سلباً وإيجاباً على مستوى الانتاج .
- ي. تحسين وتطوير البنيات الاساسية لتسويق التمور في المحافظة، حيث من مهام الدولة تحسين حالة الطرق وتوفير المناخ الملائم للقطاع الخاص للاستثمار في وسائل النقل وخدمات الاتصال والتخزين والتحويل لتساهم بشكل فعال في تطوير السياسات الانتاجية والتسويقية للتمور في المحافظة.

**\* الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة تذبذب اسعار التمور:**

أ. اهتمام ورعاية الدولة بتطوير القطاع الزراعي من خلال مبادرة الحكومة العراقية والتوجه لاعتماد سياسة دعم اسعار التمور.

ب. اهتمام المزارعين من اصحاب بساتين النخيل بتسويق التمور وحصولهم على اسعار مجزية نسبياً لتكون دافعاً قوياً للاهتمام بتطوير بساتينهم واجرائهم للعمليات الزراعية والخدمية لاشجار النخيل ونتاجها من التمور من خلال التحسن الحاصل في الدخول الزراعية المتحصل عليها.

ج. تحديد مواصفات التمور الصالحة للتصدير من مواد تعبئة وتغليف وتبخير التمور ونوعية التمور الجيدة ونسبة المواد الشائبة وغيرها، وان وجدت بانها لا تطبق، مما ينعكس على سمعة التمور في الخارج وانخفاض اسعارها.

د. اعلان اسعار الشراء للتمور المسوقة وتقوم دوائر الزراعة في المحافظة وفرع الشركة العراقية لتسويق وتصنيع التمور، وبوقت مناسب باعلان اسعار شراء التمور وفقاً لنوعية التمور وجودتها.

هـ. تفعيل دور الارشاد والاعلام واعتماد أسس واضحة لتسعير التمور المسوقة تبعاً لنوعية التمور وجودتها والاصناف المختلفة، الموجه لنمو اهمية خدمة اشجار النخيل والعناية بانتاج نوعية التمور ذات درجات الجودة العالية للحصول على اسعار مجزية ترفع من عائدات المزارعين.

و. اجراء المعالجة المناسبة للسياسة السعرية للتمور من خلال دعم السعر النهائي وثبتت حد ادنى للسعر يكون مجزياً للمنتجين والاستمرار في اعلان الاسعار سنوياً.

**\* الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة عدم وجود صناعات تحويلية:**

يمكن لوزارة الصناعة والمعادن ان تلعب دوراً مهماً في مجال تصنيع التمر ومن خلال الآتي:

أ. تشجيع قيام صناعات تحويلية تعتمد على التمور كمادة اولية لانتاج الدبس والخل والكحول الصناعي وغيره من المنتجات لامتصاص فائض محصول التمور المنتجة في الاسواق والعمل على تقديم الدعم والمحفزات لاكثر الصناعات التحويلية تسويقاً.

ب. تفعيل دور صناعة التغليف والتعبئة وتوفير الدعم المالي والفني لهذه الصناعة.

ج. السعي لاستقطاب المصانع والشركات الغذائية للاستفادة من مشتقات التمر في صناعاتهم التحويلية (صناعة باودر التمر والصناعات الاخرى التي يستخدم فيها عجينة ودبس التمر وكذلك امكانية تصنيع مشروب غازي لاحتواء التمر على مادة الفلوريد بنسب عالية).

د. متابعة المشاريع الصناعية الخاصة بالتمور ومنتجاتها للتأكد من تطبيق المواصفات القياسية واتخاذ الاجراءات اللازمة للمخالفين ووفقاً للقانون .

هـ. التنسيق للاستفادة من البحوث والدراسات التي تصدرها المراكز البحثية والعلمية في هذا المجال.

و. توفير مواد التعبئة اللازمة المطابقة للمواصفات الدولية والملائمة لاذواق المستهلكين في الاسواق الداخلية، فضلاً عن اعداد الكوادر المتخصصة في مجال التعبئة والتغليف وتوفير المعلومات عن تقنيات صناعة التعبئة والتغليف .

ز. تشجيع الاستثمار في اقامة المخازن المبردة والمصانع الصغيرة لمنتجي التمور.

**\* الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة ضعف كفاءة الوظائف التسويقية لمحصول التمور:**

أ. تطوير شبكة النقل داخل بساتين النخيل مما ينعكس على قلة الفاقد والتلف من منتجات التمور فضلاً عن انخفاض كلفة نقل المحصول .

ب. استخدام طرق النقل البديلة والرخيصة نسبياً مثل النقل بواسطة السكك الحديدية في المحافظة، لاسيما في ايام الذروة للتسويق ودورها في انخفاض تكاليف النقل .

ج. الاشراف والمتابعة على تطور وظيفة التخزين وانتشار وتوزيع الطاقات الخزنية وامكانية استيعابها للفائض من التمور فضلاً عن توفير برامج الادامة والصيانة الدورية لمخازن التمور.

د. تحديد المواصفات القياسية للتمور ومنتجاتها ومواد تعبئتها وتغليفها بما يتناسب مع متطلبات المواصفات القياسية العالمية ذات العلاقة.

ر. عقد الندوات واصدار النشرات وبرامج التوعية الارشادية والتنقيفية للمنتجين والمصنعين والمصدرين العاملين في مجال التمور في منطقة الدراسة وتعريفهم بأهمية المواصفات القياسية ومعايير الجودة والعمل على الزامهم بالتطبيق وأهمية عمليات الفرز والتدريج والمماثلة والتصنيف للتمور.

ز. اهتمام المسوقين بتصنيف حاصلاتهم من التمور وبما يلائم المواصفات المطلوبة.

هـ. المساعدة على ايجاد الصيغ التعاونية المناسبة لتأسيس تنظيمات وجمعيات متخصصة لمنتجي ومسوقي التمور في المحافظة، ودعمها للدور الكبير الذي يمكن ان تلعبه في هذا النشاط.

# الاستنتاجات والمقترحات



## أولاً: الاستنتاجات :

١. للعوامل البشرية الأثر الأكبر في العملية التسويقية، بينما كان للعوامل الطبيعية الأثر المحدود وذلك لمحدودية التباين في تلك العوامل والنتائج عن صغر مساحة المحافظة.
٢. تشير المعطيات الطبيعية الملائمة كالموقع الذي تحظى به المحافظة والمجاورة الى المحافظات ذات النقل السكاني الكبير بابل والنجف، اسهم في خلق اقليم وظيفي وتبادل السلع الزراعية فيما بينها، اضافة ان سطح محافظة القادسية يغلب عليها صفة الانبساط وقلة الانحدار، الامر الذي يساعد على بناء الاسواق الزراعية، فضلاً عن تنشيط الانتاج الزراعي من خلال استخدام المكائن والآلات في العمليات الزراعية.
٣. تصدرت محاصيل الحبوب المراكز المتقدمة في سلم الاهمية النسبية للتركيب المحصولي اذ شكلت (٨٧%) من مجموع معدل مساحة المحاصيل المزروعة في محافظة القادسية، تليها محاصيل الخضر بنسبة (٥,٥%) فيما شكلت محاصيل البستنة ومحاصيل العلف نسبة (٤,٦%) (٢,٩%) لكل منهما على التوالي.
٤. ظهور تباين نسبي في المساحات المحصولية ضمن المجموعة الواحدة فبينما بلغت المساحة المستثمرة بمحصول الحنطة (٣٨٩٧٧٤,٨ دونماً) شكلت (٤٨,٨%) من مجموع المساحة المحصولية المستثمرة بزراعة محاصيل الحبوب في المحافظة، تراجعت المساحة المحصولية المزروعة بمحصول الشلب ليشغل مساحة (١٠٢٤٨٨,٤ دونماً) بما يعادل (١٢,٨%) من المجموع ذاته. ويعود السبب في هذا التباين الى توجيه سياسة الدولة نحو محصول معين دون آخر في الخطة الزراعية المقترحة والمنفذة الصادرة من وزارة الزراعة العراقية مما يسبب عجز في الانتاج وخلل في التسويق بسبب عدم تغطية الحاجة المحلية والاعتماد على الاستيراد.
٥. على الرغم من تنوع محاصيل الخضر ضمن موسمي الزراعة الصيفي والشتوي الا انها ما تزال عاجزة عن تغطية الطلب المحلي بسبب عدم وجود تخصص في زراعة المحاصيل ضمن الرقعة الزراعية الواحدة مما يؤدي الى ضعف الانتاج وتشتته والذي ينعكس على العملية التسويقية من خلال عدم الزام الدولة بوقف استيراد محاصيل الخضر من الدول المجاورة لسد العجز في الانتاج وتغطية الطلب في السوق على مدار السنة.

٦. يظهر قصور في توزيع مراكز تجميع وتخزين محاصيل الحبوب في المحافظة اذ ظهرت في مركز قضاء الديوانية حصراً مما يشكل عبئاً على تلك المراكز وضغطاً على الخدمات في الوحدة الادارية خلال موسم التسويق.

٧. ضعف كفاءة وعدم كفاية العديد من المؤسسات التسويقية اذ ظهر عجز في عدد مخازن الحبوب (الحنطة والشلب) عن استيعاب جميع حاصل المنتجات المسوقة لها مما يعكس صورة سلبية عن التخطيط التسويقي الحالي والمستقبلي، اذ لم توضع خطة لتوسيع المخازن وانشاء مراكز تسويقية جديدة رغم تزايد انتاج الحنطة والشلب في المحافظة.

٨. ان معظم مخازن القطاعين العام والخاص لا تتمتع بالموصفات المطلوبة لخبز الحبوب المعدة للاستهلاك البشري، ويمتد ذلك الى الوسائل المستخدمة في التعامل مع الحبوب المخزونة خاصة عمليتي الشحن والتفريغ.

٩. عدم امتلاك القطاع العام لمخازن خاصة بمحاصيل الفواكه والخضر ادى ذلك الى محاولة القطاع الخاص استغلال هذه الفقرة الحساسة ضمن مفصل التسويق للتحكم بالكميات الواردة للأسواق والمخزونة لديها مما يؤدي الى التحكم في كمية المعروض وبالتالي التحكم بالأسعار.

١٠. عدم وجود مركز لتجميع وتسويق محصول الذرة الصفراء ضمن حدود المحافظة جعل المنتج يذهب بإنتاجه الى مراكز أخرى كما هو الحال في مركز تسويق الذرة الصفراء في محافظة بابل وذلك بجعله يتحمل اجور نقل فضلاً عن مشاق الطريق.

١١. يظهر عجز في معظم الوحدات الادارية على مستوى الناحية في وجود اسواق التجزئة إذ يظهر سوق واحد في كل ناحية بينما يظهر في مركز قضاء الديوانية عدد كبير من الاسواق وهذا يعكس التركيز السكاني في الاخيرة بينما يظهر عدم تنظيم في توزيع الاسواق بالرغم من الزيادة السكانية التي تشهدها معظم الوحدات الادارية في المحافظة.

١٢. محدودية تدخل الدولة في العملية التسويقية، سواء في ادارة الاسواق او اداء بعض العمليات التسويقية مما يزيد من عدد القنوات التسويقية التي تمر بها السلعة المسوقة قبل وصولها الى المستهلك وبهذا تزداد من حدة زيادة كلف الهوامش التسويقية الذي يتقل كاهل المستهلك وتقليل ربح المنتج الى الحد الادنى.

١٣. تأخر تسليم المستحقات المالية للمزارعين المسوقين لمحصولي الحنطة والشلب جعلهم تحت ضغط اقتصادي وعرضه للاستغلال من لدن التجار والوسطاء.

١٤. ضعف الاجراءات الادارية وقلة الكوادر الفنية في مجال فحص المحصول وتخلف الوظائف التسويقية عند تسلم المحاصيل الحبوبية مما يسبب تلكؤا في اجراءات تسلم المحاصيل من المزارعين المسوقين.

١٥. ارتفاع اسعار المستلزمات الانتاجية والتسويقية ادى الى ارتفاع اسعار وتكاليف انتاج وتسويق الطن الواحد من محاصيل الخضر ومن ثم ضعف المنافسة مع المحاصيل المستوردة من حيث الاسعار والموصفات الاخرى.

١٦. ان عملية تسويق محاصيل الخضر وتعبئتها ونقلها قد شابها الكثير من السلبيات ادت الى تلف قسم منها وذلك لان اسواق الجملة والتجزئة غير مستوفية الشروط والتي تكون معرضة لأشعة الشمس عبر عملية البيع وخصوصاً البيع العشوائي خارج المراكز التسويقية.

١٧. ضعف الخبرة والمهارة الفنية والتسويقية للمنتجين وتخلف تقانات جني محصول التمور وخدمة النخيل وارتفاع تكلفتها وانعدام التنسيق التسويقي بين المزارعين والوسطاء والتجار، مما ادى الى قلة المنافذ التسويقية، وتحكم التجار في كمية المعروض والسعر.

١٨. تدني كفاءة طرق النقل في المحافظة أثر بدوره على العملية التسويقية للمحاصيل الزراعية، اذ تعاني المناطق الريفية من قلة الطرق المبلطة الى وصول السلعة الزراعية في الوقت المناسب حيث تعاني تلك الطرق اثناء موسم سقوط الامطار وتحول بعضها الى (الوحل) مما يسبب في شل حركة النقل، اضافة الى توفر وسائل النقل المبردة والتي تعمل على نقل المحاصيل السريعة التلف الى الاسواق.

١٩. غزو الاسواق المحلية بالمنتجات الزراعية المستوردة من دول الجوار نتيجة لغياب الرقابة وعدم قدرة المنتج المحلي على المنافسة مما يؤثر سلباً.

## ثانياً : المقترحات :

١. تعديل الاجراءات الادارية والفنية المتعلقة بتسويق المحاصيل في السايلوات من اجل ضمان انسيابية تسويق المحاصيل واعتماد طرائق مرنة في تسليم المحاصيل مع امكانية اعتماد الحجز الالكتروني لموعد تسليم المحصول لكل فلاح والعمل على تخفيض دور الوسطاء المحليين في تسويق محاصيل الحبوب ودعم الاجراءات الادارية الميسرة.
٢. فتح مراكز تسويق وتجميع تابعة للدولة وتكون قريبة من المناطق ذات الكثافة الانتاجية العالية للمساهمة في خفض اسعار الانتاج.
٣. ضرورة انشاء سايلو في ناحية غماس لكونها تمتلك مساحات زراعية تقدر (٤٥٠٠٠٠ دونماً) من محصول الحنطة و(٢٦٢١٩,٦ دونماً) من محصول الشلب، فيما بلغت نسبة تسويقها لمحصول الحنطة (٣٦,٧%) من المجموع الكلي المسوق لمحصول الحنطة فضلاً عن قربها الجغرافي من ناحية الشنافية ومركز قضاء الشامية ولتوسيع الطاقة الاستيعابية وبما يضمن وسائل خزن آمنة ومستدامة.
٤. تهيئة الارصدة المالية الكافية في المصارف الزراعية قبل عملية التسويق لكي يتم تسديد المستحقات المالية للفلاحين عند تسويق محاصيلهم الى السايلوات.
٥. بناء مراكز تسويق نموذجية ومتخصصة بمحاصيل الفواكه والخضر ومطابقتها للمواصفات العالمية وتحتوي على كل الوسائل والخدمات بما فيها المخازن المبردة التي تجعلها متكاملة وفق ضوابط وقوانين تضعها الجهات المختصة. ومنح اولوية في السياسة الاستثمارية في المحافظة لبناء مخازن ومراكز تسويقية بمواصفات عالية على وفق برنامج استثماري متطور على ان تكون موزعة بشكل عادل على الوحدات الادارية وخصوصاً محاصيل الحبوب والتمور.
٦. تشجيع الاستثمار في الحلقات الساندة للقطاع الزراعي مثل صناعة الاسمدة والمبيدات وصناعة التعليب وتصنيع وتجارة التمور والحبوب بما ينعكس ايجاباً على التسويق الزراعي.
٧. سن القوانين والتشريعات الكفيلة بضمان حماية الانتاج والمنتج المحلي من المنافسة مع مثيلتها وذلك بفرض الرسوم الكمركية ويمكن استثناء المحاصيل غي المزروعة او ان انتاجها لا يكفي الاحتياج المحلي منها.

٨. توعية وارشاد المزارعين والفلاحين بالطرائق التسويقية الحديثة بوساطة تقديم الارشادات الزراعية للحصول على منتجات عالية الجودة .
٩. تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في صناعات التعليب وفقاً للمواصفات العالمية وتوفير الحماية الكافية لها بدلاً من استيراد هذه المنتجات كصناعة المعجون والديس والمواد الغذائية الاخرى.
١٠. تفعيل دور السياسة السعرية لدورها الاكبر في تحديد اسعار المنتجات الزراعية من اجل دعم الفلاح ودعم المستهلك مقارنة بالمحاصيل المستوردة.
١١. ان يكون هناك تعبيد وتبليط للطرق الريفية واهتمام كبير لها من حيث تعبيدها بصورة جيدة وذلك لدورها الكبير في عملية تسويق المحاصيل الزراعية. لاسيما تلك الرابطة بين مناطق الانتاج المتمثلة في الريف والاقضية.

# المصادر والمراجع

## القرآن الكريم

## أولاً: الكتب والمراجع

١. ابراهيم محمد عبيدات، مبادئ التسويق، دار المستقبل للنشر، عمان، ط٢، ١٩٩١
٢. أبي سعيد الرويجي ، دوخي عبد الرحيم الحنيطي ، التسويق الزراعي (المفاهيم والاسس)، دار حامد للنشر والتوزيع ، الاردن ، عمان ، ٢٠٠٢
٣. احمد محمود الاسمر ، الفواكه والخضر ومحتواها المائي ، مؤسسة النصر للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٩٢
٤. باسم عبد العزيز العثمان وحسين عليوي ناصر، الجغرافية الاجتماعية مبادئ واسس وتطبيقات، ط١، دار الوضاح للنشر، عمان، الاردن، ٢٠١٤
٥. بديع جميل القدو ، ملامح في اقتصاديات الزراعة في الوطن العربي ، ط١، الدار العربية للطباعة ، بغداد ، ١٩٨٥
٦. ثامر ياسر البكري ، استراتيجيات التسويق ، الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ، ٢٠٠٨.
٧. جابر احمد بسيوني، الاتجاهات المعاصرة في التسويق الزراعي وادارة الجودة الشاملة، ط١، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر، ٢٠١٣
٨. جاسم محمد خلف، جغرافية العراق الطبيعية والاقتصادية والبشرية، القاهرة، ١٩٦٥
٩. جميل محمد جميل الدباغ ، اقتصاديات التسويق الزراعي ، ط١، دار المرتضى للطباعة ، بغداد، ٢٠١٤
١٠. جواد سعد العارف، التخطيط والتنمية الزراعية، ط١، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٠
١١. حكمت عسكر رومي، زراعة الجت في العراق ، المجلس الزراعي الأعلى ، مكتب التنسيق والبحوث الزراعية ، بغداد ، ١٩٧٩
١٢. خليفة الأمين، مهدي القماطي، استراتيجيات التسويق الزراعي، ط١، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٥.

١٣. دوخي عبد الرحيم الحنيطي ، التسويق الزراعي ، ط١، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع ، الاردن ، ٢٠١٢ ،
١٤. سالم توفيق النجيفي وبيديع جميل القدو، التخطيط والسياسة الزراعية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة الموصل، ١٩٨٩ .
١٥. سلام هاتف احمد الجبوري، المناخ والمحاصيل الزراعية، ط١، مطبعة دليبر للطباعة والنشر، ٢٠٢١
١٦. سلامة عبد سالم شريف ، زراعة وانتاج الموالح ، معهد بحوث البساتين ، مصر، ٢٠١٠
١٧. سوزان وفيق العاني ، علم الاقتصاد الزراعي ، ط١، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ٢٠٠٥ .
١٨. سعد طه علام، الزراعة والتنمية، دار طيبة للنشر والتوزيع والتجهيزات العلمية القاهرة، مصر، ٢٠٠٥ .
١٩. صابر احمد بسيوني ، الاتجاهات المعاصرة في التسويق الزراعي وادارة الجودة الشاملة ، ط١، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية ، ٢٠١٣
٢٠. صبحي احمد الدليمي وعبد السلام عارف عبد الرزاق، جغرافية الزراعة، ط١، دار امجد للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٢٠
٢١. صفوح الخير، الجغرافية موضوعها ومناهجها واهدافها، دار الفكر، دمشق، ٢٠٠٠
٢٢. صلاح حميد الجنابي وسعدي علي غالب، جغرافية العراق الاقليمية، دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل ، ١٩٩٢
٢٣. عاكف الزعبي، مبادئ التسويق الزراعي (مدخل سلوكي)، ط٤، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩
٢٤. عبد الحميد احمد اليونس، انتاج وتحسين المحاصيل ، ج١، دار الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الموصل، ١٩٩٣
٢٥. عبد الرزاق محمد البطيحي التحليل المكاني الإحصائي في العلوم الجغرافية (بحوث ودراسات)، جامعة بغداد، بغداد ، ٢٠١٥
٢٦. عبد العزيز طريح شريف، الجغرافية المناخية والنباتية، القواعد العامة، ج١، ط٢، منشأة المعارف، الاسكندرية، ١٩٨٥



٢٧. عبد الفتاح عبد الرحمن، الاقتصاد الكلي، الرياض، ١٩٨٨
٢٨. عبد المعطي حسن الخفاف، هندسة التسويق، دار دجلة، الاردن، ٢٠١٠
٢٩. عبد الوهاب مطر الداهري ، اسس ومبادئ الاقتصاد الزراعي ، ط١، مطبعة العاني ، بغداد ،  
١٩٦٩
٣٠. عبد الوهاب مطر الداهري، الاقتصاد الزراعي، ط١، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد،  
١٩٨٠
٣١. عاشور العبد ورشيد النمر عوده، مبادئ التسويق، دار اليازوري للنشر، عمان، ٢٠٠٣
٣٢. عبد علي الخفاف ، العادات الغذائية والانماط المرضية توزيع جغرافي وتحليل مكاني ، دار  
الضياء للطباعة والتصميم ، النجف الاشرف ، ٢٠٠٦
٣٣. علي أحمد هارون ، أسس الجغرافية الاقتصادية ، ط١ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ٢٠٠٣
٣٤. علي الدجوي ، محاصيل العلف ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، ١٩٩٦
٣٥. علي جدوع الشرفات، مبادئ الاقتصاد الزراعي، ط١، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان،  
الاردن، ٢٠١٠
٣٦. علي حسين شلش، جغرافية الاقاليم المناخية، مطبعة جامعة بغداد، بغداد، ١٩٧٨
٣٧. علي فلاح الزعبي، ادارة التسويق الزراعي (مفهوم تطبيقي استراتيجي وظيفي)، دار اليازوري  
للطباعة والنشر، عمان، الاردن، ٢٠١١
٣٨. علي محمود عبد العزيز وأيهم احمد حمصي، الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، منشورات  
جامعة دمشق، ٢٠١٤.
٣٩. فايز جمعة النجار ونبيل جمعة النجار وماجد راضي الزعبي، اساليب البحث العلمي (منظور  
تطبيقي)، ط٢، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠.
٤٠. فريد كورتل، تسويق الخدمات، ط١، دار الكنوز للمعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الجزائر،  
٢٠٠٩
٤١. فلاح جمال معروف وبشير ابراهيم وسلام فاضل علي، جغرافية العراق الطبيعية والسكانية  
والاقتصادية، دار دجلة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥
٤٢. كاظم عبادي حمادي الجاسم ، جغرافية الزراعة ، ط١، دار الصفاء للنشر، عمان ، ٢٠١٥

٤٣. كامل علاوي الفتلاوي وحسن تكليف الزبيدي، مبادئ علم الاقتصاد، ط٣، مؤسسة النبراس للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١
٤٤. مازن نوري الموسوي، الحنطة المحصول الاستراتيجي الأول في العالم، مطبعة الرفاه، بغداد، ٢٠٠٩،
٤٥. مجيد محسن الانصاري وزميلاه، مبادئ المحاصيل الحقلية العملي، مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، الموصل، ١٩٨٠
٤٦. محسن عبد الصاحب المظفر، فلسفة علم المكان (الجغرافية)، ط١، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٥
٤٧. محمد ابراهيم عبيدات، التسويق الزراعي، دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠٠٥
٤٨. محمد ابراهيم ناجي، اقتصاديات الانتاج الزراعي والصناعي، ط١، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٦
٤٩. محمد ازهر سعيد السماك وزميلاه، جغرافية النقل بين المنهجية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١
٥٠. محمد حبيب العكيلي، جغرافية الزراعة، دار الوضاح للنشر، بغداد، العراق، ٢٠٢١
٥١. محمد خليل الكواني، التسويق الزراعي، دار الابتكار للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٨
٥٢. محمد خميس الزوكه، الجغرافيا الزراعية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٠٠
٥٣. محمد خميس الزوكه، جغرافية النقل، دار المعرفة الجامعية، مطبعة الانتصار، الاسكندرية، ١٩٨٨
٥٤. محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٨٣
٥٥. محمد سعيد عبد الفتاح، مداخل التسويق، دار المعارف للطباعة والنشر، الاسكندرية، ١٩٦٥.
٥٦. محمد صالح تركي القرشي، مقدمة في اقتصاديات النقل، دار الكتب للطباعة والنشر، الموصل، ١٩٩٢
٥٧. محمد صالح ربيع العجيلي، معجم المصطلحات والمفاهيم الجغرافية، ج١، ط١، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٢

٥٨. محمد عبد السعيد ، أساسيات إنتاج المحاصيل الحقلية ، مطبعة العمال المركزية ، بغداد ، ١٩٨٦
٥٩. محمد عبد الكريم محمد الحياي ، فهرست الاسماء العلمية للنباتات والآفات الزراعية في العراق ، ط١ ، العلاء للطباعة والنشر ، الموصل ، ٢٠١٣
٦٠. محمد عبيدات، استراتيجية التسويق (مدخل سلوكي)، ط٤، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠٠٩
٦١. محمد عبيدات، التسويق الزراعي، ط٢، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٧
٦٢. محمد فتحي أبو عيانة، الجغرافية الاقتصادية ، دار المعرفة الجامعية للنشر، الإسكندرية ، ٢٠٠٤
٦٣. محمد محمد كذلك ، زراعة محاصيل الاعلاف والمراعي ، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠٠٢.
٦٤. محمد دلف احمد الدليمي، فواز احمد الموسى، جغرافية التنمية، ط٢، بلا مكان، ٢٠٠٩.
٦٥. محمود أحمد معيوف ، مدخل للبقوليات في العراق ، دار الكتب للطباعة والنشر ، جامعة الموصل ، الموصل ، ١٩٨٢
٦٦. محمود جاسم الصميدي ويشير عباس العلق ، اساسيات التسويق الشامل والمتكامل ، دار المناهج ، الأردن، ٢٠١٢
٦٧. مخلف شلال مرعي وابراهيم محمد حسون القصاب ، جغرافية الزراعة ، دار الكتب للطباعة والنشر ، الموصل ، ١٩٩٦
٦٨. مفتاح محمد شلقم وعباس حسن شويلية ، الحبوب والبقول الغذائية ، ط١، منشورات جامعة سبها ، مصر، ٢٠١١
٦٩. منصور حمدي ابو علي، في الجغرافية الاقتصادية (الجغرافية الزراعية)، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠٠٤
٧٠. منير اسماعيل أبو شاور وآخرون، مقدمة في الاقتصاد الزراعي، دار الراية للنشر، عمان، ٢٠١٠
٧١. منير اسماعيل شاور، مقدمة في الاقتصاد الزراعي، ط١، دار الراية للنشر، عمان، ٢٠١٠

٧٢. ناصر حسين صفر ، محاصيل العلف والمراعي ، مطبعة التعليم العالي والبحث العلمي ، بغداد، ١٩٨٨
٧٣. نبيل جمعة صالح النجار، الاحصاء في التربية والعلوم الانسانية مع تطبيقات برنامج (SPSS) ، دار حامد للنشر والتوزيع، ط١، عمان، ٢٠١٠.
٧٤. نعيم حافظ أبو جمعة اساسيات وادارة التسويق ، ط١، دار القلم للنشر والتوزيع ، الامارات العربية المتحدة ، ١٩٩٩
٧٥. نوري خليل البرازي و ابراهيم عبد الجبار المشهداني ، الجغرافية الزراعية ، ط١، دار الكتب ، جامعة الموصل ، الموصل ، ١٩٨٠
٧٦. نوري خليل البرازي، ابراهيم عبد الجبار المشهداني، الجغرافية الزراعية، ط٢، دار الكتب والنشر، ٢٠٠٠
٧٧. هاله محمد لبيب عنبه، التسويق المبادئ والتطورات الحديثة، جامعة القاهرة، كلية التجارة، ٢٠١٧
٧٨. وصفي زكريا ، زراعة المحاصيل الحقلية ، ج١، مؤسسة رسلان علاء الدين للطباعة ، دمشق، ٢٠٠٢
٧٩. وافي الشماع وعبد الحميد احمد اليونس ، المحاصيل الحبوبية والبقولية (إنتاجها وأسس تحسينها)، مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد ، بد. ت.
٨٠. ولي يعقوب ويوسف نمر ، تقانات إنتاج محاصيل الحبوب والبقول (الجزء النظري)، مطبعة جامعة دمشق ، دمشق ، ٢٠١١
٨١. وليد يحيى سلام وصفية محمود السيد ، التسويق الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة الفيوم ، ٢٠١١
٨٢. يوسف محمد سلطان، جغرافية النقل والتجارة الدولية، مطبعة جامعة البصرة، ١٩٩٨.

## ثانياً: الرسائل والاطاريح العلمية

١. اشواق بنت حمزة محي الدين مليباوي ، الاسواق في مدينة مكة المكرمة : دراسة في النشأة والتطور والتوزيع، رسالة ماجستير (غ.م)، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة ام القرى ، ٢٠٠٩
٢. انتظار ابراهيم حسين الموسوي ، التحليل المكاني لاستعمالات الأرض الزراعية في محافظة القادسية ، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب ، جامعة القادسية، ٢٠٠٧.
٣. اياد كاظم عيدان البولاني، فاعلية سياسة التمويل الزراعي في تحفيز الاستثمار (المبادرة الزراعية في العراق ٢٠٠٨ أنموذجاً) اطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، ٢٠١٦
٤. جبار سعدون دراج، أثر سياسة دعم الاسعار على المنتجات الزراعية في العراق للمدة (١٩٩٣-٢٠١٣) رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ٢٠١٥
٥. حسين صاحب علي لفته، التحليل المكاني لمراكز تسويق المنتجات الزراعية النباتية في محافظة صلاح الدين، رسالة ماجستير (غير منشورة)، الكلية التربية الاساسية، الجامعة المستنصرية، ٢٠٢٢.
٦. حيدر عبود كزار الشمري ، تحليل جغرافي لإمكانات التنمية الزراعية وأهميتها في تحقيق التنمية الاقليمية المستدامة في محافظة القادسية، اطروحة دكتوراه (غ.م)، كلية التربية للبنات، جامعة الكوفة، ٢٠١٥
٧. خالد محمد القيسي، تسويق محصول الحنطة والشعير في العراق دراسة اقتصادية تحليلية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الزراعة، جامعة بغداد، ١٩٩٤.
٨. خالد مرزوك رسن الخليفاي، التصحر وأثره في الانتاج الزراعي في محافظة القادسية باستعمال معطيات الاستشعار عن بعد، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة القادسية، ٢٠٠٢
٩. رقية خلف حميد الجبوري ، السياسة الزراعية وأثرها في الأمن الغذائي في بعض البلدان العربية ، اطروحة دكتوراه (غ.م)، جامعة الموصل ، كلية الادارة والاقتصاد ، ٢٠١١
١٠. سحر رعد هاشم المسعودي، تقييم جغرافي لمراكز تسويق المنتجات الزراعية في محافظة كربلاء، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية للعلوم الانسانية، جامعة كربلاء، ٢٠١٨.

١١. سعدي جميلة، دور التسويق الزراعي في تحسين جودة المنتج الزراعي (منتج زيت الزيتون)، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة ٢، ٢٠١٦.
١٢. سلام سالم عبد هادي الجبوري، التحليل الجغرافي لمشاكل الإنتاج الزراعي في محافظة القادسية للمدة ١٩٩٠ - ٢٠٠٠، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة القادسية، ٢٠٠٢.
١٣. سلام سالم عبد هادي الجبوري، الثروة الحيوانية في محافظة القادسية وإمكانيات تنميتها، اطروحة دكتوراه (غ.م)، كلية الآداب، جامعة الكوفة، ٢٠١٥.
١٤. سليمان دحو، التسويق الدولي للمنتج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير-بكره، ٢٠١٦.
١٥. سيف مجيد حميد الجبوري، تحليل اقتصادي وقياسي لإنتاج وتسويق بعض محاصيل الخضر والفواكه في محافظة صلاح الدين، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الزراعة، جامعة تكريت، ٢٠١٣.
١٦. علا حسين علي الكناني، التحليل المكاني لزراعة النخيل في محافظة القادسية، رسالة ماجستير (غ.م)، كلية الآداب، جامعة القادسية، ٢٠١٦.
١٧. علي جبار عبد الله الجحيشي، اثر المناخ في تشكيل الكثبان الرملية في محافظتي بابل والقادسية، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة بغداد، ٢٠١٤.
١٨. قصي محمد عبد الله، سياسة تسويق المحاصيل الزراعية (مع التركيز الخاص لتسويق محصول الطماطم، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ١٩٧٩.
١٩. قيس طامي جسام، دراسة اقتصادية تحليلية، لتسويق القمح والشعير في محافظتي صلاح الدين وواسط للموسم الزراعي ٢٠٢٠، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الهندسة الزراعية، جامعة بغداد، ٢٠٢٠.

٢٠. لارا حميد رشيد ، دراسة اقتصادية للتسويق الدولي والتمور العراقية للمدة (١٩٩٠-٢٠١٦)، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الهندسة الزراعية ، جامعة بغداد ، ٢٠١٨
٢١. ماجد عبد الله جابر التريجاوي، تسويق الانتاج الحيواني في محافظة ذي قار، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية التربية للعلوم الانسانية، جامعة البصرة، ٢٠١٧.
٢٢. محمد حزام صالح، التحليل الجغرافي للإمكانيات المؤثرة في انتاج محاصيل الحبوب وانعكاساتها على الامن الغذائي في الجمهورية اليمنية، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية التربية (ابن رشد)، جامعة بغداد، ٢٠٠٢
٢٣. محمد خضير كلف، التحليل المكاني للإنتاج الزراعي النباتي وعلاقته بالموارد المائية في محافظة القادسية، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب، جامعة القادسية، ٢٠١٥
٢٤. محمد رمضان محمد، التحليل المكاني للمشكلات الزراعية في قضاء ابي الخصيب، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة البصرة، ٢٠٠٥.
٢٥. مريم صالح شقيق العزاوي ، واقع زراعة القمح والذرة الصفراء في محافظة كركوك ، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية للبنات ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٥
٢٦. ميثم عبد الحسين حميد الوزان، تسويق الانتاج الزراعي المحلي في محافظة ميسان (٢٠١٠-٢٠١٣)، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية التربية، جامعة البصرة، ٢٠١٤.
٢٧. هدى صالح ، معوقات إنتاج وتسويق الخضر والفاكهة السودانية للأسواق العربية خلال الفترة (٢٠٠٣-٢٠٠٧)، رسالة ماجستير (غير منشورة)، معهد البحوث والدراسات الانمائية ، اكتوبر ٢٠١٠
٢٨. هشام محمد رضوان، أزمة القطاع الزراعي الفلسطيني (معوقات التسويق الزراعي في قطاع غزة)، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الادارة والاقتصاد، الاكاديمية العربية في الدنمارك، ٢٠١١.
٢٩. وداد علي زغير المنشداوي، واقع وآفاق انتاج وتسويق التمور في العراق، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ٢٠١١.
٣٠. يحيى هادي محمد الميالي ، محافظة القادسية دراسة في الخرائط الاقليمية، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب، جامعة البصرة، ٢٠٠٩

## ثالثاً: المجلات والدوريات العلمية

١. احمد محمد احمد الفراجي، الكفاءة التسويقية لبعض محاصيل الخضر في محافظة بغداد للموسم الزراعي الصيفي، مجلة العلوم الزراعية العراقية، مجلد (٣٧)، العدد (٣)، ٢٠١٦
٢. امل اسمر زيون وفاضل عباس كاظم، ظاهرة الاغراق السلعي وآثارها على الاقتصاد العراقي، مجلة المثني للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (٤)، العدد (١٠)، جامعة المثني، ٢٠١٤.
٣. باسم غدير عزيز وسناء هاشم الشوا ، معوقات ومتطلبات تسويق الحمضيات السورية ، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، المجلد (٤٠)، العدد (٣)، ٢٠١٨
٤. تقات عبد الحق، دور التسويق في تحسين الامن الغذائي مع الاشارة الى حالة الصناعات الغذائية الجزائرية، مجلة الباحث، العدد ٩، ٢٠١٠
٥. جاسم عبد العزيز عباس، مستوى معارف الزراع بأعراض وطرق المكافحة والوقاية من حشرة حميرة النخيل في قضاء الخالص- محافظة ديالى، مجلة ديالى للعلوم الزراعية، العدد (١)، جامعة ديالى ، ٢٠١١
٦. حمادي عباس حمادي ، العوامل الجغرافية المؤثرة في إنتاج الرز في محافظة القادسية ، مجلة القادسية للعلوم التربوية، المجلد (٢) ، العدد (٢) ، ٢٠٠٢
٧. حمادي عباس حمادي، الموارد المائية السطحية، وأثره في توزيع السكان في محافظة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الانسانية، المجلد (٧)، العدد (١)، ٢٠٠٤.
٨. خلود علي حسين، مناهل طالب حريجة، التحليل المكاني للمشاكل التي تواجه انتاج النخيل في محافظة بابل، مجلة القادسية للعلوم الانسانية، المجلد (١٩)، العدد (١)، ٢٠١٦.
٩. خولة كريم كوثر ، التجاوزات على ضوابط وقوانين البناء واثرها على البنية الحضرية في مدينة بغداد ، مجلة العراقية الهندسية والمعمارية ، المجلد (٣١)، العدد (٣)، ٢٠١٥
١٠. رعد رحيم حمود ، تطوير زراعة الحمضيات بالطريقة المكشوفة في محافظة ديالى- قضاء بعقوبة ، مجلة الفتح ، العدد (٣٩)، ٢٠٠٩
١١. رعد مسلم اسماعيل ونورية صاعد فيصل ، الجدوى الاقتصادية لإنشاء بساتين النخيل الحديثة ، مجلة الزراعة العراقية ، المجلد (١٤)، العدد (٩)، ٢٠٠٩



١٢. رياض محمد علي عودة المسعودي، وسحر رعد هاشم، المعوقات الجغرافية لمركز تسويق المنتجات الزراعية في محافظة كربلاء، مجلة الباحث، العدد، (٣٢)، ٢٠١٩
١٣. صادق جعفر مهدي، المخاطرة ودورها في الهامش التسويقي لمحاصيل الخضر في العراق، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية، العدد(٦)، ٢٠١١
١٤. صلاح علي حمزة ، التباين المكاني لزراعة محصولي الذرة والماش في محافظة النجف الأشرف للمدة (٢٠٠١-٢٠١١)، مجلة البحوث الجغرافية، العدد (١٨)، كلية التربية للبنات، جامعة الكوفة، ٢٠١٣
١٥. عباس فاضل السعدي ، انتاج الخضروات ومدى كفايتها للسكان في العراق ، مجلة الزراعة والتنمية في الوطن العربي ، العدد (١٣)، اسنة الثالثة ، السودان ، ١٩٨٩
١٦. عبد العزيز بن محمد الشعيبي وجمال عبد الفتاح الملاح، دراسة تحليلية لأثر الوعي الاستهلاكي في حماية المستهلك، مجلة العلوم الزراعية والاغذية، جامعة الملك فيصل، المجلد (١٨)، العدد (٦)، ١٩٩٧
١٧. عدنان احمد ثلاثج، دراسة اقتصادية لبيان أثر المخاطر ودورها في الهامش التسويقي لمحاصيل الخضر في العراق للمدة (١٩٨٥ - ٢٠١٠)، مجلة زراعة الرافدين، كلية الزراعة والغابات، جامعة الموصل، المجلد (٤)، ٢٠١٢
١٨. عيسى محمد الغزالي ، السياسات الزراعية ، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الاقطار العربية ، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت ، العدد (٢١)، ٢٠٠٣
١٩. فيصل محبس الطاهر وشيماء ابراهيم الرفاعي، استجابة تراكيب وراثية من الذرة البيضاء لمواقع ومواسم مختلفة، مجلة جامعة ذي قار العلمية ، المجلد (٨) العدد (١)، جامعة ذي قار، ٢٠٢١
٢٠. ماجد السيد ولي محمد، العوامل الجغرافية وأثرها في انتشار الاملاح بترب السهل ما بين النهرين، مجلة الجمعية الجغرافية العراقية، المجلد السابع عشر، مطبعة العاني، بغداد، ١٩٨٦
٢١. ماجد السيد ولي محمد، الكثبان الرملية في سهل ما بين النهرين اسبابها وطرق الوقاية منها، مجلة الجمعية الجغرافية العراقية، العدد (٢١)، مطبعة العاني، بغداد، ١٩٨٧
٢٢. محمد خليفة الدليمي وسعدي محمد صالح السعدي، القوة العاملة الزراعية، المنتجة في العراق وامكانية التعويض والمناقلة، مجلة الجمعية الجغرافية، المجلد السابع عشر، مطبعة العاني، بغداد، ١٩٨٦.

٢٣. محمد علي الفراء، علم الجغرافية، دراسة تحليلية نقدية في المفاهيم والمدارس والاتجاهات الحديثة في البحث الجغرافي، مجلة الجمعية الجغرافية الكويتية، الكويت، ١٩٨٠
٢٤. مخلف شلال مرعي وصباح محمود الراوي، دور المعدلات الحرارية في تحديد مدة نمو الذرة الصفراء في العراق، مجلة الجمعية الجغرافية العراقية العدد (٣٣)، مطبعة العاني، بغداد، ١٩٨٩
٢٥. مخلف شلال مرعي ولؤي خضير أيشوع، أثر الحرارة والرطوبة في إنتاج القمح والشعير في قضاء الحمدانية مجلة التربية والتعليم ، المجلد (١٣)، العدد (١) السنة ٢٠٠٩
٢٦. منذر خماس جبار العبادي، اثر بعض العمليات الزراعية ، والزراعة المتداخلة على صفات النمو والصفات الخضرية لنباتات البرسيم ، مجلة الفرات للعلوم الزراعية ، العدد (١)، جامعة بابل، ٢٠١٠
٢٧. ميثم عبد الحسين حميد الوزان، المسالك التسويقية لمحصول الطماطة المنتج في محافظة البصرة للمدة (٢٠٠٢ - ٢٠١٤)، مجلة ميسان للدراسات الاكاديمية، المجلد (١٦)، العدد (٣١)، ٢٠١٧
٢٨. نغم حسين نعمه، سياسة الاغراق وسبل دعم حماية الانتاج المحلي\_ تطبيقات مختارة مع التركيز على العراق، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد (٧)، العدد (٣٠)، ٢٠١٤.
٢٩. وثاب شاكر محمود ، إنتاج الرز في العراق ، مجلة الزراعة العراقية، العدد (٢)، بغداد، ٢٠٠٥

#### رابعاً: التقارير الرسمية والمؤتمرات

١. ادارة سايلو الديوانية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.
٢. جريدة الوقائع العراقية ، قرار رقم (١٥٤) لسنة ٢٠٠١، العدد (٣٩٠٠) في ١٥/١٠/٢٠٠١.
٣. جريدة الوقائع العراقية، التعديل الأول لقانون بيع وايجار أموال الدولة رقم (٢١) لسنة ٢٠١٣، العدد (٤٤١٥) في ٥/٩/٢٠١٦.
٤. جريدة الوقائع العراقية، قانون بيع وايجار أموال الدولة رقم (٣٢) لسنة ١٩٨٦، العدد (٣٠٩٠) في ٢٤/٣/١٩٨٦.

٥. جمهورية العراق ، وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة ، ٢٠٢١ .
٦. جمهورية العراق ، وزارة الموارد المائية ، الهيئة العامة للمساحة ، خريطة محافظة القادسية ، بمقياس ١:١٠٠٠٠٠٠، لعام ٢٠١٦.
٧. جمهورية العراق، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، القسم الفني ، خريطة محافظة القادسية الادارية لعام ٢٠١٦.
٨. جمهورية العراق، وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء، المجموعة الإحصائية السنوية، ٢٠٢٢
٩. الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع القادسية ، الشعبة الهندسية ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.
١٠. مديرية الطرق والجسور في محافظة القادسية ، القسم الفني ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١.
١١. وزارة البلديات ، مديرية بلدية قضاء الديوانية ، شعبة الأملاك ، عقود بيع وإيجار املاك الدولة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.
١٢. وزارة البلديات ، مديرية بلدية قضاء الشامية ، قسم الاسواق والساحات ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.
١٣. وزارة البلديات ، مديرية بلدية قضاء الشامية ، قسم الأملاك ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.
١٤. وزارة التجارة ، الشركة العامة لتجارة الحبوب في محافظة القادسية ، قسم تسويق الانتاج الزراعي ، كراس الضوابط المعتمدة لاستلام المنتجات الزراعية للسنوات (٢٠١٨-٢٠١٩ ، ٢٠١٩-٢٠٢٠).
١٥. وزارة التجارة، الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع القادسية ، الشعبة الهندسية ، بيانات غير منشورة
١٦. وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، مديرية احصاء محافظة القادسية ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢٢.

١٧. وزارة الري ، تقييم استغلال الموارد المائية للأغراض الزراعية في العراق ، دراسة رقم (٢٤) ، ٢٠٠٠ ، ص ٧.
١٨. وزارة الزراعة ، مديرية زراعة محافظة القادسية ، قسم التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠٢١ .
١٩. وزارة الزراعة، شركة ما بين النهرين لإنتاج البذور/موقع الديوانية، وحدة المختبر، بيانات غير منشورة، ٢٠٢٢ .

#### خامساً: الدراسة الميدانية (المقابلات الشخصية)

١. الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع عدد من الفلاحين في ناحية السدير ، بتاريخ ٢٠٢٢/٤/٣٠ .
٢. الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس زيد حسين كاظم مسؤول وحدة التخطيط والمتابعة في سايو الديوانية، بتاريخ ٢٠٢٢/٥/٣ .
٣. الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس مجباس كاظم حسن ، مدير الشركة العراقية لإنتاج البذور / موقع غماس ، بتاريخ ٢٠٢٢/٥/٩ .
٤. الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع محمد هلال فالح، مدير مركز تسويق ناحية سومر بتاريخ ٢٠٢٢/٥/١٢ .
٥. الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس محمد خضير علي ، مدير شركة ما بين النهرين لإنتاج البذور / موقع الديوانية ، بتاريخ ٢٠٢٢/٥/٢٠ .
٦. الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع محمد فليح حسن ، مدير مركز تسويق المهناوية بتاريخ ٢٠٢٢/٥/٢٣ .
٧. الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع المزارع غازي عبادي عبدان في ناحية السدير بتاريخ ٢٠٢٣/٥/٢٤ .
٨. الدراسة الميدانية، مقابلة شخصية مع المهندس حيد محمد أمين، مدير شعبة ناحية الشنافية بتاريخ ٢٠٢٢/٦/٢ .
٩. الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع عدد من المزارعين في قضاء الديوانية بتاريخ ٢٠٢٢/٦/٢٣ .
١٠. الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع محمد توفيق حسن مدير مكتب تسويق الفواكه والخضر في علوة قضاء عفاك للفواكه والخضر بتاريخ ٢٠٢٢/٧/٢٢ .

١١. الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع عدد من المزارعين اصحاب البساتين في ناحية السنية ، بتاريخ ٢٠٢٢/٨/٣.
١٢. الدراسة الميدانية، مقابلة شخصية مع رئيس مهندسين اقدم، رئيس قسم الانتاج النباتي في مديرية زراعة محافظة القادسية، محمد فرج عيال بتاريخ ٢٠٢٢/٨/١١.
١٣. الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع عدد من تجار التجزئة في ناحية غماس بتاريخ ٢٠٢٢/٨/١٧.
١٤. الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس حيدر محمد لفته مسؤول قسم الأسواق والساحات بتاريخ ٢٠٢٢/٨/٢٢.
١٥. الدراسة الميدانية ، المقابلة الشخصية مع المهندس حسن الوائلي ، المدير العام لمديرية زراعة محافظة القادسية بتاريخ ٢٠٢٣ /٩ /١٣.
١٦. الدراسة الميدانية، المقابلة الشخصية مع مدير سايلو الديوانية محمد كاظم معين، بتاريخ ٢٠٢٢/١١/١٣.

#### سادساً: المواقع الالكترونية

١. قانون حماية المنتجات العراقية ، تقرير على الرابط الآتي: [www.iraq-Lg-Law.org/en/node/5/0](http://www.iraq-Lg-Law.org/en/node/5/0)
٢. عطا الله السرحان ، تقييم أنشطة التسويق الزراعي في الأردن (علاقة العرض والطلب) ٢٠٠٧، بحث منشور في الشبكة العالمية للمعلومات متوفر على الرابط الآتي: [www.misuratou.edu](http://www.misuratou.edu)
٣. الموقع الرسمي للشركة العامة لتجارة الحبوب، ٢٠١٦، متوفر على الرابط الآتي: <http://www.grainb.iq>
٤. في التقرير على الرابط الآتي: <https://www.ar.glosbe.com>
٥. سعدية هلال حسن، الاستراتيجية الزراعية في العراق وابرز المعوقات في نظر الاستثمار، هيئة استثمار الديوانية/ <https://www.facebook.com/investdiw>

سابعاً: المصادر والمراجع الانجليزية

- (1) Richard Kohls and Joseph N. Uhl, Marketing Agriculture al- products, MacMillan Lu, Co Imc, 1980.
- (2) catlar. Ph. & ARM. Storong. G., (1993), Marketing an Introduction, Prentice- Hue.1939.
- (3) J. W. W. web, population in trends in geography, edited by Ronald V. Gooke Press London, 1969.
- (4) Harold H. Kassarian and Thomas S. Robentson ((Perspectives in consumer behavior)) scott, Foresman 1968
- (5) In emotional Conference for Sustainable agricultural development march 2020 forum J. Agric res & Dev.. Vol. 34 No. 1(B). march. 2020.

الملاحق

ملحق (١)

التوزيع الجغرافي لحجم عينة الدراسة

القضاء	الناحية	حجم المجتمع الاصلي	نسبة العينة الى المجتمع الاصلي	حجم العينة	نسبة العينة الى مجموع العينة
الديوانية	مركز قضاء الديوانية	٤٦٨	٢	٩	٢
	السنية	١٠١٢	٢	٢١	٤
	الدغارة	١١٣٤	٢	٢٢	٤
	الشافعية	٥٢٣	٢	١١	٢
المجموع		٣١٥٥	٢	٦٣	١٢
عفك	مركز قضاء عفك	٧٩٨	٢	١٦	٣
	سومر	٢٥٣١	٢	٥٠	١٠
	نفر	٦٨٥	٢	١٤	٣
	البيدير	٣٢٢٧	٢	٦٤	١٣
المجموع		٧٢٤١	٢	١٤٤	٢٩
الحمزة	مركز قضاء الحمزة	٢٠٥٣	٢	٤١	٨
	السدير	١١٤٣	٢	٢٣	٥
	الشفافية	١٤٦٥	٢	٢٩	٦
المجموع		٤٦٦١	٢	٩٣	١٩
الشمالية	مركز قضاء الشمالية	١٣٠٣	٢	٢٦	٥
	المهناوية	٣٧٣٦	٢	٧٥	١٥
	الصلاحية	١٢٠٢	٢	٢٥	٦
	غماس	٣٢٠٠	٢	٦٤	١٤
المجموع		٩٤٤١	٢	١٩٠	٤٠
المجموع الكلي		٢٤٤٩٨	٢	٤٩٠	١٠٠

المصدر: جمهورية العراق، وزارة الزراعة، مديرية زراعة محافظة القادسية، قسم الاحصاء، بيانات غير منشورة، ٢٠٢٢.

تم استخراج حجم العينة حسب القانون: حجم العينة = نسبة العينة الى المجتمع × حجم المجتمع الاصلي ÷ ١٠٠  
 نسبة العينة الى مجموع العينة = عدد الفلاحين والمزارعين في الناحية / عدد الفلاحين والمزارعين في المحافظة × ١٠٠  
 للاستزادة ينظر: ١. فايز جمعه النجار ونبيل جمعه النجار وماجد راضي الزعبي، اساليب البحث العلمي (منظور تطبيقي)، ط٢، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠، ص ١١٥.  
 ٢. نبيل جمعه صالح النجار، الاحصاء في التربية والعلوم الانسانية مع تطبيقات برنامج (SPSS)، ط١، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠، ص ٣٧.



## ملحق (٢)

استمارة الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة القادسية / كلية الآداب

قسم الجغرافية / الدراسات العليا

مرحلة الدكتوراه

م/ استمارة الاستبانة للدراسة الموسومة بـ

(التحليل المكاني لتسويق الإنتاج الزراعي النباتي في محافظة القادسية)

الاخوة الفلاحين والمزارعين الكرام ...

ان الغاية من هذه الاستمارة هي لأغراض علمية بحثه من اجل إتمام متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه ، فنرجو منكم تزويدنا بالمعلومات الدقيقة والصحيحة.

شاكرين تعاونكم معنا...

أعداد طالب الدكتوراه

أشراف

طراد كزار عبد

أ. د. صلاح ياركة ملك

المحور الأول: معلومات عن المزارعين والفلاحين

١. المحافظة  القضاء  لناحية ٢. الجنس ذكر  انثى ٣. العمر  سنة

٤. التحصيل الدراسي :

يقرأ ويكتب	ابتدائية	متوسطة	اعدادية	شهادات عليا	يذكر التخصص
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

٥. ما خبرتك بالعمل الزراعي : مكتسبة  متوارثة  الاثنان معاً ٦. ما عدد سنوات ممارسة زراعة المحاصيل  سنة٧. كم عدد افراد العائلة؟  كم عدد العاملين منهم في الزراعة؟ ٨. كم يبلغ دخلكم الشهري؟  دينار عراقي

المحور الثاني : معلومات عن الحقل الزراعي

١. اين يقع الحقل الزراعي؟ قضاء  ناحية
  ٢. كم تبلغ مساحة الحقل الكلية؟  دونم
  ٣. كم تبلغ المساحة المزروعة فعلاً؟  دونم
  ٤. ما نوع الحيازة الزراعية؟ بستان  حقل
  ٥. ما نوع عائدية الأرض؟ ملك خاص  ايجار  تعاقد  غيرها تذكر
  ٦. هل الحقل قريب من طرق النقل المعبدة؟ نعم  لا
- إذا كان الجواب نعم ما مقدار المسافة؟

المحور الثالث: معلومات عن الإنتاج الزراعي

١. ما المساحة المزروعة فعلاً بمحاصيل الحبوب؟  ونم

حنطة بـ(دونم)	شعير بـ(دونم)	شلب بـ(دونم)	ذرة صفراء بـ(دونم)

٢. ما المساحة المزروعة فعلاً بمحاصيل الخضر؟  دونم

٣. ما المساحة المزروعة فعلاً بمحاصيل البستنة؟  دونم

نخيل بـ(دونم)	اشجار فاكهة بـ(دونم)	نخيل واشجار فاكهة بـ(دونم)

٤. ما المساحة المزروعة فعلاً بمحاصيل العلف؟  دونم

جت بـ(دونم)	برسيم بـ(دونم)	ذرة بيضاء علفية بـ(دونم)

٥. ما الغرض من الإنتاج؟

الاكتفاء الذاتي	التسويق	الاثنان معاً

٦. هل يتم الإنتاج الزراعي؟

توجيه حكومي	توجيه من الجمعيات التعاونية	اختيار شخصي	غير ذلك يذكر

المحور الرابع : معلومات عن التسويق الزراعي (النباتي)

١. ما نوع المحصول المسوق؟  و

٢. ما كمية المحصول المسوق؟  طن

٣. هل يكون التسويق ؟ داخل المحافظة  أين

خارج المحافظة  أين

٤. ما نوع واسطة النقل وعائديتها؟

عائديتها		نوعها
مؤجرة	ملك خاص	
		سيارة حمل كبيرة
		سيارة حمل متوسطة
		سيارة حمل صغيرة

٥. هل واسطة متخصصة في تسويق المحاصيل الزراعية؟ نعم  لا

٦. هل كلفة النقل مساوية لأسعار المحاصيل المسوقة؟ نعم  لا

٧. ما نوع الطريق الذي يربط الحقل الزراعي بالسوق؟ هل هو ترابي  شبه مبلط  مبلط

٨. كيفية تسويق المحصول :

بيع مباشر	السوق	الاسعار	على الطريق	وصول المشتري الى الحقل	بطريقة الضمان	اسواق العلوي الرسمية

٩. أي الأسواق تفضل اثناء التسويق ؟. أسواق الجملة  أسواق التجزئة (المفرد)

١٠. ما الجهة التي تسوق لها محاصيل الحبوب؟.

السوق المحلية	السايلوات	الاثنان معاً

١١. كيفية تسويق محصول التمر

مكبوس	غير مكبوس	صناديق	اكياس نايلون	اعلاف

## المحور الخامس: مشكلات التسويق الزراعي النباتي

١. المشكلات التي واجهتك اثناء عملية التسويق

الامطار	ارتفاع درجات الحرارة	الاسعار	المسافة	رداءة الطرق	ارتفاع اجور النقل	عدم توافر منافذ التسويق	اخرى تذكر

٢. المشكلات التي واجهتك في تسويق محاصيل الحبوب الى السايلوات ؟ تذكر

أ. ب. ج. د.

٣. هل منافذ تسويق محاصيل الحبوب (الحنطة والشلب) كافية؟ نعم كلا

٤. المشكلات التي يعاني منها اصحاب (علاوي بيع الفواكه والخضر)

ارتفاع اسعار ايجار العلاوي	صعوبة وصول المحاصيل الزراعية	اخرى تذكر

٥. ما هي مقترحاتك لتطوير العملية التسويقية ؟. تذكر بحسب

أ. تسويق محاصيل الحبوب

١ \_\_\_\_\_

٢ \_\_\_\_\_

٣ \_\_\_\_\_

ب. تسويق محاصيل الفواكه والخضر

١ \_\_\_\_\_

٢ \_\_\_\_\_

٣ \_\_\_\_\_

ت. تسويق محاصيل التمور

١ \_\_\_\_\_

٢ \_\_\_\_\_

٣ \_\_\_\_\_

شكراً لحسن تعاونكم ...

ملحق (٣)

معدل انتاج وكمية المحاصيل الزراعية المسوقة في محافظة القادسية للمدة (٢٠١٨-٢٠٢١) أولاً: معدل الانتاج وكمية محاصيل الحبوب المسوقة

النسبة (%)	معدل الكمية المسوقة (طن)	النسبة (%)	معدل الانتاج (طن)	المحصول
٥٦	١٨٠٩٣٤,٣	٥٤,٤٣	٢٠٤٣٦٤,٣	الحنطة
١٩,٥٣	٦٣٠٧٤	٢١,٤٢	٨٠٤٥٤,٣	الشعير
٢٢,٨٥	٧٣٨٣٩	٢٢,٧٧	٨٥٥١٩	الشلب
١,٦٢	٥٢١٦	١,٣٨	٥٢١٦	الذرة الصفراء
١٠٠	٣٢٣٠٦٣,٣	١٠٠	٣٧٥٥٥٣,٦	المجموع

المصدر: (١) جمهورية العراق، وزارة الزراعة، مديرية زراعة محافظة القادسية، قسم الاحصاء، بيانات غير منشورة، ٢٠٢١. (٢) جمهورية العراق، وزارة التجارة، الشركة العامة لتجارة الحبوب فرع القادسية، ادارة المخازن، بيانات غير منشورة ٢٠٢١.

ثانياً: معدل الانتاج وكمية محاصيل الخضر المسوقة

النسبة (%)	معدل الكمية المسوقة (طن)	النسبة (%)	معدل الانتاج (طن)	المحصول
٧٨,٦٥	٧٨٥٢٠,٦	٧٨,٦٥	٧٨٥٢٠,٦	الخضر الصيفية
٢١,٣٥	٢١٣٠٨,٤	٢١,٣٥	٢١٣٠٨,٤	الخضر الشتوية
١٠٠	٩٩٨٢٩	١٠٠	٩٩٨٢٩	المجموع

المصدر: جمهورية العراق، وزارة الزراعة، مديرية زراعة محافظة القادسية، قسم الانتاج النباتي، شعبة التسويق الزراعي، بيانات غير منشورة ٢٠٢١.

ثالثاً: معدل انتاج وكمية محاصيل البستنة المسوقة

النسبة (%)	معدل الكمية المسوقة (طن)	النسبة (%)	معدل الانتاج (طن)	المحصول
٩٨,٤٢	٤٤٠٧٥,٧	٩٨,٤٢	٤٤٠٧٥,٧	اشجار النخيل
١,٥٨	٧٠٧	١,٥٨	٧٠٧	اشجار الفاكهة
١٠٠	٤٤٧٨٢,٧	١٠٠	٤٤٧٨٢,٧	المجموع

المصدر: جمهورية العراق، وزارة الزراعة، مديرية زراعة محافظة القادسية، قسم الانتاج النباتي، شعبة التسويق الزراعي، بيانات غير منشورة ٢٠٢١.

رابعاً: معدل انتاج وكمية محاصيل العلف المسوقة

النسبة (%)	معدل الكمية المسوقة (طن)	النسبة (%)	معدل الانتاج (طن)	المحصول
٥٣	٩٨٦٥,٦	٥٦,٨٨	٢٤٠١٢,٩	الجت
٤٧	٨٧٤٢,١	٤٣,١٢	١٨١٩٨,٨	البرسيم
١٠٠	١٨٦٠٧,٧	١٠٠	٤٢٢١١,٧	المجموع

المصدر: جمهورية العراق، وزارة الزراعة، مديرية زراعة محافظة القادسية، قسم الانتاج النباتي، شعبة التسويق الزراعي، بيانات غير منشورة ٢٠٢١.

ملحق (٤) مصفوفة البيانات الخاصة بالتحليل الاحصائي

القضاء	الناحية	الكمية المسوقة من المحاصيل										السعر للطن الواحد (بالدينار العراقي)										تكاليف النقل للطن الواحد (بالدينار العراقي)						عدد المركبات	اطوال الطرق		
		الحنطة	الشعير	الشلب	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء	الذرة الصفراء			الذرة الصفراء	
الديوانية	م. ق. الديوانية	7969.2	3946.7	0	34	10917.5	1367.5	1232.41	450000	400000	0	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	18	53
	ن. السنوية	7562.7	815.9	201.6	193	1971.4	870.4	773	445000	390000	700000	480000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	23	25	
	ن. الدغارة	11117.1	6865.1	787	771.1	2413.3	7752	4061.5	450000	375000	750000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	36	31	
	ن. الشافعية	6700	564.3	771	147	1170	1252	1708.52	460000	400000	700000	400000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	460000	19	56
عفك	م. ق. عفك	3211.6	7186.3	0	603.7	3134.7	9281.2	956.75	470000	410000	0	400000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	21	19	
	ن. سومر	10011.8	9340	1276.3	972.5	13650	3536	802.78	465000	380000	650000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	17	18	
	ن. نفر	10067.9	4781	0	443.3	11719.2	1524	286	450000	390000	0	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	54	7	
	ن. البدير	11965.1	12048	156	1430	2448.5	2925.8	313.73	475000	400000	625000	400000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	36	52	
الحمزة	م. ق. الحمزة	17866.2	3397.8	0	164.4	1454.3	14740	1838.12	450000	380000	0	350000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	450000	26	35	
	ن. السدير	12601.5	4055.6	0	276	2650.9	1507	1438	425000	375000	0	400000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	425000	38	53	
	ن. الشنافية	8723.6	6252.7	290.5	181	1660.6	921	439.11	440000	400000	650000	400000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	440000	45	69	
الشامية	م. ق. الشامية	26856	0	23804	0	524.5	0	5372.5	480000	0	850000	0	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	46	36	
	ن. المهناوية	12812.7	318	16257	0	175.3	0	7120.5	475000	380000	800000	0	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	475000	22	15	
	ن. الصلاحية	8978.2	232	11681.4	0	172	0	6111.63	470000	375000	750000	0	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	470000	16	5	
	ن. غماس	19660.7	3270.6	18614.3	0	1089.1	0	11918	480000	410000	800000	0	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	480000	73	31	
	المجموع	176104.3	63074	73839.1	5216	78520.6	22307.6	44372.55	-	18598.7	18598.7	0	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	18598.7	490	505	

المصدر: بالاعتماد على:

(١) بيانات الجداول (٢٨) و(٢٩) و(٣٠) و(٣١) و(٣٢) و(٣٣) و(٣٥) و(٣٧).

(٢) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور الرابع .

(٣) الدراسة الميدانية ، استمارة الاستبانة ، المحور (الثاني).

## **Abstract:**

Research into the marketing of agricultural plant production in Al-Qadisiyah Governorate for the period (2018-2021) is of importance in order to determine the quantities produced of agricultural and marketed crops and the extent of their variation, as well as the production movement for each crop starting from the production site and ending with the final consumer, Passing through all the marketing stages in which the crop may be stopped for the purposes of storage, packing or packaging. Marketing represents the final stage of the overall activity and agricultural production processes. From this scientific standpoint, the research problem is represented by the main question (To what extent do geographic factors influence the marketing of agricultural plant production in Al-Qadisiyah Governorate?) This was done through studying the natural factors represented by (geographical location, area, surface, and climate), in addition to studying the human geographical factors represented by (market size, population's dietary pattern, transportation methods, and transportation costs). the money), The thesis aims to reveal the geographical factors affecting marketing, relying on analysis and interpretation through objective reasoning and scientific foundations, as well as revealing development methods to improve marketing operations.

The importance lies in the implementation procedures of the proposals by decision makers and agricultural policy makers as mature consultations for rearranging the spatial organization of the complex structure of marketing operations and employing geographical factors to serve the overall agricultural (plant) production processes leading to the final commodity.

The research relied on the systematic approach that studies the geographic factors affecting the marketing of agricultural plant production. The crop approach was adopted to complement the systematic approach to studying agricultural crops, using the quantitative method of representing data within tables showing the extent of the spread of production and its marketing areas.

The study was divided into an introduction and five chapters. The first chapter dealt with (the theoretical framework of the study), while the second chapter dealt with (geographical factors affecting the marketing of agricultural and plant production in Al-Qadisiyah Governorate, The third chapter studied (spatial analysis of the qualitative composition of agricultural plant production in Al-Qadisiyah Governorate for the period (2018-2021), while the fourth chapter discussed (institutions and methods of marketing agricultural plant production in Al-Qadisiyah Governorate), While the third section was used to analyze the spatial relationships between the marketed quantities of agricultural and vegetable crops and the variables affecting them in Al-Qadisiyah

Governorate. The fifth chapter was concerned with identifying (the problems of marketing plant agricultural production in Al-Qadisiyah Governorate, and ways to develop them). The research reached a set of conclusions and recommendations, the most important of which is that human factors have the greatest impact on the marketing process and control the value of supply and demand in the markets, while the impact of natural factors was limited due to the limited variation in those factors resulting from the small area of the governorate.

The research included the qualitative composition of agricultural (vegetable) production and included four groups of crops, The study showed that grain crops accounted for (87%) of the total area invested in agricultural crops, While the other groups accounted for (13%), vegetable crops accounted for (5.5%) of the total cultivated area. While the area cultivated with horticultural crops accounted for (4.6%) of the total average cultivated area in the whole of Al-Qadisiyah Governorate, while fodder crops accounted for (2.9%). The research also dealt with the geographical distribution of agricultural and plant production marketing institutions in the governorate and their mechanism of action, as well as the efficiency of the performance of each institution.

The research included a study of the methods of marketing plant agricultural production, as the average marketed quantities of grain crops (wheat, barley and rapeseed) amounted to (317847.3 tons), of which the wheat crop accounted for (56.92%), while the rice crop accounted for (23.23%). As for the barley crop, it constituted (19.84%), while the marketed quantities of summer vegetable crops constituted (78.65%) of the total production of marketed vegetable crops in Al-Qadisiyah Governorate. While the marketed quantity of winter vegetable crops constituted (21.35%) of the same total, and it appeared that the marketed horticultural crops were limited to crops (dates and fruits) amounted to (44782.07 tons), while fodder crops, the average marketed quantities amounted (to (18607.7 tons).

The research showed that the marketing process faces a number of marketing problems and difficulties that the marketing system suffers from, foremost of which is the weakness of the infrastructure of marketing centers, and the weakness of marketing functions in Al-Qadisiyah Governorate, and trying to find solutions for them, developing them, and developing a strategy for them.



Republic of Iraq  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
University of Al-Qadisiya  
College of Arts  
Geography Department



# **Spatial analysis for marketing of plant agricultural production in Al-Qadisiyah Governorate**

**Thesis**

**submitted by:**

**Trad Kzar Abad al airdee Alardy**

**Submitted To The council of college of Arts AL-Qadisiya University  
Which As a partial of fulfillment of the Requirements of PhD Degree  
in Geography**

**Supervised by**

**Prof. Dr. Salah Yarga Malak**

**2023 A.D**

**1445 A.H**