



مصلحة الصناعات الزراعية - وزارة الزراعة

الإنتاج الزراعي و القيمة المضافة



توجد علاقة مزدوجة بين التنمية الزراعية وكل من التنمية الاقتصادية الشاملة من جهة ومكافحة الفقر من ناحية ثانية فبوسع الزراعة تقديم فرص استثمار مربحة للقطاع الخاص والمساهمة في تطوير الريف.

بعد تحقيق الوفرة في الانتاج الزراعي في مختلف المحاصيل، تواجه المزارع مشكلة تتمثل بوجود هوة واسعة بين التخطيط الزراعي والتخطيط الصناعي وخاصة الغذائي، ففي حين تتوفر لدينا المنتجات الزراعية الجيدة نجد أنفسنا عاجزين عن تصنيع هذه المنتجات، إلا جزئياً.



ونلجأ إلى تصدير منتجاتنا الزراعية على شكل مواد خام ونفوت على أنفسنا مبالغ كبيرة كانت ستعود علينا بالنفع فيما لو تم تصنيع تلك المنتجات، وهذا ما يسمى بالقيمة المضافة.

ما هي القيمة المضافة

القيمة المضافة هي القيمة الناتجة من فرق السعر الإسمي مع السعر الحقيقي فمثلاً طحين دقيق له سعر معين والريغ المصنع من الطحين له سعر آخر أكبر من السعر الأول وتدخل الإنسان بالعمل جعل سعر الطحين بعد تصنيعه أكبر من سعره السابق فالفرق بين السعرين هو القيمة المضافة Added Value.

ونظراً لأهمية القيمة المضافة تشكل الضريبة على القيمة المضافة (TVA) أهم مصادر الإيرادات للخزينة العامة في الدول.

وهكذا يصبح الاتجاه الجديد في التسويق هو التركيز على القيمة المضافة (Added Value) - أو بكلمات أخرى - تقديم شيء إضافي له قيمة/فائدة مع السلعة.

امثلة

عندما تقدم محلات بيع السندوتشات بعض قطع المخلل بشكل مجاني، فهذه قيمة مضافة، فأنت لم تدفع ثمناً، بل حصلت عليه نتيجة شراء بعض الأطعمة.

عندما نشترى كتاب ما فنجد معه قرص CD مجاناً، فهذه قيمة مضافة.

عندما نذهب الى محطة البنزين، فينظف العامل زجاج السيارة مجاناً، أو تحصل على جريدتك مجاناً.

عندما نشترى خط هاتف موبايل، ومعه مجموعة خدمات ورسيد مكالمات إضافي.



كيف نطبق ذلك على المنتج الزراعي

إن القيمة المضافة في الزراعة لا تقتصر على المبالغ المالية التي تضاف الى قيمة السلعة الزراعية، بل يتعدى ذلك الى التوسع في اقامة المعامل والمصانع وايجاد فرص عمل في التصنيع والتسويق والترويج وكافة حلقات العمل الزراعي والصناعي التي يجب ان تتكامل من اجل تطوير الصناعات الغذائية والاستفادة من توفر المواد الأولية المنتجة محلياً. فبدلاً من تصدير زيت الزيتون دكماً او في عبوات كبيرة فلماذا لا يتم تحويله الى عبوات يطلبها المستهلك مباشرة كذلك الامر بالنسبة للتبغ فبدل ان نبيع اوراقه لماذا لا نحوله الى سجائر تدر اموال طائلة (مع التحذير بان الدخان يضر بالصحة)



اذا القيمة المضافة في الزراعة هي عملية زيادة القيمة الاقتصادية ولفت انتباه المستهلك انها تشكل احد وسائل التسويق وذلك عبر تحويل هذه السلعة اي تصنيعها او اضافة تحسينات تلبي اذواق المستهلك. وهكذا لا يقتصر عمل المزارع على انتاج المواد الخام ولكنه ايضا يصبح شريكاً في تصنيع هذه المواد وتوزيعها وتسويقها.

لماذا على المزارع التفكير بالقيمة المضافة:

ان انحدار الاسعار، وسياسات الاتحادات المزرعية، وتغير اذواق المستهلك، والمنافسة تستدعي الحاجة الملحة للتفكير بخيارات استراتيجية بديلة. والقيمة المضافة احدي الفرص لزيادة البيع وزيادة الربح.



ففي السياسة التسويقية الحالية، المزارع لا يربح الكثير وانما الربح يذهب الى التاجر ولكن اذا استطاع المزارع ان ينتقل الى سلسلة الغذاء بان ينخرط مباشرة في تصنيع منتجه وبيعه بدل تسليم المواد الخام للتاجر فمن الواضح ان دخله سيكون اكبر لان فرق السعر واضح بين المادة الخام وهذه المادة بعد تحويلها الى غذاء.



امثلة حول اعطاء قيمة مضافة

التصنيع الغذائي، التجفيف، التعليب، انتاج العصير، الحرف اليدوية، تغليف مميز، بطاقة البيانات.....



المستهلك في ايماننا يطلب منتج ذات طعم جيد، ذات قيمة غذائية، طازج، متنوع، وملائم لذلك القيمة المضافة بالنسبة اليه يمكن ان تعني بروتين اعلى، خالي من المبيدات

اما القيمة المضافة بالنسبة للمزارع تعني اصناف جديدة مقاومة للأمراض وبالتالي استخدام ادوية اقل وكلفة اقل. اذا" القيمة الغذائية تحول المزارع من متقبل للسعر الى صانع الاسعار فيخرج من عبودية التجار.

ولكن على المزارع ان يعرف ان المردود من التحول الى القيمة المضافة يبدأ خلال 3-4 سنوات من بدء الانخراط بالعملية وذلك لان تحويل المستهلك الى منتج جديد يأخذ وقتا ولكن التجارب اثبتت انها بغالبها عمليات ناجحة اذا بنيت على معطيات صحيحة.



امثلة عن المعطيات الصحيحة في العمليات الناجحة:

- اعتماد استراتيجية تهدف الى زيادة المساحات القابلة للزراعة، البحث عن نوعية أفضل وخلق منتجات تتمتع بقيمة مضافة مرتفعة وتنوع الأنتاج.

- اعتماد سياسة المواصفات والمعايير بغية التوصل الى تصنيف المنتجات في الاسواق المباشرة الثابتة والمنتقلة ومن خلال إقامة المعارض السنوية التي تساعد على التعرف على أساليب وطرق التسويق وإحتياجات المستهلك وتمكن من اعتماد الجودة والنوعية والتوضيب بالطريقة الجيدة والمرغوبة لدى المستهلك، مما يسمح بتحسين شفافية التعامل بين المنتجين و التجار.

- تعزيز التعليم والأرشاد الزراعي: يشكل أداة لنقل المعرفة والدراية ويهدف الى المساهمة في تكييف الزراعة وقطاع تحويل المنتجات الزراعية بشكل دائم مع التطورات العلمية والتقنية والأقتصادية والأجتماعية، في اطار أهداف التنمية المستدامة وضمان نوعية المنتجات وحماية البيئة واستصلاح الأراضي والأبقاء على الوظائف في المناطق الريفية. هذا الأسلوب يؤدي الى زيادة الأنتاج ومردودية الأرض وتحسين نوعية أصناف المنتجات.

- مساعدة الأسرة المثابرة في الأعمال الزراعية التي تشكل يدا" واحدة مهمة نظرا" لتأدية الإدارة الجيدة والأمانة في المهام الموكلة اليهم.

- المحافظة على تراث الأرض لحمايتها من التمدن والربط بين الزراعة والبيئة والسياحة.
- إنشاء سجلات صحيحة تساعد على التأكد من اعتماد الوسائل الزراعية الجيدة لمقاربة الأنتاج في المزرعة، وذلك يساعد في اتخاذ قرارات سليمة لتطوير المزرعة.

- خلق منافسة في ازدياد الطلب من قبل الموزعين على المنتجات المميزة (الخضار والموز بأحجام و أصناف مختلفة، الزراعات البيولوجية موثقة ومعترف بها رسميا".)

- عرض وترويج منتجات نصف مصنعة (الخضار المقطعة، الجزر الصغير المقشر)

