

## الأساليب المستخدمة في التسويق الزراعي

يمكن التعرف على الأساليب المستخدمة في دراسة ماهية التسويق الزراعي من خلال المداخل الآتية:

### أولاً - المدخل الوظيفي

تقسم فيه مراحل التسويق الزراعي إلى وظائف محددة كما يأتي:

#### 1- وظيفة التبادل

تشمل نشاطين رئيسيين هما البيع والشراء :

#### أ- البيع

تنتقل ملكية السلع أو الحاصلات أو الخدمات من مالكيها ومنتجها إلى المشتري سواء كان تاجراً أو وسيطاً أو مستهلكاً نهائياً، وقد يكون البيع مباشراً أو من خلال وسيط، وتتضمن مراحل البيع الآتي :

- **خلق طلب على السلع** : وذلك عن طريق تشجيع المستهلك على امتلاك السلع، ويتم ذلك من خلال رغبة المستهلك والدعاية والإعلان و مندوب المبيعات.

- **شروط البيع** : يجب أن تكون شروط البيع واضحة من حيث السعر والكمية ومواعيد التسليم وطريقة التسديد إلى غير ذلك من الشروط.

- **نقل الملكية** : يتم فيها نقل ملكية السلع إلى المشتري بعد دفع الثمن أو الاتفاق على طريقة التسديد.

#### ب - الشراء

يعد الشراء إحدى الوظائف التسويقية التبادلية، حيث يحدد المشتري أنواع السلع التي يرغب في شرائها وتحديد البائعين، ومواصفات السلع ونوعيتها، ثم الاتفاق على الشراء، ويتم الشراء بعدة طرائق منها:

- طريقة الرتبة أو الدرجة : يوجد لكل سلعة رتب أو درجات معينة، أو حسب الاتفاق على شروط ومواصفات محددة يطلبها المشتري، ويتم تحديد السعر والشراء بناءً على ذلك .

- طريقة العينة : يحصل المشتري من المنتج أو البائع على عينة تمثل السلعة تمثيلاً جيداً، وعلى أساسها يتم الشراء.

- الطريقة المباشرة : يقوم المشتري بنفسه أو من ينوب عنه بمعاينة السلعة والتعرف على مواصفاتها وتحديد جودتها، ومن ثم يتم الشراء.

وبصفة عامة عند إجراء عملية الشراء يجب مراعاة مواعيد توريد السلع، وتحديد السعر، وتوضيح شروط الشراء مثل نسب الخصم أو مواعيد التسديد أو الدفع.

## 2 - أنشطة مادية

هي تلك الأنشطة التي ترتبط بانتقال وتناول السلع والمواد مادياً من مكان إنتاجها إلى مكان عرضها المناسب، وتشمل هذه الأنشطة الآتي :

### أ - التخزين

يضيف التخزين المنفعة الزمانية للسلع والمنتجات، حيث يحقق ( فوائد التخزين ) استمرار تدفق السلع وتسويقها على مدار العام، والحد من التقلبات السعرية للسلع ارتفاعاً أو انخفاضاً بما يوفر السلع بسعر مناسب طوال العام، كما يؤدي التخزين إلى حفظ السلع والمنتجات من التلف والفقء، وتسهيل عمليات النقل، وضمان استمرار السلع وقت الأزمات والحروب، ويتم التخزين في مخازن عادية أو مبردة أو ثلاجات تبريد....، وبطبيعة الحال فإن سعر السلعة يتحدد وفقاً لسعر شراء السلعة من المشتري أو الوحدة الإنتاجية مضافاً إليه تكلفة التخزين وفقاً للمدة الزمنية وطريقة التخزين المناسبة لكل سلعة أو منتج.

### ب - النقل

يعد النقل من الوظائف التسويقية الرئيسية، حيث يتم نقل السلع والخدمات من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها، أو نقل السلع إلى الأماكن التي يزداد فيها الطلب على السلعة، ويحقق النقل المنفعة المكانية للسلع والمنتجات، وذلك عن طريق نقلها من مكان إلى مكان آخر في الوقت المناسب، ويتم النقل بوسائل عديدة منها:

- **النقل البري** : يشمل كافة وسائل النقل البري سواء السكك الحديدية أو النقل بالعربات وسيارات النقل والبرادات ويستخدم داخل الإقليم أو المنطقة أو داخل الدولة ، كما يستخدم بين الدول المتجاورة التي ترتبط مع بعضها بشبكة طرق برية ، وتتوسط تكلفة النقل البري من حيث سعرها بين تكلفتي النقل البحري والنقل الجوي.

- **النقل البحري** : يشمل وسائل النقل النهري والبحري سواء كانت مراكباً أو سفناً كبيرة أو متوسطة، متخصصة أو غير متخصصة، مجهزة أو نصف مجهزة، وهي أرخص وسائل النقل إلا أنها تحتاج إلى وقت لنقل السلع والبضائع أكثر مما يحتاجه النقل الجوي أو البري.

- **النقل الجوي** : يعد أحدث وأسرع وسائل النقل وأكثرها تكلفة ، إلا أنه يلائم السلع والمنتجات سريعة التلف أو التي تنقل بصورة طازجة مثل الزهور، ويوجد حالياً طائرات نقل متخصصة لنقل البضائع والسلع، ويجب التنويه إلى ضرورة توفر وسائل النقل الملائمة لكل سلعة أو منتج، مع مراعاة مسافة النقل ومناخ التوزيع وتكاليف النقل ووصول السلع في الوقت المناسب بما يحقق رفع الكفاءة التسويقية للسلع والمنتجات .

### ماهي معايير اختيار وسيلة النقل ؟

- الكلفة .
- السرعة .
- المصدقية : أي مدى التزام وسيلة النقل بالخدمات المطلوبة للسلعة .
- مدى توفر وسائل النقل المختلفة .
- المقدرة : أي إمكانية وسيلة النقل على توفير الخدمات المطلوبة للسلعة .
- القدرة على النفاذ : أي قدرة الجهة الناقلة على تخطي العقبات التي يمكن أن تواجهها .
- الأمن والأمان : أي قدرة وسيلة النقل على إيصال السلعة بالحالة المرغوبة ودون حصول أضرار .
- المتابعة : أي قدرة وسيلة النقل بإجراء عمليات متابعة على السلعة حتى إيصالها للمكان المرغوب .

### ما هي العوامل التي يجب أن تتوفر في وسيلة النقل ؟

- أن تكون قادرة على إنجاز المهمة في الأوقات والشروط المطلوبة .
- أن تتم العملية بالسرعة المطلوبة .

- أن تنجز عملية النقل مع المحافظة على جودة السلعة .

- أن تكون الكلفة قليلة دون التفريط بالعوامل السابقة .

### ج - التجميع

يقصد به تجميع وتركيز الحاصلات أو السلع أو المنتجات سواء على حالتها الخام أو في صورة مصنعة أو نصف مصنعة في أماكن تجميع معينة حتى تصل إلى الحجم المناسب للتسويق، وعادة يقوم بها الوكلاء المحليين أو المنتجون أنفسهم، وتساهم عملية التجميع في خفض تكاليف نقل أو شحن الوحدة من المنتج وإنجاز الوظائف التسويقية التالية، وموافاة التجار والأسواق بكميات كبيرة من سلع تتسم بالتجانس والنوعية.

### د - الفرز والتدريج

يعد الفرز والتدريج من الوظائف التسويقية المهمة، حيث تقسم السلع إلى مجموعات أو أقسام متجانسة من حيث الشكل واللون والحجم ...، أو غيرها من الصفات مثل عزل التالف وغير الصالح منها، أو إعطاء كل قسم من السلعة درجة معينة أو مسمى معين أو رتبة معينة، حيث يسهل ذلك عملية البيع بين المنتج والمشتري ويحسن الكفاءة التسويقية من خلال معرفة الرتب ودرجات الجودة لكل سلعة، وترتبط هذه الوظيفة بأذواق المستهلكين والغرض من استخدام السلعة .

### هـ - التعبئة والتغليف

تعني وضع الحاصلات أو السلع في عبوات ملائمة ومناسبة تناسب ذوق المستهلك النهائي من حيث شكل العبوة وحجمها والبيانات المدونة عن السلعة واسم المنتج وتاريخ الإنتاج والعلامة التجارية وغيرها من البيانات اللازمة لكل سلعة، وتختلف أنواع العبوات وفقاً للسلع فقد تكون عبوات زجاجية أو بلاستيكية أو كرتونية أو أقفاص أو غيرها من العبوات، كما يتم تغليف وتعبئة الخضروات والفاكهة الطازجة في عبوات ملائمة.

### 3- أنشطة العمليات المساعدة ( التسهيلية )

تتلخص أنشطة العمليات المساعدة في كيفية التعامل مع المنتجات المختلفة، ومن ثم القيام بإجراء التغييرات الضرورية الكفيلة بجعل تلك المنتجات قابلة للاستهلاك أو الاستخدام، وتنبأين هذه العمليات بتباين المادة أو المحصول المطلوب، وتشمل الأنشطة الآتية :

## أ - التقييس

هي خضوع المنتوجات لقياسات معروفة محلية أو قطرية أو دولية، ويحقق ذلك سهولة في التعامل والاستفادة من الجوانب المتعلقة بالتنوع، كما يسهل تحديد الأسعار للمواد والسلع المختلفة، وبالتالي تسهيل عملية التبادل بين الأطراف.

## ب- التمويل

يعد التمويل من الوظائف التسويقية التي تيسر وتسهل انسياب مختلف الوظائف التسويقية عن طريق الاقتراض من الأفراد أو المؤسسات التمويلية المختلفة، حيث يساعد التمويل على تدبير الأموال اللازمة للعملية التسويقية ك شراء المنتجات والسلع، وسداد تكاليف الوظائف التسويقية كالنقل والتخزين والدعاية ودفع الأجر وشراء الأجهزة والمعدات ... .

## ج- تحمل المخاطر

يقصد بها كافة الأخطار التي تحيط بالسلع والمنتجات عبر انتقالها من أماكن إنتاجها وحتى وصولها إلى المستهلك والمستفيد النهائي مروراً بالوسطاء والأسواق والتجار وكافة الوظائف التسويقية، ويمكن تجميع أنواع المخاطر في مجموعتين أساسيتين على النحو الآتي :

- **مخاطر طبيعية** : تتمثل في الحوادث والأمطار والحريق والسطو والسرقة ...، ويمكن تجنب تلك الأخطار عن طريق التأمين على تلك السلع بشركات التأمين، أو يتحمل تلك الأخطار الأفراد والمؤسسات العاملة في حالة عدم التأمين.

- **مخاطر اقتصادية** : تنشأ نتيجة انخفاض أسعار السلعة أو المنتج، أو ظهور سلع جديدة تحل محل السلعة موضع الاعتبار، أو التغير في الكميات المعروضة أو المطلوبة من السلعة، ويمكن تجنب ذلك عن طريق إجراء دراسات دقيقة للأسعار والأسواق وأذواق المستهلك ومدى توافر السلع والمنتجات من خلال البيانات والمعلومات التسويقية الدقيقة.

## د - معلومات السوق

تتلخص في تجميع وتفسير البيانات الضرورية والمتعلقة بالعمليات التسويقية، فأسعار السلع والمنتجات ونوعياتها، واتخاذ القرارات الصائبة والمناسبة، ومعرفة متى وأين وكيف يشتري المزارع ويبيع، كذلك سعة الأسواق

وتنوع المعروض فيها، وحاجة المستهلكين المختلفة، والقدرة الشرائية عند المستهلك، والتخزين المناسب، والنقل الفعال وتسليم المواد، كلها تعتمد على توفر وإطلاع كافٍ على معلومات السوق.

## ثانياً - المدخل المؤسسي

يرتبط بتحديد مختلف الجهات العاملة في مجال التسويق الزراعي من ناحية الترتيبات والتنظيمات الإدارية التي تطبقها في أنشطتها، وتقسّم هذه الجهات العاملة إلى :

### 1- الوسطاء التسويقيون

أفراد أو هيئات تعمل كوسيط بين المنتج والمستهلك، وتختص في عمليتي البيع والشراء أو في إحداهما لإتمام نقل ملكية السلعة أو تملكها ثم إعادة بيعها، وقد يعملون فرادى أو ينتظمون في شركات ومنظمات تعاونية، ويصنف الوسطاء التسويقيون إلى ثلاث فئات على النحو الآتي :

أ - **التجار** : ينقسم التجار إلى فئتين هما : تجار الجملة وتجار التجزئة، ويسعى التجار إلى شراء السلع وبيعها مقابل هامش ربحي معين.

ب - **الوكلاء** : يعمل الوكلاء مندوبين لعملائهم من دون أن تنتقل ملكية السلعة إليهم، ويحصلون على عمولة تتناسب مع المهام التسويقية التي يؤدونها وأهمهم : السماسرة والوكلاء بالعمولة ووكلاء الشراء.

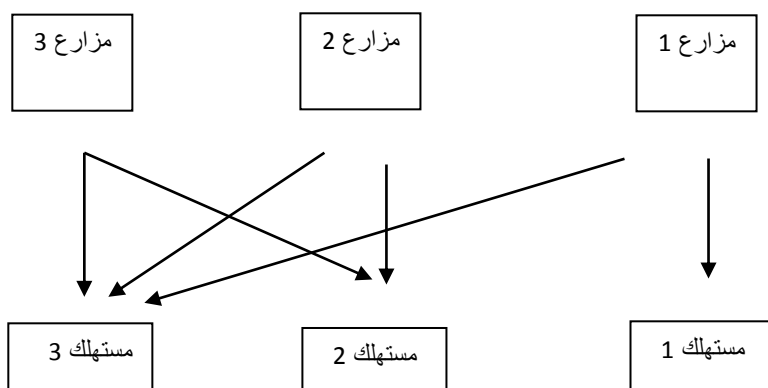
ج - **المضاربون** : هم الوسطاء الذين ينجزون بعض العمليات التجارية غير النظامية في السوق، بهدف الحصول على الربح السريع نتيجة تقلبات الأسعار في السوق.

### 2- المؤسسات التسويقية الزراعية

تقوم بتقديم المنافع الزمانية والمكانية والشكلية للمواد الزراعية سواء كانت مواداً خاماً أو مواداً جاهزة للاستهلاك، بالإضافة لأنشطة أخرى مثل التدرّج وتصنيف السلع والنقل والتسعير...، وكل ذلك مقابل مبالغ يتفق عليها.

يساعد المدخل المؤسسي على فهم طبيعة النظام المستخدم في عملية توزيع السلع الزراعية إلى أسواقها المستهدفة، كذلك وجود نظم توزيع متخصصة للسلع الزراعية بسبب تزايد عدد الوسطاء المتخصصين في عمليات نقل وتأمين وتصنيف وتجميع وتخزين السلع الزراعية ، وهناك نظامان لعملية توزيع السلع الزراعية كما هو موضح في الشكلين الآتيين :

أ- الشكل الأول نظام التوزيع المباشر



ب- الشكل الثاني يمثل منفذ توزيع متعدد القنوات

