

تسويق محصول القمح في محافظة صلاح الدين مركز تسويق الشرجاط نموذجاً
Marketing wheat crops in Salah al-Din Governorate Al- Sharqat
Marketing Center as a model

م. د محمود صالح عطية

Lect.Dr. Mahmood Saleh Atia

الجغرافية البشرية / دراسات سكانية Human Geography / Population Studies

المديرية العامة لتربية محافظة صلاح الدين General Directorate of Education

Salah al-Din Governorate of

المستخلص:

الهدف الاساسي من التسويق الزراعي لمحصول القمح هو عملية تسهيل وصول المنتج الزراعي الى مراكز الخزن والتوزيع الخاصة به ليسهل بعد ذلك وصوله الى مراكز تصنيعه وتوزيعه لإيصاله الى مركز التوزيع المخصص، فلا قيمة للسلع والبضائع الا في حال وصولها الى المستهلك، كان للخصائص الجغرافية الطبيعية دور بارز و ايجابي في زيادة المساحات المزروعة بمحصول القمح حيث توفر التربة الملائمة ومصادر المياه المتمثلة بهر دجله والمياه الجوفية، كان لها الاثر في رقد مركز التسويق بمحصول القمح، هذا واهتمت الدراسة بمعرفة ابرز المشكلات والتحديات التي تواجه العملية التسويقية ووضع الحلول اللازمة لها لتخفيف عن كاهل المزارعين وتشجيعهم على زيادة الانتاج رأسياً وافقياً، وتم استخدام المنهج الوظيفي الذي يتم فيه تصنيف الانشطة الى مجاميع متعددة أو وضائف تبادلية كالبيع والشراء والنقل والتقييس والتخزين والتمويل، ويعد سايلو الشرجاط من المنشأة الفريدة في العراق لخرن الحبوب اذ يمتلك ثلاث خزانات هي (الخزانات العمودية الكبيرة، الخزانات العمودية الصغيرة، والخزانات النجمية) في تلك الخزانات يتم استغلال اكثر الاجزاء في خزن الحبوب وبتفاصيل دقيقة وبطريقة هندسية فريدة. ويتمتع هذا المركز التسويق بموقع جغرافي مميز حيث يتوسط اربعة محافظات لا تزيد المسافة بين مركز التسويق وتلك المحافظات عن (10) كم طول وهذه المحافظات هي (صلاح الدين، نينوى، اربيل، كركوك).

الكلمات المفتاحية: الإنتاج، القمح، الشرجاط، مركز، التسويق.

Abstract:

The main objective of agricultural marketing for wheat crops is to facilitate the transport of agricultural products to storage and distribution centers, thereby facilitating their transport to manufacturing and distribution centers for delivery to designated distribution centers, goods and merchandise only have value when they reach the consumer. Natural geographical features played a prominent and positive role in increasing the areas planted with wheat, as they provided suitable soil and water sources in the form of the Tigris River and groundwater. This had an impact on supplying the marketing center with

wheat crops. The study focused on identifying the most prominent problems and challenges facing the marketing process and developing the necessary solutions to alleviate the burden on farmers and encourage them to increase production both vertically and horizontally. A functional approach was used, in which activities were classified into multiple groups or interchangeable functions such as sales, purchasing, transportation, standardization, storage, and financing. Silo of Al-Sharqat is considered one of the most unique grain storage facilities in Iraq, as it has three types of silos (large vertical silos, small vertical silos, and star silos). These silos are used to store grain in a unique engineering method with precise details. This marketing center has a distinctive geographical location, as it is located in the middle of four provinces, with a distance of no more than 10 km between the marketing center and those provinces. These provinces are Salah al-Din, Nineveh, Erbil, and Kirkuk.

Keywords: Production, Wheat, Sharqat, Marketing, Center.

المقدمة: -

تعد دراسة التسويق الزراعي ونظامه ومشكلاته وطرقه من اولويات الامور المؤثرة في اتخاذ القرارات التسويقية التي يتبناها المختصون في مجال التسويق، لغرض احداث تأثيرات وتغييرات النظام التسويقي بما يتناغم مع المتطلبات المستهدفة في عملية تسويق محصول القمح ، وهنا تظهر اهمية السياسة التسويقية في رفع الكفاءة باستقبال وخرن وتوزيع المحصول مما يؤدي الى رفع الاسعار ويتم بموجبها تحقيق اهداف التسويق باقل كلفة، والتغلب على مشاكل التسويق ينعكس ايجاباً على المزارع من خلال تحقيق اسعار مناسبة تؤدي الى رفع المستوى المعاشي، اهتمت الدراسة بالمنهج الوظيفي الذي من خلاله يمكن تصنيف الانشطة التسويقية كافة الى عناصر متعددة مثل الاستلام والتسليم والخرن ومن ثم النقل والتوزيع

أولاً: مشكلة البحث

- 1- ما هو تأثير الخصائص الجغرافية الطبيعية على مركز تسويق القمح في قضاء الشرقاط؟
- 2- هل هناك تحديات فنية تعيق استلام وخرن الحبوب في مركز تسويق الشرقاط؟
- 3- ما هي العلاقة بين عناصر الانتاج والتسويق؟

ثانياً: هدف البحث

يهتم البحث بمعرفة الامكانات الجغرافية التي تمثل الخصائص الطبيعية والبشرية لمركز تسويق الشرقاط ومدى موائمة لاستقبال وخرن وتوزيع محصول القمح

ثالثاً : اهمية البحث

يعد الاهتمام بمحاصيل الحبوب مثل القمح والشعير والرز والذرة لمساحات واسعة من الاهمية التي تفوق منتجات زراعية اخرى وخاصة القمح.

رابعاً: مبررات البحث

ان من مبررات دراسة مركز تسويق الشرقاط لمحصول (القمح) كونه يمثل غذاء رئيسي لغالبية سكان العالم وما له من اهمية اقتصادية كبير في اقتصاديات التنمية الزراعية، من خلال الوقوف على أبرز التحديات التي تواجه العملية التسويقية، فضلاً عن رقد المكتبة الجغرافية بالبحوث والدراسات التي من خلالها تنبثق خطط التنمية الاقتصادية لمراكز التسويق.

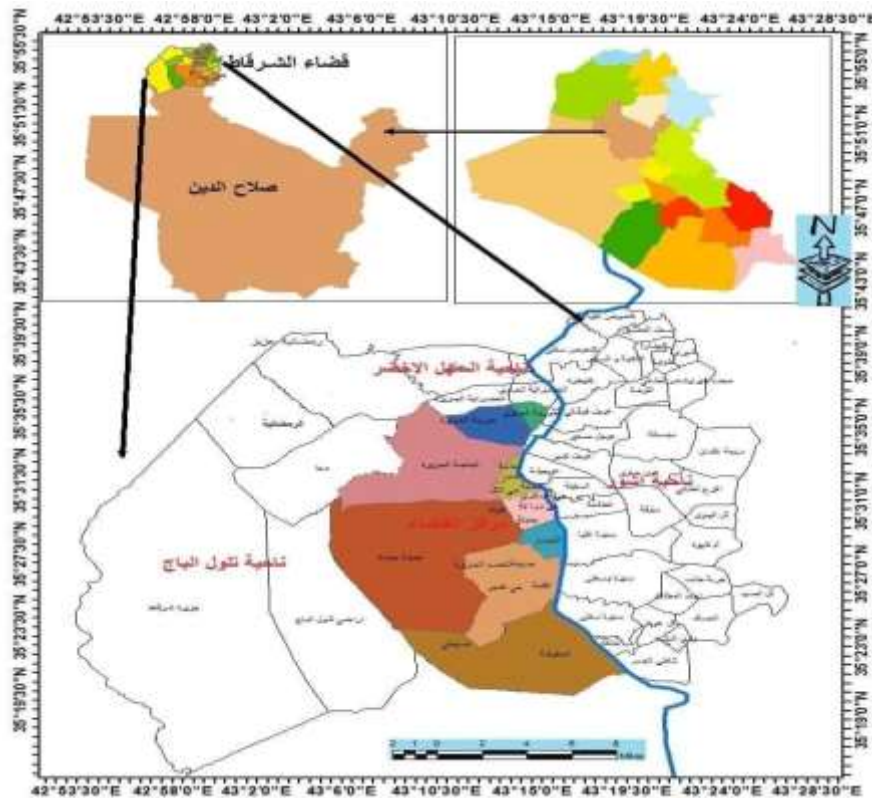
تسويق محصول القمح في محافظة صلاح الدين مركز تسويق الشرقاط نموذجاً م. د محمود صالح عطية

خامساً: منهج البحث: لا تختلف المناهج الخاصة بدراسة التسويق الزراعي في محتواها إلا ان طبيعة الأنشطة واهميتها متباينة نظراً لنوع وطبيعة المحصول المراد تسويقه، وتبعاً لذلك فان اعتماد المنهج الوظيفي الذي يتم فيه تصنيف الأنشطة الى مجاميع متعددة أو وظائف تبادلية كالبيع والشراء والنقل والتقييس والتخزين والتمويل

سادساً: حدود منطقة البحث

تتحدد منطقة الدراسة بأربعة وحدات ادرية بصورة غير متساوية من حيث المساحة والسكان ويتضح من خلال الجدول (1) والشكل (1) ان هذه الوحدات الادارية هي (مركز القضاء، وناحية السهل الاخضر، وناحية تلول الباج) تقع في الساحل الغربي من نهر دجله، اما (ناحية اشور) فهي تقع في الجهة الشرقية من النهر المذكور ، وتبلغ مساحة القضاء (1568) كيلو متر مربع ، أو ما يعادل (5، 6%) من مساحة المحافظة البالغة (24075) ، كيلو متر مربع، (1) ويمتد قضاء الشرقاط فلكيا بين دائرتي عرض 18 ° و 35 ° و 41 ° شمالاً وما بين خطي طول 15 ° و 43 ° و 48 ° جنوباً، وهي احدى اقصية محافظة صلاح الدين التي تقع في

خريطة (1) الموقع الجغرافي لقضاء الشرقاط



المصدر: عمل الباحث بناءً على خارطة العراق الادارية، بغداد ، 2001 ، وبرنامج ArcGisv.9.3 وخارطة الشرقاط الادارية، 2022.

1 - محمود صالح عطية الجبوري، التوزيع الجغرافي لسكان مركز قضاء الشرقاط، مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية، المجلد (27) العدد (9) ، 2020م، ص202.

اقصى شمال المحافظة، اما حدود منطقة الدراسة تحدها محافظة نينوى (ناحية القيارة) من جهة الشمال ومن جهة الغرب قضاء الحضر ومن الشمال الشرقي قضاء مخمور التابع الى محافظة نينوى، في حين يحده من الجنوب الشرقي والشرق ناحية الزاب الاسفل التابعة لقضاء الحويجة محافظة كركوك ومن الجنوب قضاء بيجي، وتبلغ مساحة القضاء (1568) كيلو متر مربع ، أو ما يعادل (5، 6%) من مساحة المحافظة البالغة (24075) ، كيلو متر مربع،⁽¹⁾ ويمتد قضاء الشرقاط فلكيا بين دائرتي عرض 18° 35 و 41° 35 شمالاً وما بين خطي طول 15° 43 و 48° 43 جنوباً، وهي احدى اقصية محافظة صلاح الدين التي تقع في اقصى شمال المحافظة، اما حدود منطقة الدراسة تحدها محافظة نينوى (ناحية القيارة) من جهة الشمال ومن جهة الغرب قضاء الحضر ومن الشمال الشرقي قضاء مخمور التابع الى محافظة نينوى، في حين يحده من الجنوب الشرقي والشرق ناحية الزاب الاسفل التابعة لقضاء الحويجة محافظة كركوك ومن الجنوب قضاء بيجي،

جدول (1) يمثل المساحة في الشرقاط لعام 2022م.

ت	الوحدة الادارية	المساحة كم2
1	مركز القضاء	385,2
2	ناحية آشور	381,3
3	ناحية السهل الاخضر	163,4
4	ناحية تلؤل الباج	637
	المجموع	1568

المصدر: من عمل الباحث بناءً على بيانات وزارة التخطيط، مديرية احصاء محافظة صلاح الدين، شعبة احصاء الشرقاط.

اولاً: مفهوم التسويق الزراعي:

التسويق الزراعي يعد من أحد الفروع المهمة في علم الاقتصاد الزراعي والذي يبحث عن الأمور التي تتعلق بتدفق المنتجات الزراعية النباتية من المنتج بالمزرعة الى المستهلك النهائي او بمعنى اخر أن علم التسويق الزراعي وهو العلم الذي يختص بدراسة مختلف أنواع المنتجات الزراعية النباتية من انتاجها في المزرعة حتى⁽²⁾.

لعل هذه الاعمال تؤدي الى جعل هذه المنتجات الزراعية متاحة وقريبة ممن الفرد (المستهلك) والسعر الذي يمكن دفعه للحصول عليها في نفس الوقت مما يساعد على استمرار

1 - محمود صالح عطية الجبوري، التوزيع الجغرافي لسكان مركز قضاء الشرقاط، مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية، المجلد(27) العدد(9)، 2020م، ص202.

2 _ علاء فرحان طالب، ادارة التسويق منظور فكري معاصر، ط1، دار الايام للنشر، عمان، 2013، ص77.

تدفق السلع وتؤدي هذه العملية الى زيادة الانتاج لتوفير الطلب في حال كان متزايد على تلك السلع او البضائع.

التطور التاريخي للتسويق الزراعي في العراق

يتميز العراق في العصور القديمة بالطابع الزراعي حيث مارس سكان ما بين النهرين ذلك النشاط قبل اي جهة تذكر حيث كانت لديه القدرة على انتاج المحاصيل الزراعية على مختلف انواعها وجودتها⁽¹⁾. يعود تطور الاسواق في العراق بعد تطور قطاع الصناعة الذي كانت سبب في تطور النقل، ويعد القمح من اوائل المحاصيل المستأنسة ويأتي القمح المرتبة الاولى من بين المحاصيل الاخرى مثل (الرز، الشعير، الذرة الصفراء، البطاطا) من حيث المساحة وكمية الانتاج على المستوى العالمي⁽²⁾.

اثر الخصائص الجغرافية على مركز تسويق الحبوب في قضاء الشرقاط.

تؤثر الخصائص الجغرافية الطبيعية والبشرية في عملية نقل وخرن وتسويق محصول القمح، وتعد الخصائص الطبيعية اكثر تأثيراً من بقية متغيرات الخصائص البشرية .

1- الخصائص الطبيعية

من الخصائص الطبيعية التي تؤثر على نقل و خزن وتسويق محصول القمح هو، **الموقع الجغرافي** إذ يعد الموقع الجغرافي ذات تأثير كبير وواضح في تحديد وجهة النشاط الاقتصادي لغرض معرفة العلاقة بين منطقة الانتاج ومركز التسويق الزراعي⁽³⁾ وللموقع الجغرافي تأثير واضح على طبيعة الانشطة الاقتصادية من خلال عناصر المناخ المتمثلة بدرجة الحرارة والرياح والتساقط، ويعد موقع قضاء الشرقاط الذي يتوسط اربعة محافظات هي (صلاح الدين ، نينوى ، كركوك ، اربيل)، ذات التركيز السكاني اصبح يأخذ الموقع اهمية كبيرة لاستقبال الحبوب وتخزينها ومن ثم توزيعها الى المحافظات المجاورة وغيرها من المحافظات الاخرى واحياناً يكون نقل القمح من مركز تسويق الشرقاط الى محافظة بغداد وفي الغالب يتم نقل القمح الى محافظة ذي قار عن طريق مناقلة تتم في وزارة التجارة بالتنسيق مع

¹ _ عبد الحسين نوري الحكيم، دراسات في الزراعة العراقية / الزراعة المستقبلية، دار النشر، ط1، 2013م، ص59.

² _ فيصل اسماعيل، زراعة وانتاج القمح، المركز الوطني للبحث والارشاد، الاردن، 2011م، ص3.

³ - محمد فتحي ابو عيانه، دار المعارف الجامعية للنشر، الاسكندرية، 2044م. ص36.

المديريات العامة لتجارة الحبوب وافرعاها⁽¹⁾. اما **السطح** : تقع منطقة الدراسة ضمن المنطقة المتموجة الواقعة غرب نهر دجلة في حين تم اختيار هذا الموقع لسهولة انشاء طرق النقل البرية مثل طريق بغداد موصل وسكة الحديد من موانئ الخليج العربي الى مركز التسويق وباقي محافظات القطر حيث تعد مناطق النفوذ. **بينما عناصر المناخ** يكون لها تأثير كبير في اعداد وتهيئة مركز التسويق من المواد الانشائية التي تستخدم في انشاء وتجهيز مركز تسويق الحبوب، ويتصف مناخ منطقة الدراسة بانه ضمن نطاق المناخ شبه الجاف حيث يسود فيه ارتفاع المدى الحراري اليومي والسنوي وارتفاع نسبة والرطوبة النسبية، وهذ وتتميز المنطقة بتذبذب الامطار ، ويتصف المناخ بشكل عام بتساقط الامطار المتذبذبة شتاءً وبصيف حار جاف. يكون المناخ عنصراً بارزاً ومؤثراً في اختيار مواضع ومواقع مركز التسويق في قضاء الشرقاط حيث يأخذ دور كبير في تحديد القاعات والمخازن المستخدمة لحفظ محصول القمح داخل مركز التسويق او الصومعة كما يحدد المناخ اوقات التسويق لمحصول القمح ويكون لفترة محددة بثلاث أشهر هي (حزيران، تموز، آب)

نبذة تاريخية

يقع سايلو الشرقاط في محافظة صلاح الدين قضاء الشرقاط ناحية السهل الاخضر قرية الخضرائية في مقاطعة (خضرائية حاوي) في الجهة اليمنى من نهر دجلة، خريطة (2) وضع حجر الاساس في عام 1978م وهو من الساليلوات العمودية تم انشائه من قبل شركة المشاريع الهندسية ا. P. E (Engineering Projects of India) وتم انجاز العمل بسنة 1982م بكلفة (113000000) مئة وثلاثة عشرة مليون دينار عراقي، اما مساحة الارض التي شيد عليها المشروع 600 متر طول و 200م عرضاً فهي تمثل مساحة مقدارها 48 دونم

¹ _ مقابله شخصية مع مدير مركز تسويق الشرقاط ، هذال احمد صالح ، 19/ 6 /2025م.

تسويق محصول القمح في محافظة صلاح الدين مركز تسويق الشرقاط نموذجاً م. د محمود صالح عطية

خريطة (2) موقع سايلو الشرقاط



المصدر: عمل الباحث بناءً على خارطة العراق الادارية ، 2001، وبرنامج ArcGisv.9.3 وخارطة الشرقاط الادارية ،2022.
انواع الخزانات في سايلو الشرقاط

يعد سايلو الشرقاط من المنشأة الفريدة المماثلة في العراق لخزن الحبوب، حيث تبلغ الطاقة الخزنية لمحصول القمح (145400) طن موزعة على ثلاثة انواع من الخزانات والسبب في ذلك استغلال اكثر الاجزاء في خزن الحبوب وبتفاصيل دقيقة باستخدام كافة الاجزاء وبطريقة هندسية فريدة ويمكن التعرف على ذلك من خلال انواع المخازن وهي كما يلي:

1- خزان أسطواني عمودي صغير

يتألف هذا الخزان (Bins) من (8) مجموعات طاقة الخزن لكل مجموعة (15000) الف طن بهذا تكون الطاقة الخزنية لهذه المجموع الثمانية هي (12000) الف طن .

2- خزان اسطواني كبير (Tanks Bulk)

عبارة عن خمسة خزانات مصنوعة من الكون كريت بشكل عمودي ومنفرد على مسافة واحدة كما في الصورة رقم (1)

صورة رقم (1) تمثل الخزانات الاسطوانية الخمسة في مركز تسويق الحبوب في الشرقاط



الدراسة الميدانية للباحث بتاريخ / 23 / 12 / 2025م.

وتبلغ الطاقة الاستيعابية للخزان الواحد (5000) طن من القمح وبهذا تكون الطاقة الاجمالية لتلك الخزانات (25) الف طناً .

3- الخزان النجمي

يبلغ عدد هذه الخزانات 40 خزان موزعة على ثمان مجموعان لكل مجموعة 5 خزانات والطاقة الاستيعابية لكل خزان هي (250 طن) بهذا تكون الطاقة الكلية لهذا النوع من الخزانات هي (1000) طن

جدول (2) انواع الخزانات واعدادها والطاقة التخزينية لعام 2025م

ت	نوع الخزان	العدد	سعة الخزان (طن)	الطاقة التخزينية (طن)
1	خزان أسطواني عمودي صغير	96	1150	110400
2	خزان نجمي	40	250	10000
3	خزان اسطواني كبير	5	5000	25000
	المجموع	141	6400	145400

المصدر: سايلو الشرقاط الادارية.

الموازين الجسرية

يحتوي سايلو الشرقاط على موازين جسريه عدد اثنان طاقة حمل كل واحد منهم 100 طن لمعرفة الحمولة في سيارات الحمل مختلفة الاوزان وهي مخصصة لوزن المستلمة والخارجة من السيارات وشاحنات القطارات

تسويق محصول القمح في محافظة صلاح الدين مركز تسويق الشرقاط نموذجاً م. د محمود صالح عطية

الروافع الهيدروليكية القلب

يبلغ عددها اثنان، طاقة حمل كل رافع منها 100 طن بعد وزنها لغرض تفريق الحبوب لاستلامها وتوزيعها الى

المساحة المزروعة

يعمد الجغرافيون الى استخدام معايير مختلفة لإظهار التباين المكاني للظاهرة المراد توزيعها الجغرافي، ومنهم من يعتمد في دراسة المحاصيل الزراعية على مقادير الإنتاج، ويصدق هذا المعيار في الحالات التي يختلف فيها الإنتاج اختلافاً واضحاً بين وحدة إدارية وأخرى (1)، وتبعاً لمعطيات الجدول رقم (3) والخريطة رقم (3) يتضح أن هناك تباين كبير بين وحدة إدارية وأخرى في منطقة الدراسة وهذا التباين يكون بسبب التضاريس حيث تنتمي مساحات واسعة الى تلال مكحول وهي منطقة متموجة غير صالحة لزراعة وانتاج الحبوب، تحديداً

جدول (3) التوزيع الجغرافي للمساحات المزروعة (دونم) بمحصول القمح في قضاء الشرقاط لعام 2024

ت	الوحدة الادارية	المساحة الكلية المزروعة (دونم)	المساحة المزروعة بالقمح (دونم)	المساحة %
1	مركز قضاء الشرقاط	34045	21845	15,69
2	ناحية اشور	128368	89235	64,11
3	ناحية تلول الباج	28615	18826	13,52
4	ناحية السهل الاخضر	15750	9267	6,65
	المجموع	206778	139173	100

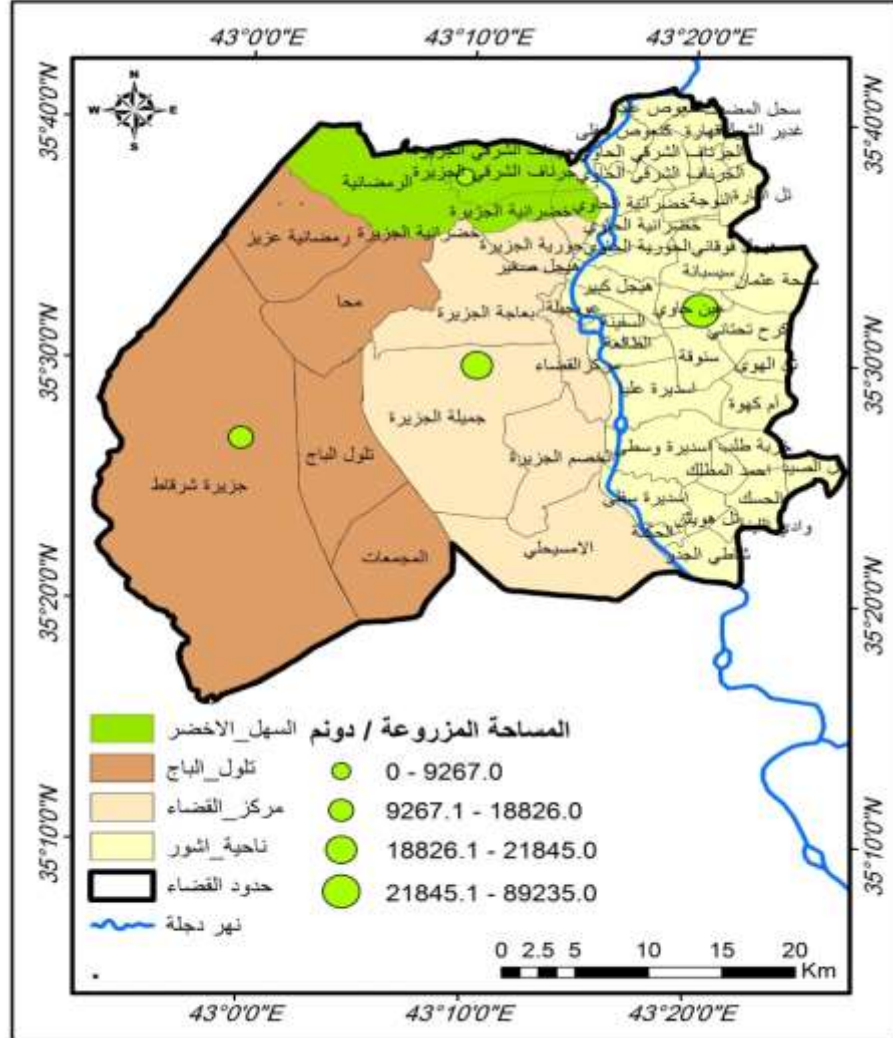
المصدر: وزارة الزراعة، المديرية العامة لزراعة محافظة صلاح الدين، قسم التخطيط، بيانات الاحصاء الزراعي لعام 2022م.

المنطقة الواقعة الى الغرب من نهر دجلة، اما المنطقة الواقعة شرق نهر دجلة (ناحية آشور) هي عبارة عن سهل فيضي يتسع كلما اتجهنا جنوباً، تبلغ المساحة المزروعة في ناحية اشور (89235) دونم بنسبة مئوية (64,11%) اما في المرتبة الثانية يأتي مركز قضاء الشرقاط بمساحة مقدارها (21845) دونم وبنسبة مئوية (15,69%) من مجموع المساحة المزروعة بالقمح، في حين احتلت ناحية تلول الباج المركز الثالث بمساحة (18826) دونم وبنسبة مئوية (13,52%) ، هذا واصبحت ناحية السهل الاخضر بالمركز الاخير بمساحة بلغت (9267) دونم وبنسبة مئوية مقدارها (6,65%). ان زيادة المساحة المزروعة بمحصول القمح كانت

1 -عباس فاضل السعدي، التوزيع الجغرافي لزراعة للخضراوات في العراق، الكويت، 1989م،ص117.

نتيجة لزيادة اسعار استلام المحصول من قبل الحكومة بسبب الطلب المتزايد عالمياً ، حيث يعد هذا المحصول من المحاصيل التي تهدد الامن الغذائي.

خريطة (3) تمثل المساحة المزروعة دونم في الوحدات الادارية لقضاء الشرقاط لعام 2024



المصدر :عمل الباحث بناءً على خارطة العراق الادارية ، 2001، وبرنامج ArcGisv.9.3 وخارطة الشرقاط الادارية ،2022.

انتاج القمح في قضاء الشرقاط لعام 2024.

يعد محصول الحنطة من المحاصيل الشتوية ومن أقدم وأهم محاصيل الحبوب الغذائية التي عرفها وزرعها الإنسان لكونه يمثل مادة غذائية رئيسية للإنسان وهو من المحاصيل الاستراتيجية ويدخل في الامن الغذائي⁽¹⁾. ويتضح من الجدول (4) والخريطة (4) ان هناك عدم التناغم في كمية الانتاج للوحدة المساحية حسب الوحدات الإدارية في منطقة الدراسة حيث تصدرت ناحية اشور المرتبة الاولى بقدر (65141) طن بنسبة مئوية بلغت (62,07%) في انتاج القمح ويعود سبب ذلك الى كبر المساحة التي تمتلكها إضافة الى سهولة اوصول مياه نهر دجلة الى الاراضي القريبة نسبياً على العاكس من الجهة الغربية التي يعيق اوصول المياه، تلال مكحول،

جدول رقم (4) التوزيع الجغرافي لانتاج القمح (طن) في قضاء الشرقاط لعام 2024

ت	الوحدة الادارية	المساحة المزرعة بالقمح(دونم)	الانتاج كغ (دونم)	الانتاج طن	الانتاج %
1	مركز قضاء الشرقاط	21845	750	16383	15,61
2	ناحية اشور	89235	730	65141	62,07
3	ناحية تلول الباج	18826	825	15531	14,8
4	ناحية السهل الاخضر	9267	850	7877	7,50
	المجموع	139173	المعدل (788)	104932	100

المصدر: وزارة الزراعة، المديرية العامة لزراعة محافظة صلاح الدين، قسم التخطيط، بيانات الاحصاء الزراعي لعام 2024م.

وفي المرتبة الثانية اصبح مركز قضاء الشرقاط بكمية انتاج مقدارها (16383) طن بنسبة مئوية (15,61%) من جملة انتاج القمح في منطقة الدراسة، في حين اصبحت ناحية تلول الباج بالمركز الثالث بكمية انتاج بلغت (15531) طن بنسبة مئوية (14,8%) اما ناحية السهل الاخضر فقد جاءت بالمرتبة الاخيرة بكمية انتاج بلغ (7877) طن وبنسبة مئوية (7,50%)، وبصورة عامة فانه الظروف الطبيعية التي تشمل السطح والمناخ وكذلك السياسة الزراعية

¹ _ رياض عبد اللطيف احمد، فسلجه الحاصلات الزراعية ونموها تحت الظروف الجافة، دار الكتب للطباعة والنشر جامعة الموصل، 1987 ص 213.

التي تشمل توفير الاصناف الجيدة من البذور والمبيدات وارتفاع الاسعار واستلام المحصول بالوقت المحدد كان له الاثر الكبير في زيادة الانتاج عمودياً وافقياً.

خريطة (4) تمثل التوزيع الجغرافي لإنتاج القمح في قضاء الشرقاط.



المصدر: عمل الباحث بناءً على خارطة العراق الادارية، بغداد ، 2001، وبرنامج ArcGisv.9.3 وخارطة الشرقاط الادارية، 2022،

التحديات التي تواجه تسويق القمح في الشرقاط

هناك مجموعة من التحديات التي تواجه تسويق محصل القمح في قضاء الشرقاط يمكن

ادراجها بعدة نقاط ومن هذه التحديات:

- 1- يتم نضج محصول القمح واستيفاء حق حصاده في وقت واحد، مما يؤدي الى الطلب المتزايد على الحاصدات وسيارة الحمل لنقل المحصول بسبب خشية المزارعين من الحرائق، وهذا يشكل ضغطاً كبيراً وارباكاً على العاملين في مركز التسويق كذلك يولد ضغطاً على معدات الوزن والتفريغ والاجهزة الناقلة الى الخزانات.

- 2- الموقع الجغرافي لقضاء الشرقاط بين اربعة محافظات هي (نينوى، اربيل، كركوك، صلاح الدين) جعل من مركز تسويق الشرقاط منطقة نفوذ حيث ولد ضغطا كبير على عملية التسويق في ظل السياسة المتبعة في اعطاء الامر للمزارع عند عملية التسويق،
- 3- في اغلب الاحيان تعطى كتب تسويقية للمزارعين تكون مساحة الدونمات المسجلة فيها أكبر بكثير من مساحة الخطة المعدة للزراعة الفعلية بهذا تكون هناك حبوب دخليه من محافظات مجاورة خارج حسابات مركز التسويق وتبقى محاصيل بعض المزارعين دون استلام من قبل مركز التسويق عند نفاذ التخصيص المالي من قبل وزارة التجارة.
- 4- النقص الحاد في الكوادر المختصة لفحص الحبوب (العاملين في المختبر) مما يزيد من طوابير سيارات الحمل داخل مركز التسويق، واغلب العاملين هم منسبين من شعب زراعية اخرى تابعة لمديرية زراعة محافظة صلاح الدين.

كفاءة تسويق محصول القمح

يتم قياس الكفاءة التسويقية في خطوات مهمة من اجل العمل على تحسينها ولهذا يحتاج تحديد بعض المعايير التي يمكن من خلالها الحكم على النظام التسويقي لمتسعات البضاعة⁽¹⁾ ان من اهم المعايير الاقتصادية المستخدمة في قياس اداء مراكز التسويق والعمل على تحسين كفاءة التسويق يكون مطلباً اساسياً في عملية تقديم الخدمات للمزارعين ويمكن زيادة كفاءة التسويق لمحصول القمح عن طريق اتباع بعض الاجراءات من هذه الاجراءات التي يمكن من خلالها تخفيض تكاليف وضائف تسويق القمح ، عملية النقل والاستلام والتخزين، والعمل على زيادة منافع تسويق القمح دون زيادة تكاليف التسويق

1 - احمد محمد الفراجي، الكفاءة التسويقية لبعض محاصيل الحضرار في محافظة بغداد، مجلة العلوم الزراعية، مجلد (3) العدد (3) ص838.

النتائج:

من خلال ما تقدم توصلت الدراسة الى اهمية الموضع والموقع الجغرافي لمنطقة الدراسة (سايلو الشرقاط) ودورها في عملية تسويق محصول القمح حيث توصلت الدراسة الى ما يلي:

- 1- يعد قضاء الشرقاط من المدن التي تجاور محافظات ذات تركيز سكاني كبير مثل محافظة نينوى وكركوك وصلاح الدين، مما يجعلها مناطق استهلاكية ويزيد من كثرة الطلب على محصول القمح، حيث ساعد ذلك على الاهتمام بذلك المركز التسويقي.
- 2- كان للنقل البري المتمثل (بالشاحنات الكبيرة او عربات القطار) دور كبير في توسيع مناطق نفوذ مركز تسويق وتوزيع القمح في الشرقاط، حيث يتم توزيع القمح الى محافظات اخرى منتجة مثل بغداد وذي قار.
- 3- هنالك بعض المعوقات تشجع المزارع على بيع المحصول على القطاع الخاص وعدم تسويقها الى مركز تسويق القمح في قضاء الشرقاط، (تجار القمح) أبرزها التأخير في صرف مستحقات المزارعين في المواعيد المحددة.
- 4- تعد الفترة المخصصة لاستلام محصول القمح قصيرة مما يؤدي ذلك الى تراكم سيارات الحمل داخل وخارج مركز التسويق بسبب النقص الحاد في عدد الحاصدات في قضاء الشرقاط وينتظر اغلب المزارعين حاصدات قادمة من محافظة بابل عند نهاية موسم الحصاد في المحافظة المذكورة.
- 5- ان تراكم سيارات الحمل وبقائها لعدة ايام محملة بمحصول القمل تحمّل المزارع اعباء اضافية على اجور النقل مما يؤثر سلبا على المردود الاقتصادي للمزارعين.
- 6- عدم قدرة العاملين في المختبرات على استيعاب عدد سيارات الحمل بسبب النقص العددي في موظفي المختبر.

التوصيات:

- 1- وضع جدول زمني يعمم على الشعب الزراعية بإعطاء كتب تسويقية للمزارعين مثبت فيها تاريخ التسليم بحسب القدرة الاستيعابية لمركز التسويق لتكون هناك انسيابية في عملية استلام المحصول بصورة سلسلة في مركز التسويق.
- 2- تهيئة المبالغ النقدية (مستحقات المزارعين) قبل بدء موسم الحصاد لتسليمها على المستحقين في اوقات قصيرة لتجنب بيع محصول القمح على المراكز غير الحكومية (البيع المباشر).

تسويق محصول القمح في محافظة صلاح الدين مركز تسويق الشرقاط نموذجاً م. د محمود صالح عطية

- 3- تمديد الفترة الزمنية لاستلام المحصول ليتمكن المزارع من تسويق المحصول الى مراكز التسويق الحكومية، واعطاء قروض ميسرة لشراء حاصدات لعدم كفاية الحاصدات العاملة في قضاء الشرقاط.
- 4- ويجب زيادة عدد العاملين في المختبرات لتجنب كثرة الطوابير من سيارات الحمل اثنان استلام المحصول.
- 5- على وزارة الزراعة توزيع بذور ذات نوعية جيدة واصناف تتلائم مع الظروف المناخية لمنطقة الدراسة، وتوزيع الاسمدة والمبيدات الحشرية بأسعار مدعومة لصالح المزارعين.

المصادر:

1. الحكيم، عبد الحسين نوري، دراسات في الزراعة العراقية / الزراعة المستقبلية، دار النشر، ط1، 2013م،
2. ابو عيانه، محمد فتحي، دار المعارف الجامعية للنشر، الاسكندرية، 2044م.
3. إسماعيل، فيصل، زراعة وانتاج القمح، المركز الوطني للبحث والارشاد، الاردن، 2011م.
4. الجبوري محمود صالح عطية، التوزيع الجغرافي لسكان مركز قضاء الشرقاط، مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية، المجلد (27) العدد (9) ، 2020م.
5. احمد، رياض عبد اللطيف، فسله الحاصلات الزراعية ونموها تحت الظروف الجافة، دار الكتب للطباعة والنشر جامعة الموصل، 1987.
6. السعدي، عباس فاضل، التوزيع الجغرافي لزراعة للخضراوات في العراق، الكويت، 1989م.
7. طالب، علاء فرحان، ادارة التسويق منظور فكري معاصر، ط1، دار الايام للنشر، عمان، 2013.
8. الفراجي، احمد محمد، الكفاءة التسويقية لبعض محاصيل الحضرار في محافظة بغداد، مجلة العلوم الزراعية، مجلد (3) العدد (3).
- 9- مقابلة شخصية مع مدير مركز تسويق الشرقاط، هذال احمد صالح ، 19 / 6 / 2025م.

Sources:

- 1- Ahmed Mohammed Al-Farrago, Marketing Efficiency of Some Vegetable Crops in Baghdad Governorate, Journal of Agricultural Sciences, Vol. (3), No. (3).
- 2-Riyadh Abdul Leif Ahmed, Physiology of Agricultural Crops and Their Growth under Dry Conditions, University of Mosul Press for Printing and Publishing, 1987, p. 213
- 3-Abbas Fidel Al-Saadi, The Geographical Distribution of Vegetable Cultivation in Iraq, Kuwait, 1989.
- 4-Alaa Farman Taliban, Marketing Management: A Contemporary Intellectual Perspective, 1st ed., Dar Al-Ayyam for Publishing, Amman, 2013.
- 5-Abdul Hussein Nouri Al-Hakim, Studies in Iraqi Agriculture / Future Agriculture, Publishing House, 1st ed., 2013.
- 6-Mohammed Fathi Abu Ayana, Dar Al-Mare Al-Jami'iyah for Publishing, Alexandria, 2044.
- 7- Faisal Ismail, Wheat Cultivation and Production, National Center for Research and Extension, Jordan, 2011.
- 8-Mahmoud Saleh Atiya Al-Jubouri, Geographical Distribution of the Population of Al-Sharqat District Center, Tikrit University Journal for Human Sciences, Vol. (27), No. (9), 2020.
- 9-Personal Interview with the Director of Al-Sharqat Marketing Center, Hialal Ahmed Saleh, 19/6/2025.