



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
الجامعة التقنية الشمالية  
الكلية التقنية الزراعية/الموصل



# الحقية التعليمية

القسم العلمي: تقنيات الإنتاج النباتي

اسم المقرر: تسويق زراعي

المرحلة / المستوى: الرابع

الفصل الدراسي: الثاني

السنة الدراسية 2025-2026



|                                        |                         |
|----------------------------------------|-------------------------|
| اسم المقرر:                            | تسويق زراعي             |
| القسم:                                 | تقنيات الإنتاج النباتي  |
| الكلية:                                | التقنية الزراعية الموصل |
| المرحلة / المستوى                      | الرابع                  |
| الفصل الدراسي:                         | الثاني                  |
| عدد الساعات الاسبوعية:                 | نظري 2   عملي 0         |
| عدد الوحدات الدراسية:                  | 2                       |
| الرمز:                                 | TAMO 452                |
| نوع المادة                             | نظري ✓   عملي   كلاهما  |
| هل يتوفر نظير للمقرر في الاقسام الاخرى | نعم                     |
| اسم المقرر النظير                      | تسويق زراعي             |
| القسم                                  | جميع اقسام الكلية       |
| رمز المقرر النظير                      | حسب كل قسم              |
| معلومات تدريسي المادة                  |                         |
| اسم مدرس (مدرسي) المقرر:               | قحطان ذياب سلمان        |
| اللقب العلمي:                          | مدرس                    |
| سنة الحصول على اللقب                   | 2025                    |
| الشهادة:                               | دكتوراه                 |
| سنة الحصول على الشهادة                 | 2025                    |
| عدد سنوات الخبرة (تدريس)               | خمسة سنوات              |



## الوصف العام للمقرر

تهدف مادة التسويق الزراعي إلى تعريف الطلاب والممارسين بالمفاهيم والمبادئ والأساليب الحديثة الخاصة بتسويق المنتجات الزراعية في الأسواق المحلية والدولية. تتناول هذه المادة مجموعة من الموضوعات التي تشمل:

1. مفهوم التسويق الزراعي: التعريف بأهمية التسويق الزراعي ودوره في الربط بين الإنتاج الزراعي والمستهلك والأسواق.
2. وظائف التسويق والأسواق الزراعية: فهم وظائف التسويق مثل التسعير، النقل، التخزين، الترويج، والتوزيع، إضافة إلى التعرف على أنواع الأسواق الزراعية المختلفة.
3. سلوك المستهلك وتحليل السوق: دراسة احتياجات المستهلكين وسلوكهم الشرائي وأساليب تحليل الأسواق الزراعية والفرص التسويقية.
4. البيئة التسويقية والعوامل المؤثرة: التعرف على العوامل الاقتصادية والاجتماعية والقانونية والتكنولوجية المؤثرة في التسويق الزراعي.
5. استراتيجيات التسويق الزراعي: تعلم التخطيط التسويقي واستراتيجيات الترويج وبناء الميزة التنافسية وإدارة سلاسل القيمة الزراعية.
6. التسويق الزراعي الرقمي والحديث: دراسة التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية الزراعية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الحديثة في تسويق المنتجات الزراعية.
7. تسعير وتوزيع المنتجات الزراعية: فهم أساليب تسعير المنتجات الزراعية والعوامل المؤثرة في الأسعار واختيار قنوات التوزيع والخدمات اللوجستية المناسبة.
8. الأخلاقيات والحوكمة في التسويق الزراعي: توضيح أهمية الأخلاقيات المهنية والمسؤولية والحوكمة في الأنشطة التسويقية الزراعية.
9. المشروعات التسويقية ودراسات الجدوى: تدريب الطلاب على إعداد الخطط التسويقية وتقييم الجدوى التسويقية للمشروعات الزراعية.

تهدف المادة إلى تنمية المهارات العلمية والعملية لدى الطلبة في مجال التسويق الزراعي وتمكينهم من اتخاذ قرارات تسويقية فعالة تساهم في تطوير القطاع الزراعي وتحقيق الاستدامة الاقتصادية.

## الأهداف العامة لمادة التسويق الزراعي تشمل ما يلي:

1. تعزيز الفهم بمفهوم التسويق الزراعي: تمكين الطلاب من فهم أهمية التسويق الزراعي ودوره في تطوير القطاع الزراعي وتحقيق الربط بين الإنتاج والأسواق.
2. تطوير القدرة على اتخاذ القرارات التسويقية: تدريب الطلاب على تحليل المشكلات التسويقية واتخاذ القرارات المناسبة المتعلقة بالتسعير والترويج والتوزيع.
3. تعميق الفهم بالأسواق الزراعية: تعريف الطلاب بأنواع الأسواق الزراعية وآليات عملها والعوامل المؤثرة في حركة المنتجات الزراعية محلياً ودولياً.
4. تنمية المهارات التسويقية العملية: تعزيز مهارات إعداد الخطط والاستراتيجيات التسويقية ودراسات الجدوى الخاصة بالمشروعات الزراعية.
5. تعزيز القدرة على تحليل سلوك المستهلك: تمكين الطلاب من فهم احتياجات المستهلكين وتحليل الطلب في الأسواق الزراعية.
6. مواكبة التطورات الحديثة في التسويق الزراعي: تعريف الطلاب بالتسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية الزراعية واستخدام التقنيات الحديثة في التسويق.
7. تنمية مهارات الاتصال والترويج: تشجيع الطلاب على استخدام وسائل الاتصال والترويج الحديثة لبناء ميزة تنافسية للمنتجات الزراعية.
8. تعزيز الالتزام بالأخلاقيات والحوكمة التسويقية: غرس مفاهيم المسؤولية المهنية والأخلاقيات في الأنشطة التسويقية الزراعية.
9. تنمية القدرة على مواجهة التحديات التسويقية: إعداد الطلاب للتعامل مع التحديات والمعوقات التي تواجه تسويق المنتجات الزراعية وإيجاد الحلول المناسبة لها.

الهدف الأساسي هو إعداد كوادر تمتلك المعرفة والمهارات التسويقية الحديثة القادرة على تطوير القطاع الزراعي وتحقيق الكفاءة والاستدامة الاقتصادية.

## الأهداف الخاصة

### الأهداف الخاصة لمادة التسويق الزراعي

بعد الانتهاء من دراسة مادة التسويق الزراعي يتوقع من الطالب أن يكون قادراً على أن:

1. يعرف مفهوم التسويق الزراعي وأهميته في الاقتصاد الزراعي.
2. يميز بين وظائف التسويق الزراعي المختلفة.
3. يشرح القنوات التسويقية للمنتجات الزراعية وآلية عملها.
4. يحلل العوامل المؤثرة في عرض وطلب المنتجات الزراعية.
5. يفسر أسباب تقلب الأسعار الزراعية وطرق الحد منها.
6. يطبق أساليب التسعير المناسبة للمنتجات الزراعية.
7. يقيم كفاءة الأسواق الزراعية المحلية.
8. يستخدم المعلومات التسويقية في اتخاذ القرارات الزراعية.
9. يوضح دور التخزين والنقل والتعبئة في حفظ جودة المنتجات الزراعية.
10. يحدد المشكلات التي تواجه التسويق الزراعي ويقترح حلولاً مناسبة لها.
11. يكتسب مهارات إعداد خطة تسويقية لمشروع زراعي.
12. يتعرف على دور التقنيات الحديثة والتسويق الإلكتروني في تطوير القطاع الزراعي.
13. ينمي الاتجاهات الإيجابية نحو تحسين جودة المنتجات الزراعية وزيادة قدرتها التنافسية.

14. يربط بين الإنتاج الزراعي واحتياجات السوق لتحقيق أفضل عائد اقتصادي.

## الأهداف السلوكية او نواتج التعلم

### الأهداف السلوكية / نواتج التعلم لمادة التسويق الزراعي

بنهاية دراسة مادة التسويق الزراعي يصبح الطالب قادرًا على أن:

#### أولاً: المجال المعرفي

1. يعرف مفهوم التسويق الزراعي تعريفًا صحيحًا.
2. يشرح وظائف التسويق الزراعي وأهميتها.
3. يميز بين أنواع الأسواق والقنوات التسويقية الزراعية.
4. يوضح العوامل المؤثرة في تسعير المنتجات الزراعية.
5. يفسر دور التخزين والنقل والتعبئة في الحفاظ على جودة المنتجات الزراعية.
6. يحدد المشكلات التسويقية التي تواجه القطاع الزراعي.
7. يوضح أهمية المعلومات التسويقية في اتخاذ القرار الزراعي.

#### ثانيًا: المجال المهاري

8. يحلل بيانات السوق الزراعي بصورة صحيحة.
9. يطبق أساليب التسعير المناسبة لبعض المنتجات الزراعية.
10. يعد خطة تسويقية مبسطة لمشروع زراعي.
11. يستخدم وسائل وتقنيات التسويق الإلكتروني في الترويج للمنتجات الزراعية.
12. يقارن بين كفاءة القنوات التسويقية المختلفة.
13. يجمع المعلومات التسويقية من مصادر متعددة ويستفيد منها في حل المشكلات.

#### ثالثًا: المجال الوجداني

14. يلتزم بأخلاقيات العمل التسويقي في المجال الزراعي.
15. يقدر أهمية التسويق الزراعي في دعم الأمن الغذائي والتنمية الاقتصادية.
16. يظهر اتجاهًا إيجابيًا نحو تطوير المنتجات الزراعية وتحسين جودتها.
17. يتعاون مع زملائه في إعداد الأنشطة والتقارير التسويقية الزراعية.

## المتطلبات السابقة

## المتطلبات السابقة لمادة التسويق الزراعي

يفضل أن يكون الطالب قد أتم دراسة المواد الآتية قبل دراسة مادة التسويق الزراعي:

1. مبادئ الاقتصاد الزراعي.
2. مبادئ الإدارة الزراعية.
3. مبادئ الإنتاج الزراعي.
4. مبادئ الاقتصاد العام أو الجزئي.
5. الإحصاء الزراعي أو مبادئ الإحصاء.
6. مبادئ المحاسبة الزراعية.

كما يُتوقع من الطالب أن يمتلك:

- مهارات أساسية في التحليل الاقتصادي.
- القدرة على استخدام البيانات والمعلومات الإحصائية البسيطة.
- معرفة أولية بالقطاع الزراعي ومشكلاته الإنتاجية والتسويقية.

| الأهداف السلوكية او مخرجات التعليم الأساسية |                                                                                         |                                                        |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| ت                                           | تفصيل الهدف السلوكي او مخرج التعليم                                                     | آلية التقييم                                           |
| 1                                           | أن يتعرف الطالب على مفهوم التسويق الزراعي وأهميته في تطوير القطاع الزراعي.              | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |
| 2                                           | أن يميز الطالب بين وظائف التسويق الزراعي المختلفة مثل النقل والتخزين والترويج والتسعير. | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |
| 3                                           | أن يوضح الطالب أهمية التسويق الزراعي في تحقيق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك.           | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |
| 4                                           | أن يستوعب الطالب القنوات التسويقية للمنتجات الزراعية وآلية عملها.                       | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |

|    |                                                                                      |                                                        |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| 5  | أن يحدد الطالب العوامل المؤثرة في أسعار المنتجات الزراعية.                           | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |
| 6  | أن يطبق الطالب أساليب التسعير المناسبة للمنتجات الزراعية.                            | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |
| 7  | أن يفسر الطالب المشكلات التي تواجه التسويق الزراعي وسبل معالجتها.                    | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |
| 8  | أن يستخدم الطالب المعلومات والبيانات التسويقية في اتخاذ القرارات المناسبة.           | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |
| 9  | أن يوضح الطالب دور التعبئة والتغليف والتخزين في المحافظة على جودة المنتجات الزراعية. | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |
| 10 | أن يوظف الطالب التقنيات الحديثة والتسويق الإلكتروني في تسويق المنتجات الزراعية.      | مناقشات، الامتحان اليومي، واعداد تقارير، حلقات دراسية. |

#### أساليب التدريس (حدد مجموعة متنوعة من أساليب التدريس لتناسب احتياجات الطلاب ومحتوى المقرر)

| الاسلوب او الطريقة                | مميزات الاختيار                                         |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1. لقاء المحاضرة والمناقشة        | المعرفة والتعرف على المادة العلمية والمناقشة بين الطلبة |
| 2. الاختبار القبلي والبعدي        | معرفة مستوى الطلبة                                      |
| 3. عرض المحاضر على جهاز DATA SHOW | توضيح أكثر للمحاضرة والفهم                              |
| 4. تعليم الاقران                  | الاستفادة العلمية                                       |
| 5. التعليم التعاوني               | تشجيع روح المشاركة                                      |
| 6. الاختبارات الشفهية والتحريرية  | التقييم                                                 |



| الفصل الاول من المحتوى العلمي                                                  |                                                                     |               |                                               |                             |            |             |                |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------------------------------|-----------------------------|------------|-------------|----------------|
| تسويق زراعي                                                                    |                                                                     |               |                                               |                             |            | عنوان الفصل |                |
| طرق القياس                                                                     | التقنيات                                                            | طريقة التدريس | العنوان                                       |                             | الوقت/ساعة |             | التوزيع الزمني |
|                                                                                |                                                                     |               | مقدمة عن المقرر، أهداف التعلم، محتوى المقرر   |                             | العملي     | النظري      | الاسبوع        |
|                                                                                |                                                                     |               | العناوين الفرعية                              | العناوين الرئيسية           |            |             |                |
| امتحان quiz<br>اختبارات<br>شفهية<br>وتحريرية<br>وعملية يومية<br>ووتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة،<br>مناقشة تفاعلية<br>والتعليم الذاتي | محاضرة        | تعريف التسويق الزراعي                         | مقدمة عن التسويق<br>الزراعي |            | 2           | الأسبوع الاول  |
|                                                                                |                                                                     |               | أهمية التسويق الزراعي                         |                             |            |             |                |
|                                                                                |                                                                     |               | أهداف التسويق الزراعي                         |                             |            |             |                |
| امتحان quiz<br>اختبارات<br>شفهية<br>وتحريرية<br>وعملية يومية<br>ووتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة،<br>مناقشة تفاعلية<br>والتعليم الذاتي | محاضرة        | التجميع والنقل                                | وظائف التسويق الزراعي       |            | 2           | الأسبوع الثاني |
|                                                                                |                                                                     |               | التخزين والتعبئة والتغليف<br>التسعير والترويج |                             |            |             |                |

| الفصل الثاني                                      |                                                               |               |                                                                                                                              |                            |              |        |                |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------|--------|----------------|
| تسويق زراعي                                       |                                                               |               |                                                                                                                              |                            |              |        | عنوان الفصل    |
| طرق القياس                                        | التقنيات                                                      | طريقة التدريس | العنوان                                                                                                                      |                            | الوقت / ساعة |        | التوزيع الزمني |
|                                                   |                                                               |               | العناوين الفرعية                                                                                                             | العنوان الرئيسي            | العملي       | النظري | الاسبوع        |
| اختبارات شفوية وتحريية وعملية يومية وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة تفاعلية والتعليم الذاتي | محاضرة        | تعريف القنوات التسويقية الزراعية<br>أنواع القنوات التسويقية<br>أهمية القنوات التسويقية<br>في تصريف المنتجات الزراعية         | القنوات التسويقية الزراعية |              | 2      | الأسبوع الثالث |
| اختبارات شفوية وتحريية وعملية يومية وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة تفاعلية والتعليم الذاتي | محاضرة        | مفهوم التسعير الزراعي<br>العوامل المؤثرة في أسعار المنتجات الزراعية<br>طرق تسعير المنتجات الزراعية<br>مشكلات التسعير الزراعي | تسعير المنتجات الزراعية    |              | 2      | الأسبوع الرابع |

### الفصل الثالث

#### تسويق زراعي

| الفصل الثالث                                      |                                                               |               |                                                  |                                  |             |      |                                |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------|--------------------------------------------------|----------------------------------|-------------|------|--------------------------------|
| تسويق زراعي                                       |                                                               |               |                                                  |                                  |             |      | عنوان الفصل                    |
| طرق القياس                                        | التقنيات                                                      | طريقة التدريس | العنوان                                          |                                  | الوقت /ساعة |      | التوزيع الزمني<br>الأسبوع..... |
|                                                   |                                                               |               | العناوين الفرعية                                 | العناوين الرئيسية                | نظري        | عملي |                                |
| اختبارات شفوية وتحريية وعملية يومية وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة تفاعلية والتعليم الذاتي | محاضرة        |                                                  | الأسواق الزراعية                 |             | 2    | الأسبوع الخامس                 |
|                                                   |                                                               |               | مفهوم الأسواق الزراعية                           |                                  |             |      |                                |
|                                                   |                                                               |               | أنواع الأسواق الزراعية<br>خصائص الأسواق الزراعية |                                  |             |      |                                |
| اختبارات شفوية وتحريية وعملية يومية وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة تفاعلية والتعليم الذاتي | محاضرة        | أهمية التخزين الزراعي                            | تخزين ونقل المنتجات الزراعية     |             | 2    | الأسبوع السادس                 |
|                                                   |                                                               |               | وسائل نقل المنتجات الزراعية                      |                                  |             |      |                                |
|                                                   |                                                               |               | المحافظة على جودة المنتجات الزراعية              |                                  |             |      |                                |
| اختبارات شفوية وتحريية وعملية يومية وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة تفاعلية والتعليم الذاتي | محاضرة        | فهوم التعبئة والتغليف                            | لتعبئة والتغليف والترويج الزراعي |             | 2    | الأسبوع السابع                 |
|                                                   |                                                               |               | أساليب الترويج للمنتجات الزراعية                 |                                  |             |      |                                |
|                                                   |                                                               |               | الإعلان والتسويق الإلكتروني الزراعي              |                                  |             |      |                                |

| الفصل الرابع (من المحتوى العلمي)                            |                                                               |               |                                                                       |                              |              |                    |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------|--------------------|
| تسويق زراعي                                                 |                                                               |               |                                                                       |                              |              | عنوان الفصل        |
| طرق القياس                                                  | التقنيات                                                      | طريقة التدريس | العناوين                                                              |                              | الوقت / ساعة |                    |
|                                                             |                                                               |               | العناوين الفرعية                                                      | العناوين الرئيسية            | نظري         | عملي               |
|                                                             |                                                               |               | الامتحان الفصلي الاول                                                 |                              |              |                    |
|                                                             |                                                               |               |                                                                       |                              |              |                    |
| اختبارات شفوية<br>وتحريرية<br>وعملية يومية<br>وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة تفاعلية والتعليم الذاتي | محاضرة        | فهوم المعلومات التسويقية                                              | المعلومات التسويقية الزراعية | 2            | الاسبوع التاسع     |
|                                                             |                                                               |               | مصادر المعلومات التسويقية<br>أهمية المعلومات في اتخاذ القرار التسويقي |                              |              |                    |
| اختبارات شفوية<br>وتحريرية<br>وعملية يومية<br>وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة تفاعلية والتعليم الذاتي | محاضرة        | مفهوم تسويق المحاصيل                                                  | تسويق المحاصيل الزراعية      | 2            | الأسبوع العاشر     |
|                                                             |                                                               |               | تسويق الحبوب والخضروات والفواكه<br>مشكلات تسويق المحاصيل الزراعية     |                              |              |                    |
| اختبارات شفوية<br>وتحريرية<br>وعملية يومية<br>وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة تفاعلية والتعليم الذاتي | محاضرة        | مفهوم المنافسة السوقية                                                | المنافسة في الأسواق الزراعية | 2            | الأسبوع الحادي عشر |
|                                                             |                                                               |               | المنافسة العادلة وغير العادلة                                         |                              |              |                    |
|                                                             |                                                               |               | أثر المنافسة في تطوير التسويق الزراعي                                 |                              |              |                    |
|                                                             |                                                               | محاضرة        | الفاقد الزراعي                                                        |                              | 2            | الأسبوع الثاني عشر |

|                                                             |                                                               |  |                                                              |                                |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------|--------------------------------|--|--|--|
| اختبارات شفوية<br>وتحريرية<br>وعملية يومية<br>وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة تفاعلية والتعليم الذاتي |  | ضعف التخزين والنقل<br>الحلول المقترحة لتطوير التسويق الزراعي | مشكلات ومعوقات التسويق الزراعي |  |  |  |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------|--------------------------------|--|--|--|

| الفصل الخامس من المحتوى العلمي                              |                                                                                                         |               |                                                                                                                              |                             |              |             |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------|-------------|
| تسويق زراعي                                                 |                                                                                                         |               |                                                                                                                              |                             |              | عنوان الفصل |
| طرق القياس                                                  | التقنيات                                                                                                | طريقة التدريس | العناوين                                                                                                                     |                             | الوقت / ساعة |             |
|                                                             |                                                                                                         |               | العناوين الفرعية                                                                                                             | العناوين الرئيسية           | عملي         | نظري        |
|                                                             |                                                                                                         |               | تحسين كفاءة الأسواق الزراعية<br>تطوير وسائل التخزين والنقل<br>دعم التسويق الإلكتروني الزراعي<br>تعزيز جودة المنتجات الزراعية | تطوير التسويق الزراعي       |              | 2           |
| اختبارات شفوية<br>وتحريرية<br>وعملية يومية<br>وتقارير علمية | عرض تقديمي، شرح، أسئلة وأجوبة، مناقشة<br>المحاضرة والعروض التقديمية والمناقشة التفاعلية والتعليم الذاتي | محاضرة        | التعرف على الاستراتيجيات التسويقية الزراعية                                                                                  | استراتيجيات التسويق الزراعي |              | 2           |
|                                                             |                                                                                                         |               | استراتيجية المنتج الزراعي<br>استراتيجية التسعير<br>استراتيجية الترويج والتوزيع                                               |                             |              |             |



## الامتحان الفصلي الثاني

الأسبوع الخامس  
عشر

## خارطة القياس المعتمدة

| عدد الفقرات | الأهداف السلوكية |         |         |       |         | الأهمية النسبية | عناوين الفصول                                             | المحتوى التعليمي |        |
|-------------|------------------|---------|---------|-------|---------|-----------------|-----------------------------------------------------------|------------------|--------|
|             | التقييم          | التحليل | التطبيق | الفهم | المعرفة |                 |                                                           |                  | النسبة |
|             |                  |         |         |       |         |                 |                                                           |                  |        |
| 6           | 1                | 0       | 0       | 2     | 3       | 15%             | مقدمة في التسويق الزراعي<br>أهمية التسويق الزراعي         | الفصل الاول      |        |
| 6           | 1                | 1       | 0       | 2     | 2       | 15%             | القنوات التسويقية الزراعية<br>تسعير المنتجات الزراعية     | الفصل الثاني     |        |
| 9           | 1                | 2       | 0       | 3     | 3       | 23%             | الأسواق الزراعية<br>التخزين والنقل والتعبئة               | الفصل الثالث     |        |
| 9           | 2                | 1       | 0       | 2     | 3       | 24%             | لمعلومات التسويقية الزراعية<br>مشكلات التسويق الزراعي     | الفصل الرابع     |        |
| 9           | 2                | 2       | 0       | 3     | 3       | 23%             | استراتيجيات التسويق الزراعي<br>التسويق الإلكتروني الزراعي | الفصل الخامس     |        |
| 39          | 7                | 6       | 0       | 12    | 14      | 100 %           | 5                                                         | المجموع          |        |

# المحتوى العلمي

## المحتويات (لكل فصل في المقرر)

|                                                                                                                                                                                                                                     |                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 1                                                                                                                                                                                                                                   | رقم المحاضرة:                      |
| مقدمة في التسويق الزراعي                                                                                                                                                                                                            | عنوان المحاضرة:                    |
| د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                 | اسم المدرس:                        |
| طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                 | الفئة المستهدفة :                  |
| ليتعرف الطالب على مفهوم التسويق الزراعي وأهميته في القطاع الزراعي.                                                                                                                                                                  | الهدف العام من المحاضرة:           |
| 1- أن يفهم الطالب مفهوم التسويق الزراعي.<br>2- أن يتعرف الطالب على أهداف التسويق الزراعي ووظائفه.<br>3- أن يميز الطالب بين الإنتاج الزراعي والتسويق الزراعي.<br>4- أن يوضح الطالب أهمية التسويق الزراعي في تصريف المنتجات الزراعية. | الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: |
| لقاء المحاضرة والمناقشة والاختبار القبلي والبعدي، وعرض المحاضرة على جهاز data show, التعليم التعاوني, واستخدام الأسلوب العصف الذهني                                                                                                 | استراتيجيات التيسير المستخدمة      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>التعرف على مفاهيم التسويق الزراعي الأساسية.</li> <li>التمييز بين وظائف التسويق الزراعي المختلفة.</li> <li>القدرة على تحليل أهمية التسويق في العملية الزراعية.</li> </ul>                     | المهارات المكتسبة                  |
| اختبارات شفوية وتحريية وعملية يومية وتقارير علمية واجبات                                                                                                                                                                            | طرق القياس المعتمدة                |

## الأسئلة القبليّة

- هل لديك فكرة عن مفهوم التسويق الزراعي؟
- ما المقصود بالتسويق الزراعي؟
- ما أهمية التسويق الزراعي في تصريف المنتجات الزراعية؟
- هل تعرف بعض وظائف التسويق الزراعي؟
- ما الفرق بين الإنتاج الزراعي والتسويق الزراعي؟

## المحاضرة الأولى: مقدمة في التسويق الزراعي

### مقدمة

يُعد القطاع الزراعي من القطاعات الاقتصادية المهمة في حياة الإنسان، إذ يعتمد عليه المجتمع في توفير الغذاء والمواد الأولية للعديد من الصناعات. ولا تكتمل العملية الزراعية بالإنتاج فقط، بل تحتاج إلى نظام تسويقي ناجح يساعد على إيصال المنتجات الزراعية إلى المستهلك بالشكل المناسب وفي الوقت المناسب وبالسعر المناسب، لذلك ظهر مفهوم التسويق الزراعي باعتباره حلقة الوصل بين المنتج والمستهلك.



ويُعد التسويق الزراعي من الأنشطة الاقتصادية المهمة التي تسهم في تحسين كفاءة القطاع الزراعي وزيادة دخل المزارعين وتحقيق الأمن الغذائي، فضلاً عن دوره في تنشيط حركة التجارة الداخلية والخارجية.

#### أولاً: مفهوم التسويق الزراعي

التسويق الزراعي هو مجموعة الأنشطة والخدمات والعمليات التي تُمارس من أجل نقل المنتجات الزراعية من المنتج إلى المستهلك، مع تحقيق المنفعة الزمانية والمكانية والشكلية للمنتجات الزراعية. ويشمل التسويق الزراعي جميع العمليات التي تتم بعد الإنتاج الزراعي وحتى وصول المنتج إلى المستهلك النهائي، مثل:

1. التجميع
2. النقل
3. التخزين
4. التعبئة والتغليف
5. الفرز والتدريج
6. التسعير
7. الترويج
8. التوزيع

كما يُعرف التسويق الزراعي بأنه عملية تنظيم انسياب السلع الزراعية من المنتج إلى المستهلك بطريقة تحقق الربح للمنتج والرضا للمستهلك.

#### ثانياً: أهمية التسويق الزراعي

للتسويق الزراعي أهمية كبيرة في حياة الفرد والمجتمع والاقتصاد الوطني، وتتمثل أهميته فيما يأتي:

##### أهمية التسويق الزراعي للمزارع

- يساعد المزارع على بيع منتجاته بسهولة.
- يحقق للمزارع أرباحاً مناسبة.
- يشجع على زيادة الإنتاج الزراعي.

- يساعد على معرفة احتياجات السوق.

أهميته للمستهلك

- توفير المنتجات الزراعية بشكل مستمر.
- الحصول على منتجات جيدة وبأسعار مناسبة.
- تنوع المنتجات الزراعية في الأسواق.

أهميته للاقتصاد الوطني

- زيادة الدخل القومي.
- تنشيط التجارة الزراعية.
- توفير فرص عمل.
- دعم التنمية الزراعية.
- تحقيق الأمن الغذائي.

---

ثالثاً: أهداف التسويق الزراعي

يسعى التسويق الزراعي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، من أهمها:

1. إيصال المنتجات الزراعية إلى المستهلك.
2. المحافظة على جودة المنتجات الزراعية.
3. تقليل الفاقد الزراعي أثناء النقل والتخزين.
4. تحقيق التوازن بين العرض والطلب.
5. زيادة أرباح المنتجين والمستهلكين.
6. توفير المنتجات الزراعية في المكان والزمان المناسبين.

---

رابعاً: خصائص التسويق الزراعي

يمتاز التسويق الزراعي بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن تسويق المنتجات الأخرى، ومن أهم هذه الخصائص:

- 1- سرعة تلف المنتجات الزراعية  
معظم المنتجات الزراعية سريعة التلف مثل الخضروات والفواكه، لذلك تحتاج إلى تسويق سريع ووسائل حفظ جيدة.
- 2- موسمية الإنتاج  
الإنتاج الزراعي يرتبط بالمواسم الزراعية، مما يؤدي إلى زيادة العرض في أوقات معينة وقلة المنتجات في أوقات أخرى.
- 3- اختلاف جودة المنتجات  
تختلف جودة المنتجات الزراعية تبعًا للظروف المناخية وطرق الزراعة والحصاد.
- 4- تقلب الأسعار  
تتأثر أسعار المنتجات الزراعية بعوامل عديدة مثل العرض والطلب والظروف الجوية.

---

خامسا: وظائف التسويق الزراعي

يقوم التسويق الزراعي بعدة وظائف مهمة تساعد على نجاح العملية التسويقية، ومنها:

- 1- التجميع  
جمع المنتجات الزراعية من المزارعين في مكان معين لتسهيل نقلها وتسويقها.
- 2- النقل  
نقل المنتجات الزراعية من مناطق الإنتاج إلى الأسواق ومراكز الاستهلاك.
- 3- التخزين  
الاحتفاظ بالمنتجات الزراعية لفترة معينة بهدف المحافظة عليها وتقليل التلف.
- 4- التعبئة والتغليف  
تجهيز المنتجات الزراعية بصورة مناسبة للحفاظ عليها وجذب المستهلك.
- 5- التسعير  
تحديد أسعار المنتجات الزراعية وفق العرض والطلب وتكاليف الإنتاج.
- 6- الترويج  
تعريف المستهلكين بالمنتجات الزراعية وتشجيعهم على شرائها.

سادسا: المشكلات التي تواجه التسويق الزراعي  
يواجه التسويق الزراعي العديد من المشكلات، منها:

1. ضعف وسائل النقل.
2. قلة المخازن الحديثة.
3. ارتفاع تكاليف التسويق.
4. كثرة الوسطاء.
5. ضعف المعلومات التسويقية.
6. تقلب الأسعار الزراعية.

سابعا: طرق تطوير التسويق الزراعي  
يمكن تطوير التسويق الزراعي من خلال:

- إنشاء مخازن حديثة.
- تطوير وسائل النقل.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة.
- دعم التسويق الإلكتروني.
- توفير المعلومات التسويقية للمزارعين.
- تدريب العاملين في المجال الزراعي.

### أهمية التسويق الزراعي للفرد والمجتمع

لا يمكن أن تستقيم العملية الزراعية دون وجود نظام تسويقي فعال، إذ إن الإنتاج الزراعي وحده لا يحقق الفائدة المرجوة ما لم يرتبط بتسويق منظم يضمن وصول المنتجات إلى المستهلك في الوقت والمكان المناسبين. لذلك يُعد التسويق الزراعي عنصراً أساسياً في نجاح القطاع الزراعي وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. يُعد التسويق الزراعي من العناصر الأساسية في نجاح العملية الزراعية، إذ يساهم في إيصال المنتجات الزراعية إلى المستهلك وتحقيق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك. كما يساعد على تحسين مستوى معيشة المزارعين وزيادة كفاءة الاقتصاد الوطني. لذلك فإن تطوير التسويق الزراعي يُعد ضرورة مهمة لتحقيق التنمية الزراعية المستدامة.

يساعد التسويق الزراعي المزارعين على تصريف منتجاتهم وتحقيق عوائد اقتصادية مناسبة، كما يساهم في تحسين جودة المنتجات الزراعية من خلال الاهتمام بعمليات الفرز والتعبئة والتغليف والتخزين والنقل. كذلك يعمل على تحقيق التوازن بين العرض والطلب وتقليل الفاقد الزراعي وزيادة القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية في الأسواق المحلية والعالمية.

كما ينعكس التسويق الزراعي بصورة إيجابية على الفرد والمجتمع، وعلى النحو الآتي:

#### أولاً: أهمية التسويق الزراعي للمزارع

1. يساعد المزارع على بيع منتجاته بأسعار مناسبة.
2. يحقق زيادة في الدخل وتحسين المستوى المعيشي.
3. يشجع على تحسين جودة الإنتاج الزراعي.
4. يساعد على التعرف على احتياجات السوق ورغبات المستهلكين.

#### ثانياً: أهميته للتاجر أو المسوّق

1. يساهم في تنظيم عمليات البيع والشراء.
2. يساعد على تحقيق أرباح من خلال التخطيط التسويقي الجيد.
3. يساهم في توفير المنتجات الزراعية بشكل مستمر للأسواق.
4. يعزز المنافسة المشروعة وتحسين الخدمات التسويقية.

#### ثالثاً: أهميته للمستهلك

1. يضمن توفير المنتجات الزراعية بالكميات المطلوبة.
2. يساعد في الحصول على منتجات ذات جودة جيدة وأسعار مناسبة.
3. يساهم في تنوع المنتجات الزراعية المتوفرة في الأسواق.

#### رابعاً: أهميته للمجتمع

1. يساهم في دعم الاقتصاد الوطني وزيادة الدخل القومي.
2. يساعد في تحقيق الأمن الغذائي.
3. يوفر فرص عمل في مجالات النقل والتخزين والتسويق والتصنيع الغذائي.
4. يساهم في تنشيط حركة التجارة الداخلية والخارجية.

وقد أثبتت الدراسات الاقتصادية أن تطوير التسويق الزراعي يؤدي إلى زيادة الإنتاج وتحسين الكفاءة الاقتصادية ورفع القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية، مما ينعكس إيجاباً على التنمية الزراعية والمجتمعية بصورة عامة.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                      | رقم المحاضرة:                      |
| اهمية التسويق الزراعي                                                                                                                                                                                                                                                                  | عنوان المحاضرة:                    |
| د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                    | اسم المدرس:                        |
| طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                    | الفئة المستهدفة :                  |
| ليتعرف الطالب على مفهوم التسويق الزراعي وأهميته في القطاع الزراعي.                                                                                                                                                                                                                     | الهدف العام من المحاضرة :          |
| 1- أن يفهم الطالب مفهوم التسويق الزراعي.<br>2- أن يتعرف الطالب على أهداف التسويق الزراعي.<br>3- أن يوضح الطالب مفهوم التسويق الزراعي لغةً واصطلاحاً.<br>4- أن يميز الطالب بين الإنتاج الزراعي والتسويق الزراعي.<br>5- أن يفسر الطالب أهمية التسويق الزراعي في تصريف المنتجات الزراعية. | الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: |
| الشرح في القاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                                                                                       | استراتيجيات التيسير المستخدمة      |
| ليتعرف الطالب على ماذا ركز كل تعريف                                                                                                                                                                                                                                                    | المهارات المكتسبة                  |
| الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                                                                                   | طرق القياس المعتمدة                |

### الأسئلة القبالية

- هل لديك فكرة عن مفهوم التسويق الزراعي؟
- ما هي المفاهيم الأساسية للتسويق الزراعي؟
- ما أهمية التسويق الزراعي في القطاع الزراعي؟
- هل تعرف بعض وظائف التسويق الزراعي؟
- ما الفرق بين الإنتاج الزراعي والتسويق الزراعي؟

## المحاضرة الثانية: أهداف ووظائف التسويق الزراعي

### مقدمة

يُعد التسويق الزراعي من الأنشطة الأساسية التي تساعد على نجاح العملية الزراعية، إذ لا يقتصر دور الزراعة على إنتاج المحاصيل فقط، بل يمتد إلى كيفية إيصال هذه المنتجات إلى المستهلك بالشكل المناسب والوقت المناسب والسعر المناسب. لذلك فإن التسويق الزراعي يسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المهمة من خلال أداء وظائف متعددة تساعد على تسهيل حركة المنتجات الزراعية داخل الأسواق.

ويؤدي نجاح التسويق الزراعي إلى تحقيق فوائد كبيرة للمزارعين والمستهلكين والاقتصاد الوطني، لأنه يساهم في تقليل الفاقد الزراعي وتحسين جودة المنتجات وزيادة الأرباح وتنشيط الحركة التجارية.

### أولاً: أهداف التسويق الزراعي

يسعى التسويق الزراعي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية المهمة، ومن أبرز هذه الأهداف ما يأتي:

#### 1-تحقيق الربح

يهدف التسويق الزراعي إلى تحقيق أرباح مناسبة للمزارعين والمسوقين من خلال بيع المنتجات الزراعية بأسعار مناسبة تغطي تكاليف الإنتاج والتسويق وتحقق عائداً اقتصادياً جيداً.

#### 2-إشباع حاجات المستهلكين

يساعد التسويق الزراعي على توفير المنتجات الزراعية بالكميات والنوعيات التي يحتاجها المستهلك، مما يساهم في تلبية رغباته وتحقيق رضاه.

#### 3-المحافظة على جودة المنتجات الزراعية

يعمل التسويق الزراعي على المحافظة على جودة المنتجات من خلال عمليات التخزين الجيد والتعبئة المناسبة والنقل السليم، مما يقلل من التلف والخسائر.

#### 4-تقليل الفاقد الزراعي

يساعد التسويق الجيد على تقليل الفاقد الذي يحدث أثناء الحصاد أو النقل أو التخزين، وبالتالي زيادة الكميات المتاحة للاستهلاك.

#### 5-تحقيق التوازن بين العرض والطلب

يساهم التسويق الزراعي في تنظيم الأسواق وتحقيق التوازن بين كميات الإنتاج واحتياجات المستهلكين، مما يساعد على استقرار الأسعار.

#### 6-تنشيط التجارة الزراعية

يساعد التسويق الزراعي على تنشيط حركة التجارة الداخلية والخارجية من خلال تصدير المنتجات الزراعية واستيراد ما يحتاجه السوق المحلي.

#### 7-دعم التنمية الاقتصادية

يُعد التسويق الزراعي وسيلة مهمة لدعم الاقتصاد الوطني من خلال زيادة الإنتاج والدخل القومي وتوفير فرص العمل.

### ثانياً: وظائف التسويق الزراعي

يقوم التسويق الزراعي بعدد من الوظائف الأساسية التي تساعد على انتقال المنتجات الزراعية من المنتج إلى المستهلك، ويمكن تقسيم هذه الوظائف إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

#### 1-الوظائف التبادلية

وهي الوظائف التي تتعلق بعملية تبادل السلع الزراعية بين البائع والمشتري.

##### أ- البيع

يقصد به عملية عرض المنتجات الزراعية على المستهلكين أو التجار مقابل مبلغ مالي. ويُعد البيع من أهم الوظائف التسويقية لأنه يساعد على تصريف المنتجات الزراعية وتحقيق الأرباح.

##### أهمية البيع

- تصريف المنتجات الزراعية.
- تحقيق الربح للمزارعين.
- توفير المنتجات للمستهلكين.

##### ب- الشراء

ويقصد به حصول المستهلك أو التاجر على المنتجات الزراعية مقابل دفع قيمة مالية.  
**أهمية الشراء**

- توفير احتياجات السوق.
- استمرار النشاط التجاري.
- تلبية حاجات المستهلكين.

## 2- الوظائف المادية

وهي الوظائف التي تتعلق بحركة المنتجات الزراعية وحفظها.  
**أ- النقل**

ويقصد به نقل المنتجات الزراعية من مناطق الإنتاج إلى الأسواق أو أماكن الاستهلاك.  
**أهمية النقل**

- إيصال المنتجات إلى الأسواق.
- تقليل الفاقد الزراعي.
- توفير المنتجات في مختلف المناطق.

### وسائل النقل الزراعي

- النقل البري.
- النقل البحري.
- النقل الجوي.

### ب- التخزين

ويقصد به الاحتفاظ بالمنتجات الزراعية لفترة معينة للمحافظة عليها من التلف.

### أهمية التخزين

- توفير المنتجات طوال العام.
- تقليل التلف والخسائر.
- استقرار الأسعار في الأسواق.

### أنواع التخزين

- التخزين العادي.
- التخزين المبرد.
- التخزين في الصوامع.

### ج- التعبئة والتغليف

وهي عملية تجهيز المنتجات الزراعية بطريقة مناسبة للحفظ عليها أثناء النقل والتخزين.

### أهمية التعبئة والتغليف

- حماية المنتجات من التلف.
- تسهيل النقل والتداول.
- جذب المستهلكين.

## 3- الوظائف المساعدة

وهي الوظائف التي تساعد على نجاح العملية التسويقية.  
**أ- التمويل**



يحتاج النشاط التسويقي إلى أموال لتغطية تكاليف النقل والتخزين والتعبئة وغيرها.  
**أهمية التمويل**

- دعم الأنشطة التسويقية.
- مساعدة المزارعين والتجار على الاستمرار في العمل.

#### ب- التأمين

يهدف التأمين إلى حماية المنتجات الزراعية من المخاطر مثل التلف أو الحوادث أثناء النقل والتخزين.  
**أهمية التأمين**

- تقليل الخسائر المالية.
- حماية المستثمرين والعاملين في المجال الزراعي.

#### ج- المعلومات التسويقية

ويقصد بها البيانات التي تساعد على اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.

#### أهمية المعلومات التسويقية

- معرفة الأسعار السائدة في الأسواق.
- تحديد احتياجات المستهلكين.
- تحسين التخطيط التسويقي.

#### ثالثاً: أهمية وظائف التسويق الزراعي

تساعد وظائف التسويق الزراعي على:

- تسهيل انتقال المنتجات الزراعية.
- تقليل الخسائر والتلف.
- تحسين جودة المنتجات الزراعية.
- تحقيق استقرار الأسواق.
- زيادة دخل المزارعين.
- توفير المنتجات للمستهلكين بصورة مستمرة.

#### رابعاً: المشكلات التي تواجه وظائف التسويق الزراعي

1. ضعف وسائل النقل.
2. ارتفاع تكاليف التخزين.
3. قلة المخازن الحديثة.
4. ضعف التمويل الزراعي.
5. نقص المعلومات التسويقية.

#### خامساً: طرق تطوير وظائف التسويق الزراعي

يمكن تطوير وظائف التسويق الزراعي من خلال:

- استخدام وسائل نقل حديثة.
- إنشاء مخازن مبردة ومتطورة.
- دعم التمويل الزراعي.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة في التسويق.

## • تدريب العاملين في المجال التسويقي الزراعي.

يُعد التسويق الزراعي من العناصر الأساسية في نجاح القطاع الزراعي، إذ يساعد على إيصال المنتجات الزراعية إلى المستهلك وتحقيق الأرباح للمزارعين وتنشيط الحركة الاقتصادية. كما أن وظائف التسويق الزراعي تُعد الوسيلة الأساسية لتحقيق أهداف التسويق الزراعي والمحافظة على استقرار الأسواق الزراعية.

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| رقم المحاضرة:                      | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| عنوان المحاضرة:                    | القنوات التسويقية والسلوك المهني في التسويق الزراعي                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| اسم المدرس:                        | د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| الهدف العام من المحاضرة :          | ليتعرف الطالب على القنوات التسويقية الزراعية وأسس السلوك المهني في العمل التسويقي الزراعي.                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | <ol style="list-style-type: none"> <li>1- أن يفهم الطالب مفهوم القنوات التسويقية الزراعية.</li> <li>2- أن يتعرف الطالب على قواعد السلوك المهني في التسويق الزراعي.</li> <li>3- أن يميز الطالب بين أخلاقيات العمل التسويقي والسلوك الوظيفي في المؤسسات الزراعية.</li> <li>4- أن يوضح الطالب أهمية الالتزام المهني في نجاح العمليات التسويقية الزراعية.</li> </ol> |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | الشرح في لقاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| المهارات المكتسبة                  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. مواكبة متطلبات سوق العمل الزراعي.</li> <li>2. تنمية مهارات التعامل المهني في التسويق الزراعي.</li> <li>3. القدرة على التمييز بين السلوك المهني الصحيح وغير الصحيح في العمل التسويقي.</li> </ol>                                                                                                                        |
| طرق القياس المعتمدة                | الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## المحاضرة الثالثة: القنوات التسويقية الزراعية

### مقدمة

تُعد القنوات التسويقية الزراعية من العناصر الأساسية في نجاح عملية التسويق الزراعي، لأنها تمثل الطرق والمسارات التي تنتقل من خلالها المنتجات الزراعية من المنتج إلى المستهلك النهائي. فبعد إنتاج المحاصيل الزراعية لا بد من وجود وسائل وتنظيمات تساعد على نقل هذه المنتجات وتسويقها بصورة تحقق المنفعة للمزارع والمستهلك في الوقت نفسه.

وتساعد القنوات التسويقية على تسهيل حركة السلع الزراعية داخل الأسواق، كما تسهم في تقليل الوقت والجهد والتكاليف وتحقيق استقرار الأسواق الزراعية. ويعتمد نجاح التسويق الزراعي بدرجة كبيرة على كفاءة القنوات التسويقية المستخدمة.

### أولاً: مفهوم القنوات التسويقية الزراعية

القنوات التسويقية الزراعية هي المسارات أو الطرق التي تنتقل من خلالها المنتجات الزراعية من المنتج الزراعي إلى المستهلك النهائي، وقد تمر هذه المنتجات بعدة مراحل ووسطاء قبل وصولها إلى المستهلك. ويُقصد بالوسيط التسويقي الشخص أو الجهة التي تقوم بدور معين في نقل المنتجات الزراعية أو بيعها أو تخزينها أو توزيعها.

### ثانياً: أهمية القنوات التسويقية الزراعية

للقنوات التسويقية أهمية كبيرة في العملية الزراعية، ومن أهم هذه الأهمية ما يأتي:

#### 1- تسهيل انتقال المنتجات الزراعية

تساعد القنوات التسويقية على نقل المنتجات من مناطق الإنتاج إلى الأسواق ومناطق الاستهلاك.

#### 2- تقليل الجهد والوقت

تعمل القنوات التسويقية على تنظيم عملية التسويق مما يسهل وصول المنتجات بسرعة إلى المستهلك.

#### 3- توفير المنتجات الزراعية في الأسواق

تضمن القنوات التسويقية استمرار تدفق المنتجات الزراعية إلى الأسواق بصورة منتظمة.

#### 4- المحافظة على جودة المنتجات

تساعد عمليات النقل والتخزين الجيدة على تقليل التلف والمحافظة على جودة المنتجات الزراعية.

#### 5- تحقيق الربح للمزارعين والمسوقين

تساهم القنوات التسويقية في زيادة فرص البيع وتحقيق أرباح مناسبة.

#### 6- تحقيق التوازن بين العرض والطلب

تعمل القنوات التسويقية على توزيع المنتجات الزراعية بين المناطق المختلفة حسب الحاجة.

### ثالثاً: أنواع القنوات التسويقية الزراعية

تنقسم القنوات التسويقية الزراعية إلى عدة أنواع، تختلف حسب عدد الوسطاء وطريقة انتقال المنتجات الزراعية.

#### 1- القناة المباشرة

في هذا النوع يقوم المنتج الزراعي ببيع منتجاته مباشرة إلى المستهلك دون وجود وسطاء.

## الشكل

المنتج ← المستهلك

### أمثلة

- بيع الخضروات مباشرة في الأسواق الشعبية.
- البيع داخل المزرعة.
- التسويق الإلكتروني المباشر.

### مزايا القناة المباشرة

1. زيادة أرباح المزارع.
2. تقليل تكاليف التسويق.
3. سرعة وصول المنتجات للمستهلك.
4. تقليل عدد الوسطاء.

### عيوب القناة المباشرة

1. صعوبة الوصول إلى أسواق بعيدة.
2. حاجة المزارع إلى خبرة تسويقية.
3. تحمل المزارع مسؤولية النقل والتخزين.

## 2- القناة غير المباشرة

في هذا النوع تمر المنتجات الزراعية بعدة وسطاء قبل وصولها إلى المستهلك النهائي.

### الشكل

المنتج ← تاجر الجملة ← تاجر التجزئة ← المستهلك

### الوسطاء في القناة غير المباشرة

#### أ- تاجر الجملة

يقوم بشراء كميات كبيرة من المنتجات الزراعية من المزارعين ثم بيعها لتجار التجزئة.

#### ب- تاجر التجزئة

يقوم ببيع المنتجات الزراعية بكميات صغيرة للمستهلك النهائي.

### مزايا القناة غير المباشرة

1. وصول المنتجات إلى أسواق واسعة.
2. تقليل العبء عن المزارع.

3. توفير خدمات التخزين والنقل.

#### عيوب القناة غير المباشرة

1. زيادة عدد الوسطاء.
2. ارتفاع تكاليف التسويق.
3. ارتفاع الأسعار على المستهلك.
4. انخفاض أرباح المزارعين أحياناً.

### 3- القنوات التسويقية الحديثة

مع التطور التكنولوجي ظهرت قنوات تسويقية حديثة تعتمد على وسائل الاتصال والتكنولوجيا.  
أمثلة

- التسويق الإلكتروني.
- تطبيقات الهواتف الذكية.
- وسائل التواصل الاجتماعي.
- المتاجر الإلكترونية.

#### أهمية القنوات الحديثة

1. الوصول إلى عدد كبير من المستهلكين.
2. تقليل التكاليف التسويقية.
3. سرعة الإعلان عن المنتجات الزراعية.
4. تسهيل عمليات البيع والشراء.

### رابعاً: الوسطاء في القنوات التسويقية الزراعية

#### مفهوم الوسطاء

الوسطاء هم الأشخاص أو الجهات التي تساعد في انتقال المنتجات الزراعية من المنتج إلى المستهلك.

#### أنواع الوسطاء

1. تجار الجملة.
2. تجار التجزئة.
3. السماسرة والوكلاء.
4. شركات النقل والتخزين.

### أهمية الوسطاء

- تسهيل عمليات البيع والشراء.
- توفير خدمات النقل والتخزين.
- تسهيل وصول المنتجات إلى الأسواق البعيدة.

---

**خامساً: المشكلات التي تواجه القنوات التسويقية الزراعية**  
تواجه القنوات التسويقية العديد من المشكلات، منها:

#### 1- كثرة الوسطاء

يؤدي تعدد الوسطاء إلى ارتفاع الأسعار وتقليل أرباح المزارعين.

#### 2- ضعف وسائل النقل

يؤدي إلى تلف المنتجات الزراعية وتأخر وصولها للأسواق.

#### 3- ضعف التخزين

قلة المخازن الحديثة تسبب زيادة الفاقد الزراعي.

#### 4- نقص المعلومات التسويقية

عدم توفر المعلومات يؤدي إلى ضعف التخطيط التسويقي.

#### 5- تقلب الأسعار

تؤثر تقلبات الأسعار على استقرار الأسواق الزراعية.

---

### سادساً: طرق تطوير القنوات التسويقية الزراعية

يمكن تطوير القنوات التسويقية من خلال:

1. تقليل عدد الوسطاء.
2. تطوير وسائل النقل والتخزين.
3. استخدام التكنولوجيا الحديثة في التسويق.
4. دعم التسويق الإلكتروني الزراعي.
5. توفير المعلومات التسويقية للمزارعين.
6. إنشاء أسواق زراعية حديثة ومنظمة.

---

### سابعاً: دور القنوات التسويقية في التنمية الزراعية

تلعب القنوات التسويقية دوراً مهماً في التنمية الزراعية من خلال:

- زيادة كفاءة تسويق المنتجات الزراعية.
- تحسين دخل المزارعين.
- تنشيط التجارة الزراعية.
- تحقيق الأمن الغذائي.
- تقليل الفاقد الزراعي.

تُعد القنوات التسويقية الزراعية من العناصر المهمة في نجاح عملية التسويق الزراعي، لأنها تسهم في نقل المنتجات الزراعية من المنتج إلى المستهلك بكفاءة وسرعة، كما تساعد على تحقيق التوازن في الأسواق وتحسين مستوى معيشة المزارعين. لذلك فإن تطوير القنوات التسويقية الزراعية يُعد من الضرورات الأساسية لتحقيق التنمية الزراعية والاقتصادية.

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| رقم المحاضرة:                      | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| عنوان المحاضرة:                    | مصادر التسويق الزراعي والمعلومات التسويقية                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| اسم المدرس:                        | د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| الهدف العام من المحاضرة :          | ليتعرف الطالب على مصادر المعلومات في التسويق الزراعي وأهميتها في العملية التسويقية.                                                                                                                                                                                                                                                        |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | <ol style="list-style-type: none"> <li>1- أن يفهم الطالب مصادر المعلومات التسويقية الزراعية.</li> <li>2- أن يتعرف الطالب على الأنظمة والقوانين المنظمة للعمل التسويقي الزراعي.</li> <li>3- أن يميز الطالب بين مصادر المعلومات التسويقية المختلفة.</li> <li>4- أن يوضح الطالب أهمية المعلومات التسويقية في اتخاذ القرار الزراعي.</li> </ol> |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | الشرح في لقاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                                                                                                                                            |
| المهارات المكتسبة                  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. التعرف على مصادر المعلومات التسويقية الزراعية.</li> <li>2. القدرة على تحليل البيانات التسويقية والاستفادة منها.</li> <li>3. تنمية مهارات اتخاذ القرار في المجال التسويقي الزراعي.</li> </ol>                                                                                                     |
| طرق القياس المعتمدة                | الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

## المحاضرة الرابعة: الأسواق الزراعية

مقدمة

تُعد الأسواق الزراعية من الركائز الأساسية في عملية التسويق الزراعي، إذ تمثل المكان الذي يتم فيه تبادل المنتجات الزراعية بين المنتجين والتجار والمستهلكين. وتلعب الأسواق الزراعية دورًا مهمًا في تنظيم عمليات البيع والشراء وتحديد الأسعار وتوفير المنتجات الزراعية للمستهلكين. وتختلف الأسواق الزراعية من حيث الحجم وطريقة العمل وطبيعة المنتجات التي يتم تداولها، كما تتأثر بالعديد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والمناخية. لذلك فإن دراسة الأسواق الزراعية تساعد على فهم حركة المنتجات الزراعية وتحسين كفاءة العملية التسويقية.

### أولاً: مفهوم السوق الزراعي

السوق الزراعي هو المكان أو النظام الذي يتم من خلاله بيع وشراء المنتجات الزراعية بين البائعين والمشتريين، سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة. ولا يقتصر مفهوم السوق الزراعي على المكان التقليدي فقط، بل يشمل أيضًا الأسواق الإلكترونية ووسائل الاتصال الحديثة التي يتم من خلالها تبادل السلع الزراعية.

### ثانيًا: أهمية الأسواق الزراعية

للأسواق الزراعية أهمية كبيرة في الاقتصاد والمجتمع، ومن أبرز هذه الأهمية ما يأتي:

#### 1- تنظيم عمليات البيع والشراء

تعمل الأسواق الزراعية على تنظيم حركة تداول المنتجات الزراعية بين المنتجين والمستهلكين.

#### 2- تحديد الأسعار

تساعد الأسواق على تحديد أسعار المنتجات الزراعية وفق قوى العرض والطلب.

#### 3- تصريف المنتجات الزراعية

توفر الأسواق أماكن مناسبة لتسويق المنتجات الزراعية وبيعها.

#### 4- توفير المنتجات للمستهلكين

تساهم الأسواق الزراعية في إيصال المنتجات إلى المستهلكين بصورة مستمرة.

#### 5- تنشيط الحركة التجارية

تؤدي الأسواق الزراعية دورًا مهمًا في تنشيط التجارة الداخلية والخارجية.

#### 6- توفير فرص العمل

توفر الأسواق فرص عمل في مجالات النقل والتخزين والبيع والتوزيع.



## ثالثاً: أنواع الأسواق الزراعية

تنقسم الأسواق الزراعية إلى عدة أنواع تبعاً لطبيعة النشاط التسويقي وحجم التداول.

### 1- أسواق الجملة

هي الأسواق التي تُباع فيها المنتجات الزراعية بكميات كبيرة إلى التجار أو المؤسسات.

#### خصائص أسواق الجملة

- بيع المنتجات بكميات كبيرة.
- وجود تجار الجملة والوسطاء.
- انخفاض الأسعار مقارنة بالتجزئة.

#### أهمية أسواق الجملة

- تسهيل توزيع المنتجات الزراعية.
- تقليل تكاليف النقل والتوزيع.
- توفير المنتجات بكميات كبيرة.

### 2- أسواق التجزئة

هي الأسواق التي تُباع فيها المنتجات الزراعية مباشرة إلى المستهلك النهائي بكميات صغيرة.

#### خصائص أسواق التجزئة

- التعامل المباشر مع المستهلك.
- بيع كميات صغيرة.
- ارتفاع الأسعار نسبياً بسبب تكاليف البيع.

#### أهمية أسواق التجزئة

- تلبية حاجات المستهلكين اليومية.
- توفير المنتجات في الأحياء السكنية والمناطق المختلفة.

### 3- الأسواق المحلية

وهي الأسواق التي يتم فيها بيع وشراء المنتجات الزراعية داخل منطقة أو مدينة معينة.

#### أهمية الأسواق المحلية

- تصريف الإنتاج المحلي.

- تقليل تكاليف النقل.
- توفير المنتجات الطازجة للمستهلكين.

#### 4- الأسواق المركزية

هي أسواق كبيرة تُجمع فيها المنتجات الزراعية من مناطق مختلفة ثم تُوزع على التجار والأسواق الأخرى.

##### أهمية الأسواق المركزية

- تنظيم حركة التسويق الزراعي.
- تحديد الأسعار بصورة أكثر دقة.
- تسهيل عمليات التوزيع.

#### 5- الأسواق العالمية

وهي الأسواق التي يتم من خلالها تصدير واستيراد المنتجات الزراعية بين الدول.

##### أهمية الأسواق العالمية

- زيادة الصادرات الزراعية.
- توفير العملات الأجنبية.
- تشجيع المنافسة وتحسين الجودة.

#### رابعًا: خصائص الأسواق الزراعية

تمتاز الأسواق الزراعية بعدة خصائص تميزها عن الأسواق الأخرى، ومن أهم هذه الخصائص:

##### 1- سرعة تلف المنتجات الزراعية

المنتجات الزراعية مثل الخضروات والفواكه سريعة التلف، لذلك تحتاج إلى سرعة التسويق.

##### 2- موسمية الإنتاج

الإنتاج الزراعي يرتبط بمواسم معينة مما يؤدي إلى زيادة المعروض في أوقات محددة.

##### 3- تقلب الأسعار

تتغير أسعار المنتجات الزراعية باستمرار تبعًا للعرض والطلب.

##### 4- تأثر السوق بالعوامل المناخية

تؤثر الظروف الجوية في حجم الإنتاج الزراعي وبالتالي في الأسواق والأسعار.

##### 5- اختلاف جودة المنتجات

تختلف جودة المنتجات الزراعية حسب طرق الإنتاج والحفظ والنقل.

#### خامسًا: العوامل المؤثرة في الأسواق الزراعية

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في الأسواق الزراعية، منها:

##### 1- العرض والطلب

كلما زاد العرض انخفضت الأسعار، وكلما زاد الطلب ارتفعت الأسعار.

##### 2- الظروف المناخية

تؤثر الأمطار ودرجات الحرارة والظروف الجوية على الإنتاج الزراعي.

##### 3- تكاليف النقل والتخزين

ارتفاع تكاليف النقل والتخزين يؤدي إلى ارتفاع الأسعار.

##### 4- المستوى الاقتصادي للمستهلكين

زيادة دخل المستهلكين تؤدي إلى زيادة الطلب على المنتجات الزراعية.

##### 5- السياسات الحكومية

مثل دعم المزارعين أو فرض الضرائب والرسوم.

#### سادسًا: المشكلات التي تواجه الأسواق الزراعية

تواجه الأسواق الزراعية العديد من المشكلات، ومنها:

##### 1- تقلب الأسعار

يؤدي إلى خسائر للمزارعين وعدم استقرار الأسواق.

##### 2- ضعف التخزين

يسبب زيادة الفاقد الزراعي.

##### 3- ضعف البنية التحتية

مثل الطرق والأسواق غير المنظمة.

##### 4- كثرة الوسطاء

تؤدي إلى ارتفاع الأسعار وتقليل أرباح المزارعين.

##### 5- نقص المعلومات التسويقية

يؤثر على التخطيط واتخاذ القرارات التسويقية.

## سابعاً: طرق تطوير الأسواق الزراعية

يمكن تطوير الأسواق الزراعية من خلال:

1. إنشاء أسواق حديثة ومنظمة.
2. تطوير وسائل النقل والتخزين.
3. دعم التسويق الإلكتروني الزراعي.
4. تقليل عدد الوسطاء.
5. توفير المعلومات التسويقية للمزارعين.
6. استخدام التكنولوجيا الحديثة في التسويق.

## ثامناً: دور الأسواق الزراعية في التنمية الاقتصادية

تساهم الأسواق الزراعية في:

- تنشيط التجارة الداخلية والخارجية.
- زيادة الدخل القومي.
- توفير فرص العمل.
- دعم الأمن الغذائي.
- تحسين مستوى معيشة المزارعين.

تُعد الأسواق الزراعية من العناصر الأساسية في عملية التسويق الزراعي، إذ تعمل على تنظيم عمليات البيع والشراء وتحديد الأسعار وتوفير المنتجات الزراعية للمستهلكين. كما أن تطوير الأسواق الزراعية يساهم في تحسين كفاءة التسويق الزراعي وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

|                                                                                   |                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 5                                                                                 | رقم المحاضرة:            |
| العرض والطلب في الأسواق الزراعية                                                  | عنوان المحاضرة:          |
| فحطان ذياب سلمان                                                                  | اسم المدرس:              |
| طلاب المستوى الرابع                                                               | الفئة المستهدفة:         |
| ليتعرف الطالب على مفهوم العرض والطلب في الأسواق الزراعية وأثرهما في تحديد الأسعار | الهدف العام من المحاضرة: |

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- يفهم الطالب مفهوم العرض في الأسواق الزراعية.<br>2- يفهم الطالب مفهوم الطلب في الأسواق الزراعية.<br>3- يميز الطالب بين العوامل المؤثرة في العرض والطلب الزراعي.<br>4- يتعرف الطالب على العلاقة بين العرض والطلب والأسعار الزراعية.<br>5- يفسر الطالب تأثير تغير العرض والطلب على الأسواق الزراعية |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | الشرح في القاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                                                                                                    |
| المهارات المكتسبة                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تحليل الأسواق الزراعية .</li> <li>• تفسير تغير الأسعار الزراعية .</li> <li>• القدرة على التمييز بين حالات زيادة ونقص العرض والطلب .</li> <li>• فهم حركة الأسواق الزراعية واتخاذ القرارات التسويقية المناسبة .</li> </ul>                                   |
| طرق القياس المعتمدة                | الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                                                                                                |

## المحاضرة الخامسة: العرض والطلب في الأسواق الزراعية

### مقدمة

يُعد العرض والطلب من المفاهيم الأساسية في علم الاقتصاد والتسويق الزراعي، إذ يؤثران بصورة مباشرة في تحديد أسعار المنتجات الزراعية وكميات الإنتاج والتسويق. ويعتمد نجاح الأسواق الزراعية على تحقيق التوازن بين العرض والطلب، لأن أي زيادة أو نقص في أحدهما يؤدي إلى تغيرات في الأسعار وحركة السوق.

ويواجه القطاع الزراعي تغيرات مستمرة في كميات الإنتاج الزراعي نتيجة الظروف المناخية والموسمية، مما يجعل دراسة العرض والطلب ضرورية لفهم كيفية عمل الأسواق الزراعية واتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.

### أولاً: مفهوم العرض الزراعي

العرض الزراعي هو كمية المنتجات الزراعية التي يرغب المنتجون أو المزارعون في بيعها في السوق عند أسعار معينة وخلال فترة زمنية محددة.

ويزداد العرض الزراعي عندما ترتفع الأسعار، لأن ارتفاع الأسعار يشجع المنتجين على زيادة الإنتاج وطرح كميات أكبر في الأسواق.

### ثانياً: خصائص العرض الزراعي

يمتاز العرض الزراعي بعدة خصائص، من أهمها:

#### 1- موسمية الإنتاج الزراعي

يرتبط الإنتاج الزراعي بمواسم معينة، لذلك يزداد العرض في موسم الحصاد ويقل في غيره.

#### 2- سرعة تلف المنتجات الزراعية

العديد من المنتجات الزراعية مثل الخضروات والفواكه سريعة التلف، لذلك يجب تسويقها بسرعة.

#### 3- صعوبة التحكم بالإنتاج

يتأثر الإنتاج الزراعي بالعوامل المناخية مثل الأمطار ودرجات الحرارة.

#### 4- تقلب الكميات المعروضة

تختلف كميات العرض الزراعي من سنة إلى أخرى بسبب الظروف الطبيعية والاقتصادية.

---

### ثالثاً: العوامل المؤثرة في العرض الزراعي

هناك عدة عوامل تؤثر في كمية العرض الزراعي، ومنها:

#### 1- أسعار المنتجات الزراعية

كلما ارتفعت أسعار المنتجات الزراعية زادت رغبة المزارعين في الإنتاج والبيع.

#### 2- تكاليف الإنتاج

ارتفاع تكاليف البذور والأسمدة والمبيدات والوقود يؤدي إلى انخفاض العرض الزراعي.

#### 3- الظروف المناخية

الأمطار والحرارة والرياح تؤثر بصورة كبيرة في حجم الإنتاج الزراعي.

#### 4- التكنولوجيا الزراعية

استخدام الآلات الحديثة والطرق العلمية يزيد من الإنتاج الزراعي.

#### 5- الدعم الحكومي

تقديم القروض والدعم للمزارعين يساعد على زيادة العرض الزراعي.

---

#### رابعًا: مفهوم الطلب الزراعي

الطلب الزراعي هو كمية المنتجات الزراعية التي يرغب المستهلكون في شرائها عند أسعار معينة وخلال فترة زمنية محددة.

ويزداد الطلب عندما تنخفض الأسعار أو عندما تزداد حاجة المستهلكين للمنتجات الزراعية.

---

#### خامسًا: خصائص الطلب الزراعي

##### 1- ارتباطه بالحاجات الأساسية

المنتجات الزراعية تُعد من الحاجات الأساسية للإنسان مثل الغذاء.

##### 2- تأثره بالمستوى الاقتصادي

يزداد الطلب عند ارتفاع دخل المستهلكين.

##### 3- تغيره حسب العادات الغذائية

تختلف كمية الطلب تبعًا لعادات وتقاليد المجتمع الغذائية.

##### 4- تنوع المنتجات الزراعية

تنوع المنتجات يؤدي إلى اختلاف مستويات الطلب بينها.

---

#### سادسًا: العوامل المؤثرة في الطلب الزراعي

##### 1- أسعار المنتجات الزراعية

عند انخفاض الأسعار يزداد الطلب، وعند ارتفاعها يقل الطلب.

##### 2- دخل المستهلك

كلما ارتفع دخل الفرد زاد استهلاكه للمنتجات الزراعية.

##### 3- عدد السكان

زيادة عدد السكان تؤدي إلى زيادة الطلب على الغذاء.

##### 4- العادات والتقاليد

تؤثر الثقافة الغذائية في حجم الطلب على بعض المنتجات الزراعية.

#### **-5 جودة المنتجات الزراعية**

كلما كانت المنتجات ذات جودة عالية زاد الطلب عليها.

---

#### **سابقاً: العلاقة بين العرض والطلب**

ترتبط العلاقة بين العرض والطلب بصورة مباشرة بتحديد الأسعار في الأسواق الزراعية.

#### **-1 زيادة العرض مع انخفاض الطلب**

تؤدي إلى انخفاض الأسعار بسبب زيادة الكميات المعروضة.

#### **-2 انخفاض العرض مع زيادة الطلب**

يؤدي إلى ارتفاع الأسعار بسبب قلة المنتجات المتوفرة.

#### **-3 التوازن بين العرض والطلب**

يتحقق عندما تتساوى الكميات المعروضة مع الكميات المطلوبة، مما يؤدي إلى استقرار الأسعار.

---

#### **ثامناً: أهمية التوازن بين العرض والطلب**

تحقيق التوازن بين العرض والطلب يؤدي إلى:

- استقرار الأسعار الزراعية.
- حماية المزارعين من الخسائر.
- توفير المنتجات للمستهلكين.
- استقرار الأسواق الزراعية.
- تقليل الفاقد الزراعي.

---

#### **تاسعاً: المشكلات الناتجة عن اختلال العرض والطلب**

#### **-1 انخفاض الأسعار**



يحدث عند زيادة الإنتاج بشكل كبير، مما يؤدي إلى خسائر للمزارعين.

#### 2-ارتفاع الأسعار

يحدث عند نقص الإنتاج الزراعي، مما يسبب عبئاً على المستهلكين.

#### 3-تلف المنتجات الزراعية

زيادة العرض وعدم تصريف المنتجات بسرعة يؤدي إلى التلف.

#### 4-احتكار بعض المنتجات

قد يؤدي نقص المعروض إلى احتكار بعض السلع الزراعية.

---

### عاشراً: طرق تحقيق التوازن في الأسواق الزراعية

يمكن تحقيق التوازن بين العرض والطلب من خلال:

1. التخطيط الجيد للإنتاج الزراعي.
2. توفير المعلومات التسويقية للمزارعين.
3. تطوير وسائل التخزين والنقل.
4. تنظيم عمليات الاستيراد والتصدير.
5. دعم التسويق الزراعي الحديث.
6. تشجيع الصناعات الغذائية التحويلية.

---

### حادي عشر: دور الحكومة في تنظيم العرض والطلب

تلعب الحكومة دوراً مهماً في تنظيم الأسواق الزراعية من خلال:

- دعم المزارعين.
- تحديد أسعار بعض المنتجات الزراعية.
- إنشاء المخازن والصوامع.
- مراقبة الأسواق ومنع الاحتكار.

• توفير القروض الزراعية.

يُعد العرض والطلب من العوامل الأساسية التي تتحكم في حركة الأسواق الزراعية وتحديد أسعار المنتجات الزراعية. ويساعد تحقيق التوازن بينهما على استقرار الأسواق وتحقيق مصلحة المنتجين والمستهلكين معًا. لذلك فإن فهم طبيعة العرض والطلب الزراعي يساعد على تحسين التخطيط الزراعي والتسويقي وتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| رقم المحاضرة:                      | 6                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| عنوان المحاضرة:                    | تسعير المنتجات الزراعية                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| اسم المدرس:                        | د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| الهدف العام من المحاضرة :          | ليتعرف الطالب على مفهوم تسعير المنتجات الزراعية والعوامل المؤثرة في تحديد الأسعار الزراعية.                                                                                                                                                                                                     |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- يفهم الطالب مفهوم تسعير المنتجات الزراعية.<br>2- يتعرف الطالب على العوامل المؤثرة في أسعار المنتجات الزراعية.<br>3- يميز الطالب بين طرق تسعير المنتجات الزراعية.<br>4- يفهم الطالب العلاقة بين العرض والطلب والأسعار الزراعية.<br>5- يتعرف الطالب على دور الحكومة في تنظيم الأسعار الزراعية. |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | الشرح في لقاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                                                                                                 |
| المهارات المكتسبة                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• القدرة على تحليل أسعار المنتجات الزراعية .</li> <li>• فهم أسباب ارتفاع وانخفاض الأسعار الزراعية .</li> <li>• التمييز بين أنواع التسعير الزراعي .</li> <li>• اكتساب مهارات اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة .</li> </ul>                               |
| طرق القياس المعتمدة                | الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## المحاضرة السادسة: تسعير المنتجات الزراعية

### مقدمة

يُعد التسعير من أهم الأنشطة التسويقية في القطاع الزراعي، لأنه يؤثر بصورة مباشرة في أرباح المزارعين وقرارات المستهلكين وحركة الأسواق الزراعية. فالسعر يمثل القيمة النقدية التي يدفعها المستهلك مقابل الحصول على المنتج الزراعي، كما يُعد وسيلة لتحقيق التوازن بين العرض والطلب.

ويختلف تسعير المنتجات الزراعية عن غيرها من المنتجات بسبب طبيعة الإنتاج الزراعي الذي يتأثر بالمواسم والظروف المناخية وسرعة تلف المنتجات الزراعية. لذلك يحتاج التسعير الزراعي إلى دراسة دقيقة للعوامل المؤثرة في الأسعار لضمان تحقيق العدالة للمنتج والمستهلك.

## أولاً: مفهوم تسعير المنتجات الزراعية

تسعير المنتجات الزراعية هو عملية تحديد القيمة النقدية للمنتجات الزراعية عند عرضها للبيع في الأسواق، بما يحقق الربح للمنتج ويضمن رضا المستهلك.

ويعتمد السعر الزراعي على مجموعة من العوامل الاقتصادية والتسويقية التي تؤثر في تحديد قيمة المنتج الزراعي.

## ثانياً: أهمية تسعير المنتجات الزراعية

للتسعير أهمية كبيرة في العملية التسويقية الزراعية، ومن أبرز هذه الأهمية:

### 1- تحقيق الربح للمزارعين

يساعد التسعير المناسب على تغطية تكاليف الإنتاج وتحقيق عائد اقتصادي جيد للمزارع.

### 2- تنظيم الأسواق الزراعية

يساهم التسعير في تنظيم حركة البيع والشراء وتحقيق الاستقرار في الأسواق.

### 3- تحقيق التوازن بين العرض والطلب

تؤدي الأسعار دوراً مهماً في تنظيم الكميات المعروضة والمطلوبة من المنتجات الزراعية.

### 4- تشجيع الإنتاج الزراعي

عندما تكون الأسعار مناسبة ومربحة يزداد اهتمام المزارعين بالإنتاج الزراعي.

### 5- حماية المستهلك

التسعير العادل يساعد على توفير المنتجات الزراعية بأسعار مناسبة للمستهلكين.

## ثالثاً: خصائص أسعار المنتجات الزراعية

تمتاز أسعار المنتجات الزراعية بعدة خصائص، منها:

### 1-التقلب المستمر

تتغير أسعار المنتجات الزراعية بصورة مستمرة تبعًا للعرض والطلب.

### 2-الموسمية

تنخفض الأسعار غالبًا في موسم الحصاد بسبب زيادة المعروض، وترتفع خارج الموسم.

### 3-التأثر بالظروف المناخية

تؤثر الأحوال الجوية في حجم الإنتاج وبالتالي في الأسعار.

### 4-اختلاف الأسعار حسب الجودة

كلما كانت جودة المنتج الزراعي أعلى ارتفع سعره في السوق.

---

## رابعًا: العوامل المؤثرة في تسعير المنتجات الزراعية

هناك العديد من العوامل التي تؤثر في أسعار المنتجات الزراعية، ومن أهمها:

---

### 1-العرض والطلب

يُعد العرض والطلب من أهم العوامل المؤثرة في الأسعار.

#### أ- زيادة العرض

عندما تزيد كميات المنتجات الزراعية المعروضة في الأسواق تنخفض الأسعار.

#### ب- زيادة الطلب

عندما يزداد الطلب على المنتجات الزراعية ترتفع الأسعار.

---

### 2-تكاليف الإنتاج

تشمل تكاليف:

- البذور.
- الأسمدة.
- المبيدات.
- العمالة.
- الوقود.
- الري.

كلما ارتفعت تكاليف الإنتاج ارتفعت أسعار المنتجات الزراعية.

### -3 تكاليف النقل والتخزين

ارتفاع تكاليف النقل والتخزين يؤدي إلى زيادة الأسعار النهائية للمنتجات الزراعية.

### -4 جودة المنتج الزراعي

المنتجات ذات الجودة العالية والنظافة والتعبئة الجيدة تكون أسعارها أعلى من المنتجات الرديئة.

### -5 المنافسة في الأسواق

وجود منافسة كبيرة بين المنتجين يؤدي غالبًا إلى انخفاض الأسعار وتحسين الجودة.

### -6 السياسات الحكومية

مثل:

- الدعم الزراعي.
- الضرائب.
- الرسوم الجمركية.
- قوانين الاستيراد والتصدير.

كلها تؤثر في أسعار المنتجات الزراعية.

## خامساً: طرق تسعير المنتجات الزراعية

هناك عدة طرق تستخدم في تحديد أسعار المنتجات الزراعية، ومن أهمها:

### 1- التسعير على أساس التكلفة

يتم تحديد السعر من خلال حساب تكاليف الإنتاج والتسويق ثم إضافة نسبة ربح مناسبة.

مثال

إذا كانت تكلفة إنتاج طن الطماطم 500 ألف دينار، وأراد المزارع تحقيق ربح 100 ألف دينار، يكون السعر 600 ألف دينار للطن.

### 2- التسعير حسب السوق

يتم تحديد السعر وفق الأسعار السائدة في السوق والعرض والطلب.

### 3- التسعير حسب المنافسة

يعتمد المنتج أو التاجر على أسعار المنافسين في السوق عند تحديد السعر.

### 4- التسعير الحكومي

في بعض الأحيان تتدخل الحكومة لتحديد أسعار بعض المنتجات الزراعية لحماية المنتج أو المستهلك.

## سادساً: أنواع الأسعار الزراعية

### 1- سعر الجملة

هو السعر الذي تُباع به المنتجات الزراعية بكميات كبيرة لتجار الجملة.

## 2- سعر التجزئة

هو السعر الذي تُباع به المنتجات الزراعية للمستهلك النهائي.

## 3- السعر الموسمي

هو السعر الذي يتغير حسب موسم الإنتاج.

## 4- السعر العالمي

هو السعر المعتمد في الأسواق العالمية للمنتجات الزراعية المصدرة والمستوردة.

# سابعًا: المشكلات المتعلقة بتسعير المنتجات الزراعية

تواجه عملية التسعير الزراعي العديد من المشكلات، ومنها:

## 1- تقلب الأسعار

يسبب خسائر للمزارعين وعدم استقرار الأسواق.

## 2- احتكار بعض المنتجات

قد يؤدي الاحتكار إلى رفع الأسعار بصورة غير عادلة.

## 3- ضعف المعلومات التسويقية

قلة المعلومات تؤدي إلى صعوبة تحديد الأسعار المناسبة.

## 4- كثرة الوسطاء

تزيد من تكاليف التسويق وترفع الأسعار على المستهلك.

# ثامنًا: طرق تحسين تسعير المنتجات الزراعية

يمكن تحسين عملية التسعير الزراعي من خلال:

1. توفير المعلومات التسويقية للمزارعين.
2. دعم وسائل التخزين الحديثة.

3. تقليل عدد الوسطاء.
4. تطوير أسواق الجملة المركزية.
5. استخدام التكنولوجيا الحديثة في التسويق.
6. تنظيم عمليات الاستيراد والتصدير.

## تاسعاً: دور التسعير في التنمية الزراعية

يساهم التسعير الزراعي في:

- زيادة الإنتاج الزراعي.
- تحسين دخل المزارعين.
- تحقيق الاستقرار الاقتصادي.
- تنشيط التجارة الزراعية.
- دعم الأمن الغذائي.

يُعد تسعير المنتجات الزراعية من العناصر المهمة في نجاح التسويق الزراعي، لأنه يؤثر بصورة مباشرة في المنتج والمستهلك والأسواق الزراعية. ويساعد التسعير المناسب على تحقيق التوازن بين العرض والطلب وزيادة الإنتاج وتحقيق التنمية الاقتصادية. لذلك فإن دراسة العوامل المؤثرة في الأسعار وطرق التسعير الزراعي تُعد من الأمور الضرورية لتطوير القطاع الزراعي وتحسين كفاءته التسويقية.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 7                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | رقم المحاضرة:                      |
| تخزين المنتجات الزراعية                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | عنوان المحاضرة:                    |
| د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | اسم المدرس:                        |
| طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | الفئة المستهدفة :                  |
| ليتعرف الطالب على مفهوم تخزين المنتجات الزراعية وأهميته في التسويق الزراعي.                                                                                                                                                                                                                                                 | الهدف العام من المحاضرة :          |
| 1- يفهم الطالب مفهوم تخزين المنتجات الزراعية.<br>2- يتعرف الطالب على أهمية التخزين الزراعي في المحافظة على جودة المنتجات.<br>3- يميز الطالب بين أنواع المخازن وطرق التخزين الزراعي.<br>4- يفهم الطالب العوامل المؤثرة في تخزين المنتجات الزراعية.<br>5- يتعرف الطالب على المشكلات التي تواجه التخزين الزراعي وطرق معالجتها. | الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: |
| الشرح في لقاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                                                                                                                             | استراتيجيات التيسير المستخدمة      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• القدرة على التمييز بين طرق التخزين الزراعي .</li> <li>• فهم أهمية التخزين في تقليل الفاقد الزراعي .</li> <li>• اكتساب مهارات المحافظة على جودة المنتجات الزراعية .</li> <li>• تحليل المشكلات المتعلقة بالتخزين الزراعي .</li> </ul>                                                | المهارات المكتسبة                  |
| الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | طرق القياس المعتمدة                |



## المحاضرة السابعة: تخزين المنتجات الزراعية

### مقدمة

يُعد تخزين المنتجات الزراعية من العمليات المهمة في التسويق الزراعي، لأنه يساعد على المحافظة على المنتجات الزراعية من التلف والضياع، كما يساهم في توفير المنتجات للمستهلكين خلال فترات مختلفة من السنة. وتتميز المنتجات الزراعية بأنها سريعة التلف بسبب احتوائها على نسبة عالية من الرطوبة وتأثرها بالعوامل البيئية، لذلك فإن التخزين الجيد يُعد ضرورة أساسية للحفاظ على جودة المنتجات وتقليل الفاقد الزراعي.

ويؤدي التخزين دوراً مهماً في تحقيق التوازن بين العرض والطلب، إذ يساعد على الاحتفاظ بالمنتجات الزراعية في أوقات زيادة الإنتاج وطرحها في الأسواق عند قلة المعروض، مما يساهم في استقرار الأسعار وتحقيق الأمن الغذائي.

### أولاً: مفهوم التخزين الزراعي

التخزين الزراعي هو عملية الاحتفاظ بالمنتجات الزراعية في أماكن مخصصة ولمدة زمنية معينة مع توفير الظروف المناسبة للمحافظة على جودتها وتقليل التلف والخسائر. ويشمل التخزين الزراعي مختلف المنتجات مثل:

- الحبوب.
- الخضروات.
- الفواكه.
- التمور.
- البذور.

### ثانياً: أهمية تخزين المنتجات الزراعية

للتخزين الزراعي أهمية كبيرة في العملية التسويقية والزراعية، ومن أبرز هذه الأهمية:

#### 1- المحافظة على جودة المنتجات الزراعية

يساعد التخزين الجيد على حماية المنتجات من التلف والحفاظ على قيمتها الغذائية.

#### 2- تقليل الفاقد الزراعي

يؤدي التخزين المناسب إلى تقليل الخسائر الناتجة عن التعفن أو الحشرات أو الظروف الجوية.

### -3 توفير المنتجات طوال العام

يساعد التخزين على توفير المنتجات الزراعية في غير موسم إنتاجها.

### -4 تحقيق استقرار الأسعار

عند تخزين المنتجات يمكن طرحها تدريجيًا في الأسواق، مما يقلل من تقلبات الأسعار.

### -5 دعم الأمن الغذائي

يساعد التخزين على الاحتفاظ باحتياطي غذائي لمواجهة حالات الطوارئ أو نقص الإنتاج.

## ثالثًا: أهداف التخزين الزراعي

1. المحافظة على جودة المنتجات الزراعية.
2. حماية المنتجات من التلف والفساد.
3. تقليل الفاقد أثناء التسويق.
4. توفير المنتجات في الأوقات المناسبة.
5. تنظيم عمليات العرض والطلب في الأسواق.

## رابعًا: أنواع التخزين الزراعي

تنقسم طرق التخزين الزراعي إلى عدة أنواع، تختلف حسب نوع المنتج الزراعي وطبيعة حفظه.

### -1 التخزين العادي

يتم فيه حفظ المنتجات الزراعية في مخازن أو مستودعات عادية دون استخدام التبريد.

#### المنتجات المناسبة له

- الحبوب.
- البقوليات.
- بعض أنواع التمور.

#### مميزات التخزين العادي

- قليل التكاليف.
- سهل الاستخدام.

#### عيوبه

- لا يصلح للمنتجات سريعة التلف.
- يتأثر بدرجات الحرارة والرطوبة.

## -2التخزين المبرد

يتم فيه استخدام درجات حرارة منخفضة للمحافظة على المنتجات الزراعية.

**المنتجات المناسبة له**

- الخضروات.
- الفواكه.
- الألبان.

**أهمية التخزين المبرد**

- إطالة مدة حفظ المنتجات.
- تقليل التلف والخسائر.
- المحافظة على الجودة والطعم.

## -3التخزين المجمد

يعتمد على حفظ المنتجات الزراعية في درجات حرارة منخفضة جدًا تحت الصفر.

**أهميته**

- المحافظة على المنتجات لفترات طويلة.
- تقليل نشاط البكتيريا والفطريات.

## -4التخزين في الصوامع

يُستخدم لتخزين الحبوب مثل:

- القمح.
- الشعير.
- الذرة.

**أهمية الصوامع**

- حماية الحبوب من الرطوبة والحشرات.
- المحافظة على جودة الحبوب لفترات طويلة.

#### خامسًا: شروط التخزين الجيد

لضمان نجاح عملية التخزين الزراعي يجب توفر مجموعة من الشروط، منها:

##### 1- النظافة

يجب تنظيف المخازن باستمرار لمنع انتشار الحشرات والأمراض.

##### 2- التهوية الجيدة

تساعد التهوية على تقليل الرطوبة ومنع فساد المنتجات.

##### 3- التحكم بدرجات الحرارة

يجب توفير درجات حرارة مناسبة حسب نوع المنتج الزراعي.

##### 4- الحماية من الحشرات والقوارض

استخدام وسائل مكافحة الحشرات والآفات الزراعية.

##### 5- التنظيم والترتيب

ترتيب المنتجات داخل المخازن بطريقة تسهل تداولها وفحصها.

#### سادسًا: العوامل المؤثرة في تخزين المنتجات الزراعية

هناك عدة عوامل تؤثر في نجاح عملية التخزين الزراعي، منها:

##### 1- درجة الحرارة

ارتفاع الحرارة يؤدي إلى سرعة تلف المنتجات الزراعية.

##### 2- الرطوبة

الرطوبة العالية تسبب نمو الفطريات والعفن.

##### 3- التهوية

سوء التهوية يؤدي إلى تلف المنتجات.

##### 4- نوع المنتج الزراعي

تختلف مدة التخزين حسب طبيعة المنتج.

##### 5- مدة التخزين

كلما زادت مدة التخزين زادت احتمالية التلف.

#### سابعًا: المشكلات التي تواجه التخزين الزراعي

تواجه عملية التخزين الزراعي العديد من المشكلات، منها:

**1-ارتفاع تكاليف التخزين**

خاصة التخزين المبرد والمجمد.

**2-ضعف البنية التحتية**

قلة المخازن الحديثة والصوامع.

**3-الحشرات والقوارض**

تسبب تلف المنتجات الزراعية.

**4-انقطاع الكهرباء**

يؤثر في عمل المخازن المبردة.

**5-سوء الإدارة التخزينية**

عدم اتباع الطرق العلمية في التخزين يؤدي إلى زيادة الخسائر.

---

**ثامناً: طرق تطوير التخزين الزراعي**

يمكن تطوير التخزين الزراعي من خلال:

1. إنشاء مخازن حديثة ومبردة.
2. استخدام التكنولوجيا الحديثة في التخزين.
3. تدريب العاملين على أساليب التخزين الحديثة.
4. دعم مشاريع الصوامع والمخازن الزراعية.
5. تحسين أنظمة الرقابة على المخازن.

---

**تاسعاً: دور التخزين الزراعي في التسويق الزراعي**

يساهم التخزين الزراعي في:

- تنظيم تدفق المنتجات للأسواق.
  - تقليل الفاقد الزراعي.
  - استقرار الأسعار.
  - تحسين جودة المنتجات الزراعية.
  - زيادة أرباح المزارعين.
-

## عاشراً: دور الحكومة في دعم التخزين الزراعي

تلعب الحكومة دوراً مهماً في تطوير التخزين الزراعي من خلال:

- إنشاء الصوامع والمخازن الحديثة.
- تقديم القروض والدعم للمزارعين.
- مراقبة جودة المخازن.
- توفير الكهرباء والخدمات اللازمة للمخازن المبردة.

يُعد تخزين المنتجات الزراعية من العمليات الأساسية في التسويق الزراعي، لأنه يساعد على المحافظة على المنتجات الزراعية وتقليل الخسائر وتحقيق استقرار الأسواق. كما أن تطوير وسائل التخزين الحديثة يُساهم في تحسين كفاءة القطاع الزراعي ودعم الأمن الغذائي وتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

|                                    |                                |
|------------------------------------|--------------------------------|
| رقم المحاضرة:                      | 8                              |
| عنوان المحاضرة:                    | امتحان الشهر الاول             |
| اسم المدرس:                        | د. قحطان ذياب سلمان            |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع            |
| الهدف العام من المحاضرة :          | تقييم فهم الطالب               |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- التقييم                     |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | امتحان تحريري                  |
| المهارات المكتسبة                  | الحصول تقييم للمحاضرات السابقة |
| طرق القياس المعتمدة                | اختبارات تحريرية               |

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| رقم المحاضرة:                      | 9                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| عنوان المحاضرة:                    | نقل المنتجات الزراعية                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| اسم المدرس:                        | قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| الهدف العام من المحاضرة :          | ليتعرف الطالب على أهمية نقل المنتجات الزراعية ودوره في نجاح التسويق الزراعي.                                                                                                                                                                                                                    |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- يفهم الطالب مفهوم نقل المنتجات الزراعية.<br>2- يتعرف الطالب على أهمية النقل في التسويق الزراعي.<br>3- يميز الطالب بين وسائل نقل المنتجات الزراعية.<br>4- يفهم الطالب العوامل المؤثرة في عملية النقل الزراعي.<br>5- يتعرف الطالب على المشكلات التي تواجه نقل المنتجات الزراعية وطرق معالجتها. |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | الشرح في القاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                                                                                                |
| المهارات المكتسبة                  | القدرة على التمييز بين وسائل النقل الزراعي المختلفة.<br>فهم أهمية النقل في المحافظة على جودة المنتجات الزراعية.<br>اكتساب مهارات تحليل مشكلات النقل الزراعي.<br>فهم العلاقة بين النقل وتقليل الفاقد الزراعي.                                                                                    |
| طرق القياس المعتمدة                | الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## المحاضرة التاسعة: نقل المنتجات الزراعية

### مقدمة

يُعد نقل المنتجات الزراعية من الوظائف الأساسية في التسويق الزراعي، لأنه يمثل الوسيلة التي يتم من خلالها إيصال المنتجات الزراعية من مناطق الإنتاج إلى الأسواق ومناطق الاستهلاك. وتزداد أهمية النقل بسبب طبيعة المنتجات الزراعية التي تتصف بسرعة التلف والحاجة إلى التسويق السريع، لذلك فإن نجاح عملية النقل يساعد على المحافظة على جودة المنتجات وتقليل الخسائر وتحقيق الربح للمزارعين والمسوقين. ويؤثر النقل بصورة مباشرة في أسعار المنتجات الزراعية، إذ إن ارتفاع تكاليف النقل يؤدي إلى زيادة الأسعار في الأسواق. لذلك فإن تطوير وسائل النقل والبنية التحتية يُعد من الأمور الضرورية لتطوير القطاع الزراعي وتحسين كفاءة التسويق الزراعي.

### أولاً: مفهوم نقل المنتجات الزراعية

نقل المنتجات الزراعية هو عملية تحريك المنتجات الزراعية من أماكن الإنتاج إلى أماكن التجميع أو التخزين أو الأسواق أو المستهلكين باستخدام وسائل نقل مختلفة. ويُعد النقل حلقة مهمة تربط بين الإنتاج الزراعي والاستهلاك، إذ لا يمكن للمنتجات الزراعية أن تصل إلى الأسواق دون وجود وسائل نقل مناسبة.

### ثانيًا: أهمية نقل المنتجات الزراعية

لعملية النقل أهمية كبيرة في التسويق الزراعي، ومن أبرز هذه الأهمية:

#### 1- إيصال المنتجات إلى الأسواق

يساعد النقل على وصول المنتجات الزراعية من المناطق الريفية إلى الأسواق ومراكز الاستهلاك.

#### 2- تقليل الفاقد الزراعي

النقل السريع والجيد يقلل من تلف المنتجات الزراعية أثناء التسويق.

#### 3- توفير المنتجات في مختلف المناطق

يساعد النقل على توزيع المنتجات الزراعية بين المدن والمناطق المختلفة.

#### 4- تحقيق التوازن بين العرض والطلب

يمكن نقل المنتجات من المناطق ذات الفائض إلى المناطق التي تعاني من نقص المنتجات.

#### 5- تنشيط التجارة الزراعية

يساهم النقل في تسهيل حركة التجارة الداخلية والخارجية للمنتجات الزراعية.

#### 6- زيادة دخل المزارعين

يساعد النقل على وصول المنتجات إلى أسواق أفضل وتحقيق أسعار أعلى.

### ثالثًا: خصائص نقل المنتجات الزراعية

يمتاز نقل المنتجات الزراعية بعدة خصائص، منها:

#### 1- سرعة التلف

المنتجات الزراعية مثل الخضروات والفواكه تحتاج إلى نقل سريع بسبب قابليتها للتلف.

#### 2- الحساسية للظروف الجوية

تتأثر المنتجات الزراعية بدرجات الحرارة والرطوبة أثناء النقل.

#### 3- الحاجة إلى وسائل نقل خاصة

بعض المنتجات الزراعية تحتاج إلى شاحنات مبردة للحفاظ على جودتها.



#### 4-اختلاف طبيعة المنتجات

تختلف طرق النقل حسب نوع المنتج الزراعي.

#### رابعًا: وسائل نقل المنتجات الزراعية

توجد عدة وسائل تُستخدم في نقل المنتجات الزراعية، ومن أهمها:

##### 1-النقل البري

يُعد أكثر وسائل النقل استخدامًا في نقل المنتجات الزراعية.

##### وسائل النقل البري

- الشاحنات.
- السيارات الزراعية.
- القطارات.

##### مميزات النقل البري

- السرعة النسبية.
- سهولة الوصول إلى الأسواق.
- مرونة النقل بين المناطق.

##### عيوب النقل البري

- ارتفاع تكاليف الوقود.
- تأثر الطرق بالظروف الجوية.
- احتمالية تلف المنتجات أثناء النقل الطويل.

##### 2-النقل البحري

يُستخدم في نقل المنتجات الزراعية بين الدول عبر السفن.

##### مميزاته

- مناسب للكميات الكبيرة.
- أقل تكلفة مقارنة بالنقل الجوي.

##### عيوبه

- بطء عملية النقل.

- الحاجة إلى تبريد جيد للمنتجات.

### -3 النقل الجوي

يُستخدم لنقل المنتجات الزراعية السريعة التلف أو ذات القيمة العالية.

#### مميزاته

- السرعة العالية.
- المحافظة على جودة المنتجات.

#### عيوبه

- ارتفاع التكاليف.
- محدودية الكميات المنقولة.

### خامساً: العوامل المؤثرة في نقل المنتجات الزراعية

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في عملية النقل الزراعي، ومنها:

#### -1 نوع المنتج الزراعي

تختلف وسائل النقل حسب طبيعة المنتج الزراعي.

#### -2 المسافة

كلما زادت المسافة ارتفعت تكاليف النقل.

#### -3 الظروف المناخية

تؤثر درجات الحرارة والرطوبة في سلامة المنتجات أثناء النقل.

#### -4 حالة الطرق ووسائل النقل

الطرق الجيدة تقلل من التلف والخسائر.

#### -5 تكاليف الوقود والصيانة

ارتفاع التكاليف يؤدي إلى زيادة أسعار النقل.

### سادساً: المشكلات التي تواجه نقل المنتجات الزراعية

تواجه عملية النقل الزراعي العديد من المشكلات، منها:

#### -1 ضعف البنية التحتية

سوء الطرق والجسور يؤدي إلى صعوبة نقل المنتجات.

## 2-ارتفاع تكاليف النقل

ارتفاع أسعار الوقود والصيانة يزيد من تكاليف التسويق.

## 3-تلف المنتجات أثناء النقل

بسبب سوء التعبئة أو التأخير أو ارتفاع درجات الحرارة.

## 4-نقص وسائل النقل المبردة

بعض المنتجات تحتاج إلى شاحنات مبردة غير متوفرة دائماً.

## 5-الازدحام والتأخير

قد يؤدي التأخير إلى تلف المنتجات الزراعية.

---

## سابقاً: طرق تحسين نقل المنتجات الزراعية

يمكن تطوير عملية النقل الزراعي من خلال:

1. تطوير الطرق والجسور.
2. استخدام وسائل نقل حديثة ومبردة.
3. تحسين عمليات التعبئة والتغليف.
4. تقليل مدة النقل.
5. دعم مشاريع النقل الزراعي.
6. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تتبع الشحنات.

---

## ثامناً: دور النقل في التسويق الزراعي

يساهم النقل الزراعي في:

- تسهيل حركة المنتجات الزراعية.
- تقليل الفاقد الزراعي.
- زيادة كفاءة التسويق الزراعي.
- استقرار الأسواق والأسعار.
- دعم التجارة الزراعية الداخلية والخارجية.

---

## تاسعاً: دور الحكومة في تطوير النقل الزراعي

تلعب الحكومة دوراً مهماً في تحسين النقل الزراعي من خلال:

- إنشاء الطرق الحديثة.
- دعم وسائل النقل المبردة.
- تقديم التسهيلات للمزارعين والتجار.
- تنظيم عمليات النقل والأسواق.
- تطوير الموانئ والمطارات الخاصة بالتجارة الزراعية.

### عاشراً: العلاقة بين النقل والتخزين والتسويق الزراعي

ترتبط عملية النقل ببقية الوظائف التسويقية مثل:

- التخزين.
- التعبئة والتغليف.
- التوزيع.
- التسعير.

فكلما كانت عملية النقل جيدة ساعد ذلك على نجاح التسويق الزراعي وتحسين جودة المنتجات.

يُعد نقل المنتجات الزراعية من الوظائف الأساسية في التسويق الزراعي، لأنه يساهم في إيصال المنتجات الزراعية إلى الأسواق والمستهلكين بكفاءة وسرعة. كما يساعد النقل الجيد على تقليل الفاقد وتحسين جودة المنتجات وتحقيق استقرار الأسواق الزراعية. لذلك فإن تطوير وسائل النقل والبنية التحتية يُعد من الأمور الضرورية لتحقيق التنمية الزراعية والاقتصادية.

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| رقم المحاضرة:                      | 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| عنوان المحاضرة:                    | التعبئة والتغليف للمنتجات الزراعية                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| اسم المدرس:                        | د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| الهدف العام من المحاضرة :          | ليتعرف الطالب على مفهوم التعبئة والتغليف وأهميتهما في التسويق الزراعي والمحافظة على جودة المنتجات الزراعية.                                                                                                                                                                                                                         |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- يفهم الطالب مفهوم التعبئة والتغليف للمنتجات الزراعية.<br>2- يتعرف الطالب على أهمية التعبئة والتغليف في حماية المنتجات الزراعية.<br>3- يميز الطالب بين أنواع مواد التعبئة والتغليف الزراعي.<br>4- يفهم الطالب مواصفات التعبئة والتغليف الجيد.<br>5- يتعرف الطالب على دور التعبئة والتغليف في تقليل الفاقد الزراعي وتحسين التسويق. |

|                               |                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| استراتيجيات التيسير المستخدمة | الشرح في القاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                               |
| المهارات المكتسبة             | القدرة على التمييز بين أنواع العبوات الزراعية. فهم أهمية التعبئة والتغليف في المحافظة على جودة المنتجات الزراعية. اكتساب مهارات اختيار العبوات المناسبة للمنتجات الزراعية. تحليل دور التغليف في تحسين تسويق المنتجات الزراعية. |
| طرق القياس المعتمدة           | الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                           |

## المحاضرة العاشرة: التعبئة والتغليف للمنتجات الزراعية

### مقدمة

تُعد التعبئة والتغليف من العمليات الأساسية في التسويق الزراعي، إذ تساعد على حماية المنتجات الزراعية والمحافظة على جودتها أثناء عمليات النقل والتخزين والتوزيع. كما أن التغليف الجيد يساهم في جذب المستهلك وزيادة القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية في الأسواق المحلية والعالمية. وتتميز المنتجات الزراعية بأنها سريعة التلف وحساسة للعوامل البيئية مثل الحرارة والرطوبة والصدمات، لذلك فإن استخدام أساليب التعبئة والتغليف الحديثة يُعد من الأمور الضرورية لتقليل الخسائر وتحسين جودة المنتجات الزراعية.

### أولاً: مفهوم التعبئة والتغليف

#### التعبئة

هي عملية وضع المنتجات الزراعية داخل عبوات أو أوعية مناسبة لحفظها وتسهيل تداولها ونقلها.

#### التغليف

هو تغطية أو حماية العبوات بمواد خاصة تساعد على المحافظة على المنتج الزراعي وإظهاره بصورة مناسبة للمستهلك.

### ثانياً: أهمية التعبئة والتغليف للمنتجات الزراعية

للتعبئة والتغليف أهمية كبيرة في التسويق الزراعي، ومن أهم هذه الأهمية:

#### 1- حماية المنتجات الزراعية

تحمي العبوات المنتجات من:

- التلف.
- الكسر.
- الرطوبة.
- التلوث.
- الحشرات.

#### 2- تقليل الفاقد الزراعي

يساعد التغليف الجيد على تقليل الخسائر أثناء النقل والتخزين.

#### 3- تسهيل النقل والتداول

تجعل العبوات المنتجات أكثر سهولة في الحمل والنقل والترتيب.

#### 4- المحافظة على جودة المنتجات

تساعد التعبئة المناسبة على الحفاظ على الطعم والشكل والقيمة الغذائية.

### 5- جذب المستهلك

التغليف الجيد والمنظم يزيد من رغبة المستهلك في شراء المنتج.

### 6- تسهيل التسويق والتصدير

المنتجات المغلفة بصورة جيدة تكون أكثر قبولاً في الأسواق العالمية.

## ثالثاً: أهداف التعبئة والتغليف الزراعي

1. المحافظة على جودة المنتجات الزراعية.
2. حماية المنتجات من التلف والتلوث.
3. تسهيل عمليات النقل والتخزين.
4. تقليل الخسائر أثناء التسويق.
5. تحسين مظهر المنتجات الزراعية.
6. زيادة القدرة التنافسية للمنتجات.

## رابعاً: أنواع مواد التعبئة والتغليف

تستخدم عدة مواد في تعبئة وتغليف المنتجات الزراعية، ومن أهمها:

### 1- العبوات الكرتونية

تُستخدم بصورة واسعة في تعبئة الخضروات والفواكه.

#### مميزاتها

- خفيفة الوزن.
- سهلة النقل.
- قليلة التكلفة.

#### عيوبها

- تتأثر بالرطوبة.
- قابلة للتلف بسرعة.

### 2- العبوات البلاستيكية

تُستخدم في تعبئة العديد من المنتجات الزراعية.

#### مميزاتها

- مقاومة للرطوبة.
- متينة.
- شفافة أحياناً مما يساعد على رؤية المنتج.

#### عيوبها

- قد تؤثر على البيئة إذا لم يتم إعادة تدويرها.

### 3- الأكياس الشبكية

تُستخدم لتعبئة:

- البطاطا.
- البصل.

- الثوم.
- **مميزاتها**
- تسمح بالتهوية.
- سهولة الحمل.

## 4- العبوات الخشبية

تُستخدم لنقل بعض الفواكه والخضروات.

### مميزاتها

- قوية ومتينة.

### عيوبها

- ثقيلة الوزن.
- مرتفعة التكلفة نسبياً.

## خامساً: مواصفات التعبئة والتغليف الجيد

لكي تكون عملية التعبئة والتغليف ناجحة يجب أن تتوفر مجموعة من المواصفات، ومنها:

### 1- المتانة

يجب أن تكون العبوة قوية لتحمل النقل والتخزين.

### 2- النظافة

يجب أن تكون العبوات نظيفة وخالية من التلوث.

### 3- التهوية الجيدة

بعض المنتجات الزراعية تحتاج إلى تهوية لمنع التعفن.

### 4- سهولة الاستخدام

يجب أن تكون العبوات سهلة الفتح والحمل.

### 5- المحافظة على جودة المنتج

يجب ألا تؤثر العبوة في طعم أو رائحة المنتج الزراعي.

### 6- الجاذبية الشكلية

التصميم الجيد يساعد على جذب المستهلك.

## سادساً: مراحل التعبئة والتغليف الزراعي

تمر عملية التعبئة والتغليف بعدة مراحل، وهي:

### 1- الفرز

يتم فرز المنتجات الزراعية حسب:

- الحجم.
- الجودة.
- اللون.

### 2- التنظيف

إزالة الأتربة والشوائب عن المنتجات الزراعية.

### 3- التدريج

تصنيف المنتجات إلى درجات مختلفة حسب الجودة.

#### 4-التعبئة

وضع المنتجات داخل العبوات المناسبة.

#### 5-التغليف النهائي

إغلاق العبوات وتجهيزها للنقل أو التسويق.

### سابعًا: العوامل المؤثرة في اختيار العبوات

هناك عدة عوامل تؤثر في اختيار نوع العبوة المناسبة، ومنها:

#### 1-نوع المنتج الزراعي

كل منتج يحتاج إلى نوع خاص من التعبئة.

#### 2-مدة التخزين

المنتجات التي تُخزن لفترات طويلة تحتاج إلى عبوات قوية.

#### 3-وسيلة النقل

النقل لمسافات طويلة يحتاج إلى تغليف أكثر حماية.

#### 4-تكاليف التعبئة

يجب أن تكون تكلفة العبوة مناسبة لقيمة المنتج.

#### 5-متطلبات السوق

بعض الأسواق تشترط أنواعاً معينة من التعبئة والتغليف.

### ثامناً: المشكلات التي تواجه التعبئة والتغليف الزراعي

تواجه عمليات التعبئة والتغليف عدة مشكلات، منها:

#### 1-ارتفاع التكاليف

بعض مواد التغليف الحديثة تكون مرتفعة الثمن.

#### 2-ضعف الخبرة الفنية

عدم استخدام الطرق الصحيحة يؤدي إلى تلف المنتجات.

#### 3-سوء نوعية العبوات

العبوات الرديئة تسبب خسائر أثناء النقل.

#### 4-التلوث البيئي

بعض مواد التغليف البلاستيكية تضر بالبيئة.

### تاسعاً: طرق تطوير التعبئة والتغليف الزراعي

يمكن تحسين عمليات التعبئة والتغليف من خلال:

1. استخدام مواد حديثة وصديقة للبيئة.
2. تدريب العاملين على أساليب التعبئة الحديثة.
3. تطوير مصانع التعبئة والتغليف.
4. تحسين تصميم العبوات الزراعية.
5. استخدام التكنولوجيا الحديثة في التغليف.

### عاشراً: دور التعبئة والتغليف في التسويق الزراعي



- تساهم التعبئة والتغليف في:
- زيادة جودة المنتجات الزراعية.
  - تحسين القدرة التنافسية.
  - تقليل الفاقد الزراعي.
  - تسهيل التصدير.
  - زيادة رضا المستهلكين.

## الحادي عشر: دور الحكومة في دعم التعبئة والتغليف الزراعي

تلعب الحكومة دوراً مهماً في تطوير التعبئة والتغليف من خلال:

- دعم الصناعات الخاصة بالتغليف.
- توفير التدريب والخبرات الفنية.
- تشجيع استخدام العبوات الحديثة.
- وضع المواصفات القياسية للمنتجات الزراعية.

تُعد التعبئة والتغليف من العمليات الأساسية في التسويق الزراعي، لأنها تساعد على حماية المنتجات الزراعية وتحسين جودتها وزيادة قدرتها التنافسية في الأسواق. كما أن استخدام أساليب التعبئة الحديثة يساهم في تقليل الفاقد الزراعي وتحقيق التنمية الزراعية والاقتصادية المستدامة.

| رقم المحاضرة:                      | 11                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| عنوان المحاضرة:                    | المعلومات التسويقية الزراعية                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| اسم المدرس:                        | د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| الهدف العام من المحاضرة :          | ليتعرف الطالب على مفهوم المعلومات التسويقية الزراعية وأهميتها في تطوير التسويق الزراعي واتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.                                                                                                                                                                                                                                            |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- يفهم الطالب مفهوم المعلومات التسويقية الزراعية.<br>2- يتعرف الطالب على أهمية المعلومات التسويقية في القطاع الزراعي.<br>3- يميز الطالب بين أنواع المعلومات التسويقية الزراعية ومصادرها.<br>4- يفهم الطالب دور المعلومات التسويقية في تحديد الأسعار وتحليل الأسواق الزراعية.<br>5- يتعرف الطالب على استخدام التكنولوجيا الحديثة في نظم المعلومات التسويقية الزراعية. |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | الشرح في القاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| المهارات المكتسبة                  | القدرة على تحليل المعلومات التسويقية الزراعية. فهم أهمية المعلومات في اتخاذ القرارات التسويقية. التمييز بين مصادر المعلومات التسويقية المختلفة. اكتساب مهارات استخدام المعلومات في تطوير التسويق الزراعي.                                                                                                                                                             |
| طرق القياس المعتمدة                | الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

# المحاضرة الحادية عشرة: المعلومات التسويقية الزراعية

## مقدمة

تُعد المعلومات التسويقية الزراعية من العناصر الأساسية لنجاح التسويق الزراعي، لأنها تساعد المزارعين والمسوقين والتجار على اتخاذ القرارات الصحيحة المتعلقة بالإنتاج والتسويق والتوزيع والتخزين. فكلما كانت المعلومات دقيقة وحديثة، أصبحت عملية التسويق أكثر كفاءة ونجاحًا.

وتشمل المعلومات التسويقية بيانات عن الأسعار، والأسواق، والعرض والطلب، واحتياجات المستهلكين، وطرق النقل والتخزين، وغيرها من المعلومات التي تساعد في تحسين العملية التسويقية وتقليل الخسائر الزراعية.

## أولاً: مفهوم المعلومات التسويقية الزراعية

المعلومات التسويقية الزراعية هي مجموعة البيانات والحقائق والإحصائيات المتعلقة بالمنتجات الزراعية والأسواق والأسعار والعرض والطلب، والتي يتم جمعها وتحليلها واستخدامها لاتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.

## ثانياً: أهمية المعلومات التسويقية الزراعية

للمعلومات التسويقية أهمية كبيرة في تطوير القطاع الزراعي، ومن أهم هذه الأهمية:

### 1- المساعدة في اتخاذ القرارات

توفر المعلومات بيانات تساعد المزارعين والمسوقين على اتخاذ قرارات صحيحة.

### 2- تحديد الأسعار المناسبة

تساعد المعلومات التسويقية في معرفة الأسعار السائدة في الأسواق.

### 3- معرفة احتياجات السوق

تمكن المنتجين من معرفة المنتجات المطلوبة والكميات المناسبة.

### 4- تقليل المخاطر والخسائر

تساعد المعلومات الدقيقة على تجنب الخسائر الناتجة عن سوء التخطيط.

### 5- تحسين الإنتاج الزراعي

توجه المزارعين نحو المحاصيل الأكثر طلبًا وربحية.

## 6-تنظيم عمليات التسويق

تسهم في تحسين عمليات النقل والتخزين والتوزيع.

## ثالثًا: أهداف المعلومات التسويقية الزراعية

1. توفير معلومات دقيقة عن الأسواق الزراعية.
2. تحسين كفاءة التسويق الزراعي.
3. تحقيق التوازن بين العرض والطلب.
4. مساعدة المزارعين في التخطيط للإنتاج.
5. تقليل الفاقد الزراعي والخسائر التسويقية.

## رابعًا: أنواع المعلومات التسويقية الزراعية

تنقسم المعلومات التسويقية الزراعية إلى عدة أنواع، منها:

### 1-معلومات الأسعار

تشمل بيانات عن:

- أسعار الجملة.
- أسعار التجزئة.
- الأسعار المحلية والعالمية.

### أهميتها

تساعد المنتجين والتجار على تحديد الوقت المناسب للبيع.

### 2-معلومات العرض والطلب

تشمل بيانات عن:

- الكميات المنتجة.
- حجم الاستهلاك.
- احتياجات السوق.

### أهميتها

تساعد في تحقيق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك.

## 3- معلومات الأسواق

تشمل معلومات عن:

- الأسواق المحلية.
- الأسواق الخارجية.
- أماكن البيع والتوزيع.

### أهميتها

تساعد على اختيار الأسواق المناسبة لتسويق المنتجات.

## 4- معلومات النقل والتخزين

تشمل بيانات عن:

- تكاليف النقل.
- وسائل النقل المتوفرة.
- طرق التخزين المناسبة.

### أهميتها

تساعد على تقليل التلف والخسائر أثناء التسويق.

## 5- معلومات المستهلكين

تشمل بيانات عن:

- رغبات المستهلكين.

- العادات الغذائية.
- القدرة الشرائية.

## أهميتها

تساعد المنتجين على توفير منتجات تتناسب مع احتياجات المستهلكين.

## خامساً: مصادر المعلومات التسويقية الزراعية

تُجمع المعلومات التسويقية من عدة مصادر، منها:

### 1- الأسواق الزراعية

من خلال متابعة الأسعار والكميات المعروضة.

### 2- المؤسسات الحكومية

مثل وزارات الزراعة والتجارة والجهاز المركزي للإحصاء.

### 3- وسائل الإعلام

مثل التلفاز والإذاعة والصحف والإنترنت.

### 4- الشركات والمؤسسات الزراعية

توفر معلومات عن الإنتاج والتسويق والأسعار.

### 5- البحوث والدراسات العلمية

تساعد في تحليل الأسواق والتنبؤ بالتغيرات المستقبلية.

## سادساً: نظام المعلومات التسويقية الزراعية

هو نظام منظم لجمع وتحليل وتوزيع المعلومات المتعلقة بالتسويق الزراعي بهدف دعم اتخاذ القرارات.

ويتكون النظام من:

### 1- جمع المعلومات

الحصول على البيانات من مصادر مختلفة.

## 2- تحليل المعلومات

دراسة البيانات وتحويلها إلى معلومات مفيدة.

## 3- تخزين المعلومات

حفظ المعلومات بطريقة منظمة لسهولة الرجوع إليها.

## 4- توزيع المعلومات

إيصال المعلومات إلى المزارعين والمسوقين والمستفيدين.

---

# سابعًا: خصائص المعلومات التسويقية الجيدة

لكي تكون المعلومات التسويقية فعالة يجب أن تتصف بما يأتي:

### 1- الدقة

أن تكون المعلومات صحيحة وخالية من الأخطاء.

### 2- الحداثة

أن تكون المعلومات حديثة ومتوافقة مع الواقع.

### 3- الشمولية

أن تغطي جميع الجوانب المهمة للسوق الزراعي.

### 4- الوضوح

أن تكون سهلة الفهم والاستخدام.

### 5- السرعة

وصول المعلومات في الوقت المناسب.

---

## ثامناً: المشكلات التي تواجه المعلومات التسويقية الزراعية

تواجه المعلومات التسويقية عدة مشكلات، منها:

### 1- نقص البيانات الدقيقة

قلة الإحصائيات والمعلومات الحديثة.

### 2- ضعف وسائل الاتصال

صعوبة وصول المعلومات إلى المزارعين.

### 3- التأخر في نشر المعلومات

قد تصبح المعلومات غير مفيدة إذا تأخر وصولها.

### 4- ارتفاع تكاليف جمع المعلومات

جمع البيانات وتحليلها يحتاج إلى إمكانيات مالية وفنية.

## تاسعاً: طرق تطوير المعلومات التسويقية الزراعية

يمكن تحسين نظم المعلومات التسويقية من خلال:

1. استخدام التكنولوجيا الحديثة والإنترنت.
2. إنشاء قواعد بيانات زراعية متطورة.
3. تدريب العاملين في مجال التسويق الزراعي.
4. دعم مراكز البحوث الزراعية.
5. تطوير وسائل الاتصال والإرشاد الزراعي.

## عاشراً: دور التكنولوجيا في المعلومات التسويقية الزراعية

ساهمت التكنولوجيا الحديثة في تطوير التسويق الزراعي من خلال:

- نشر الأسعار عبر الإنترنت.
- استخدام الهواتف الذكية في التسويق.
- إنشاء تطبيقات زراعية حديثة.
- تسهيل التواصل بين المنتجين والأسواق.

## الحادي عشر: دور المعلومات التسويقية في التنمية الزراعية

تساعد المعلومات التسويقية على:

- زيادة كفاءة الإنتاج الزراعي.
- تحسين دخل المزارعين.
- تطوير الأسواق الزراعية.
- تقليل الخسائر التسويقية.
- دعم الأمن الغذائي.

تُعد المعلومات التسويقية الزراعية من العوامل الأساسية لنجاح التسويق الزراعي، لأنها تساعد على اتخاذ القرارات الصحيحة وتحسين كفاءة العمليات التسويقية. كما أن توفير معلومات دقيقة وحديثة يساهم في تطوير القطاع الزراعي وتحقيق التنمية الاقتصادية وتحسين مستوى معيشة المزارعين.

| رقم المحاضرة:                      | 12                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| عنوان المحاضرة:                    | المشكلات التسويقية الزراعية                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| اسم المدرس:                        | د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| الهدف العام من المحاضرة :          | ليتعرف الطالب على أهم المشكلات التي تواجه التسويق الزراعي وتأثيرها في المنتج والمستهلك والأسواق الزراعية، مع بيان طرق معالجتها والحد من آثارها السلبية.                                                                                                                                                                                         |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- يفهم الطالب مفهوم المشكلات التسويقية الزراعية.<br>2- يتعرف الطالب على أسباب المشكلات التسويقية الزراعية.<br>3- يميز الطالب بين أنواع المشكلات التسويقية الزراعية المختلفة.<br>4- يفهم الطالب تأثير المشكلات التسويقية على الإنتاج والأسعار والأسواق الزراعية.<br>5- يتعرف الطالب على الحلول والمعالجات المناسبة للمشكلات التسويقية الزراعية. |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | الشرح في لقاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| المهارات المكتسبة                  | القدرة على تحليل المشكلات التسويقية الزراعية.<br>فهم أسباب تقلب الأسعار والخسائر التسويقية.<br>التمييز بين أنواع المشكلات التسويقية الزراعية.<br>اكتساب مهارات إيجاد الحلول المناسبة لتطوير التسويق الزراعي.                                                                                                                                    |
| طرق القياس المعتمدة                | الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |



## المحاضرة الثانية عشرة: المشكلات التسويقية الزراعية

### مقدمة

يواجه التسويق الزراعي العديد من المشكلات التي تؤثر بصورة مباشرة في كفاءة العملية التسويقية وفي مستوى دخل المزارعين واستقرار الأسواق الزراعية. وتنتج هذه المشكلات بسبب طبيعة المنتجات الزراعية التي تتصف بسرعة التلف والموسمية، إضافة إلى ضعف الخدمات التسويقية والبنية التحتية وقلة المعلومات التسويقية.

وتؤدي المشكلات التسويقية الزراعية إلى ارتفاع التكاليف، وزيادة الفاقد الزراعي، وعدم استقرار الأسعار، مما ينعكس سلبًا على المنتج والمستهلك والاقتصاد الوطني. لذلك فإن دراسة هذه المشكلات تساعد على إيجاد الحلول المناسبة لتطوير التسويق الزراعي وتحقيق التنمية الزراعية المستدامة.

### أولاً: مفهوم المشكلات التسويقية الزراعية

المشكلات التسويقية الزراعية هي المعوقات والصعوبات التي تواجه عمليات تسويق المنتجات الزراعية أثناء الإنتاج أو النقل أو التخزين أو البيع والتوزيع، مما يؤدي إلى انخفاض كفاءة التسويق الزراعي.

### ثانياً: أسباب المشكلات التسويقية الزراعية

توجد مجموعة من الأسباب التي تؤدي إلى ظهور المشكلات التسويقية الزراعية، ومن أهمها:

1. طبيعة المنتجات الزراعية السريعة التلف.
2. موسمية الإنتاج الزراعي.
3. ضعف وسائل النقل والتخزين.
4. قلة المعلومات التسويقية.
5. كثرة الوسطاء بين المنتج والمستهلك.
6. ضعف التنظيم في الأسواق الزراعية.
7. قلة الخبرة التسويقية لدى المزارعين.

### ثالثاً: أهم المشكلات التسويقية الزراعية

#### 1- تقلب أسعار المنتجات الزراعية

تُعد مشكلة تقلب الأسعار من أبرز المشكلات التي تواجه التسويق الزراعي.

#### أسباب تقلب الأسعار

- زيادة أو نقص الإنتاج الزراعي.
- تغير العرض والطلب.
- الظروف المناخية.
- الاحتكار والمضاربة.

#### آثار تقلب الأسعار

- خسائر للمزارعين.
- ارتفاع الأسعار على المستهلكين.
- عدم استقرار الأسواق الزراعية.

---

#### 2- سرعة تلف المنتجات الزراعية

العديد من المنتجات الزراعية مثل الخضروات والفواكه سريعة التلف.

#### أسباب التلف

- سوء التخزين.
- التأخير في النقل.
- ارتفاع درجات الحرارة.
- سوء التعبئة والتغليف.

#### نتائج التلف

- زيادة الفاقد الزراعي.
- انخفاض جودة المنتجات.
- خسائر اقتصادية كبيرة.

---

#### 3- ضعف وسائل النقل

النقل غير الجيد يؤدي إلى صعوبة وصول المنتجات للأسواق.

#### مظاهر المشكلة

- سوء الطرق.
- نقص وسائل النقل المبردة.

- ارتفاع تكاليف النقل.

#### آثار المشكلة

- تلف المنتجات الزراعية.
- ارتفاع الأسعار.
- تأخير وصول المنتجات للأسواق.

---

#### 4- ضعف التخزين الزراعي

قلة المخازن الحديثة تؤدي إلى تلف المنتجات الزراعية.

#### أسباب المشكلة

- نقص الصوامع والمخازن المبردة.
- انقطاع الكهرباء.
- سوء الإدارة التخزينية.

#### آثار المشكلة

- زيادة الفاقد الزراعي.
- انخفاض جودة المنتجات.
- تقلب الأسعار.

---

#### 5- كثرة الوسطاء

وجود عدد كبير من الوسطاء بين المنتج والمستهلك يؤدي إلى ارتفاع الأسعار.

#### نتائج كثرة الوسطاء

- انخفاض أرباح المزارعين.
- ارتفاع الأسعار على المستهلك.
- استغلال المنتجين الصغار.

---

#### 6- نقص المعلومات التسويقية

قلة المعلومات الدقيقة عن الأسعار والأسواق تؤثر في اتخاذ القرارات.

#### آثار نقص المعلومات

- سوء التخطيط للإنتاج.

- بيع المنتجات بأسعار غير مناسبة.
- زيادة الخسائر التسويقية.

#### 7- ضعف التعبئة والتغليف

استخدام عبوات غير مناسبة يؤدي إلى تلف المنتجات الزراعية.

##### نتائج المشكلة

- انخفاض جودة المنتجات.
- صعوبة النقل والتخزين.
- خسائر أثناء التسويق.

#### 8- ضعف التمويل الزراعي

قلة التمويل تؤثر في قدرة المزارعين على تطوير عمليات التسويق.

##### آثار ضعف التمويل

- عدم القدرة على شراء وسائل نقل حديثة.
- ضعف التخزين والتغليف.
- انخفاض الإنتاجية الزراعية.

#### رابعًا: آثار المشكلات التسويقية الزراعية

تؤدي المشكلات التسويقية الزراعية إلى عدة آثار سلبية، منها:

##### 1- انخفاض دخل المزارعين

بسبب الخسائر التسويقية وضعف الأسعار.

##### 2- ارتفاع أسعار المنتجات الزراعية

نتيجة زيادة التكاليف وكثرة الوسطاء.

##### 3- زيادة الفاقد الزراعي

بسبب التلف وسوء التخزين والنقل.

##### 4- ضعف التنمية الزراعية

تؤثر المشكلات التسويقية في تطور القطاع الزراعي.

##### 5- تهديد الأمن الغذائي

قلة كفاءة التسويق تؤثر في توفر الغذاء للمستهلكين.

**خامساً: الحلول المقترحة للمشكلات التسويقية الزراعية**  
يمكن معالجة المشكلات التسويقية الزراعية من خلال:

#### **1- تطوير وسائل النقل**

- إنشاء طرق حديثة.
- توفير شاحنات مبردة.
- تقليل تكاليف النقل.

#### **2- تحسين التخزين الزراعي**

- إنشاء مخازن حديثة وصوامع.
- تطوير أنظمة التبريد.
- تدريب العاملين على التخزين السليم.

#### **3- تطوير التعبئة والتغليف**

- استخدام عبوات حديثة.
- تحسين جودة التغليف.
- استخدام مواد صديقة للبيئة.

#### **4- توفير المعلومات التسويقية**

- نشر الأسعار بصورة يومية.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة.
- إنشاء قواعد بيانات زراعية.

#### **5- تقليل عدد الوسطاء**

- دعم التسويق المباشر بين المنتج والمستهلك.
- إنشاء جمعيات تعاونية زراعية.

---

#### 6- دعم المزارعين

- تقديم القروض الزراعية.
- توفير الدعم الحكومي.
- تدريب المزارعين على التسويق الحديث.

---

#### سادساً: دور الحكومة في حل المشكلات التسويقية الزراعية

تلعب الحكومة دوراً مهماً في معالجة المشكلات التسويقية من خلال:

- تطوير البنية التحتية الزراعية.
- إنشاء الأسواق المركزية.
- دعم التخزين والنقل الزراعي.
- تنظيم الأسواق والأسعار.
- تشجيع الاستثمار الزراعي.

---

#### سابعاً: دور التكنولوجيا في تقليل المشكلات التسويقية

ساهمت التكنولوجيا الحديثة في:

- تحسين نظم التسويق الزراعي.
- تسهيل نقل المعلومات التسويقية.
- تطوير وسائل التخزين والتعبئة.
- دعم التسويق الإلكتروني الزراعي.

---

تُعد المشكلات التسويقية الزراعية من التحديات المهمة التي تواجه القطاع الزراعي، إذ تؤثر في المنتج والمستهلك والأسواق الزراعية بصورة مباشرة. لذلك فإن تطوير وسائل النقل والتخزين والتعبئة وتوفير المعلومات التسويقية الحديثة يُسهم في تحسين كفاءة التسويق الزراعي وتقليل الخسائر وتحقيق التنمية الزراعية والاقتصادية المستدامة.

|                                    |                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| رقم المحاضرة:                      | 13                                                                                                                                                                                             |
| عنوان المحاضرة:                    | التسويق الإلكتروني للمنتجات الزراعية                                                                                                                                                           |
| اسم المدرس:                        | د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                            |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                            |
| الهدف العام من المحاضرة :          | ليتعرف الطالب على مفهوم التسويق الإلكتروني للمنتجات الزراعية وأهميته في تطوير القطاع الزراعي وزيادة كفاءة العمليات التسويقية.                                                                  |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- يفهم الطالب مفهوم التسويق الإلكتروني الزراعي.<br>2- يتعرف الطالب على أهمية التسويق الإلكتروني للمنتجات الزراعية.<br>3- يميز الطالب بين وسائل التسويق الإلكتروني المستخدمة في القطاع الزراعي |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | الشرح في القاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة                                                                                                               |
| المهارات المكتسبة                  | ليتعرف الطالب على ماذا ركز كل مقوم من المقومات                                                                                                                                                 |
| طرق القياس المعتمدة                | الاختبارات والواجبات                                                                                                                                                                           |

### المحاضرة الثالثة عشرة: التسويق الإلكتروني للمنتجات الزراعية

#### مقدمة

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطورًا كبيرًا في استخدام التكنولوجيا والإنترنت في مختلف المجالات، ومن بينها القطاع الزراعي، حيث أصبح التسويق الإلكتروني من الوسائل الحديثة المهمة في تسويق المنتجات الزراعية. ويساعد التسويق الإلكتروني على ربط المزارعين بالمستهلكين والأسواق بصورة سريعة وفعالة، مما يساهم في تحسين كفاءة التسويق وتقليل التكاليف وزيادة الأرباح.

كما أن التسويق الإلكتروني أصبح وسيلة مهمة لتوسيع الأسواق المحلية والعالمية، إذ يمكن للمزارعين والتجار عرض منتجاتهم الزراعية عبر الإنترنت والوصول إلى عدد كبير من المستهلكين دون الحاجة إلى وجود مباشر في الأسواق التقليدية.

#### أولاً: مفهوم التسويق الإلكتروني الزراعي

التسويق الإلكتروني الزراعي هو استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة والإنترنت في الإعلان عن المنتجات الزراعية وتسويقها وبيعها وتبادل المعلومات المتعلقة بها.

ويشمل ذلك استخدام:

- المواقع الإلكترونية.
- وسائل التواصل الاجتماعي.
- التطبيقات الذكية.
- المتاجر الإلكترونية.

## ثانيًا: أهمية التسويق الإلكتروني الزراعي

للتسويق الإلكتروني أهمية كبيرة في تطوير القطاع الزراعي، ومن أبرز هذه الأهمية:

### 1-توسيع الأسواق

يساعد على الوصول إلى عدد كبير من المستهلكين داخل وخارج الدولة.

### 2-تقليل تكاليف التسويق

يقلل من تكاليف الإيجارات والنقل والوسطاء.

### 3-سرعة تداول المعلومات

يساعد على نشر الأسعار والمعلومات التسويقية بسرعة.

### 4-زيادة أرباح المزارعين

يتيح للمزارعين بيع منتجاتهم مباشرة للمستهلكين.

### 5-تسهيل عمليات البيع والشراء

يمكن تنفيذ عمليات التسويق بسهولة عبر الإنترنت.

### 6-تحسين القدرة التنافسية

يساعد المنتجين على عرض منتجاتهم بصورة حديثة وجذابة.

## ثالثًا: أهداف التسويق الإلكتروني الزراعي

1. تحسين كفاءة التسويق الزراعي.

2. تقليل الفاقد الزراعي.

3. تسهيل التواصل بين المنتج والمستهلك.

4. توفير معلومات تسويقية حديثة.

5. دعم الصادرات الزراعية.

6. زيادة دخل المزارعين.

## رابعًا: وسائل التسويق الإلكتروني الزراعي

توجد عدة وسائل تُستخدم في التسويق الإلكتروني الزراعي، ومنها:

### 1-المواقع الإلكترونية



تُستخدم لعرض المنتجات الزراعية وأسعارها ومواصفاتها.

#### أهميتها

- توفير معلومات تفصيلية عن المنتجات.
- تسهيل التواصل مع العملاء.

---

### 3- وسائل التواصل الاجتماعي

مثل:

- فيسبوك.
- إنستغرام.
- واتساب.
- تيليجرام.

#### أهميتها

- الإعلان السريع عن المنتجات.
- التواصل المباشر مع المستهلكين.
- جذب العملاء بسهولة.

---

### 3- التطبيقات الذكية

تساعد التطبيقات الزراعية في:

- عرض المنتجات الزراعية.
- معرفة الأسعار.
- طلب المنتجات إلكترونياً.

---

### 4- المتاجر الإلكترونية

تُستخدم لبيع المنتجات الزراعية عبر الإنترنت.

#### مميزاتها

- البيع على مدار الساعة.
- سهولة الدفع الإلكتروني.
- الوصول إلى أسواق واسعة.

## خامساً: مزايا التسويق الإلكتروني الزراعي

يمتاز التسويق الإلكتروني الزراعي بعدة مزايا، منها:

### 1- السرعة

يمكن الإعلان عن المنتجات والوصول إلى العملاء بسرعة كبيرة.

### 2- انخفاض التكاليف

تكاليف التسويق الإلكتروني أقل من التسويق التقليدي.

### 3- سهولة التواصل

سهولة التواصل بين المنتجين والمستهلكين.

### 4- توفير الوقت والجهد

يساعد على إنجاز عمليات البيع والشراء بسهولة.

### 5- الوصول إلى الأسواق العالمية

إمكانية تسويق المنتجات الزراعية خارج الدولة.

## سادساً: عيوب التسويق الإلكتروني الزراعي

رغم أهمية التسويق الإلكتروني إلا أنه يواجه بعض المشكلات، ومنها:

### 1- ضعف خدمات الإنترنت

عدم توفر الإنترنت الجيد في بعض المناطق الريفية.

### 2- قلة الخبرة التقنية

بعض المزارعين لا يمتلكون مهارات استخدام التكنولوجيا.

### 3- مشكلات الدفع الإلكتروني

قد تواجه عمليات الدفع بعض الصعوبات.

### 4- صعوبة فحص المنتجات مباشرة

المستهلك لا يستطيع رؤية المنتج بصورة مباشرة قبل الشراء.

### 5- مخاطر الاحتيال الإلكتروني

قد تحدث بعض عمليات الغش أو الاحتيال عبر الإنترنت.

## سابعاً: متطلبات نجاح التسويق الإلكتروني الزراعي

لنجاح التسويق الإلكتروني الزراعي يجب توفر مجموعة من المتطلبات، ومنها:

#### 1- توفر الإنترنت

وجود شبكة إنترنت جيدة وسريعة.

#### 2- التدريب والتأهيل

تدريب المزارعين على استخدام التكنولوجيا الحديثة.

#### 3- توفير وسائل الدفع الإلكتروني

تسهيل عمليات الدفع والتحويل المالي.

#### 4- جودة المنتجات الزراعية

المنتجات الجيدة تساعد على كسب ثقة المستهلكين.

#### 5- تطوير خدمات النقل والتوصيل

سرعة إيصال المنتجات إلى المستهلكين.

---

#### ثامناً: دور التكنولوجيا في التسويق الزراعي

ساهمت التكنولوجيا الحديثة في:

- نشر المعلومات التسويقية بسرعة.
- تطوير وسائل الإعلان الزراعي.
- تسهيل عمليات البيع والشراء.
- تحسين جودة الخدمات التسويقية.

---

#### تاسعاً: دور التسويق الإلكتروني في التنمية الزراعية

يساهم التسويق الإلكتروني الزراعي في:

- زيادة الإنتاج الزراعي.
- تحسين دخل المزارعين.
- تقليل الخسائر التسويقية.
- دعم الاقتصاد الوطني.
- تحقيق الأمن الغذائي.

---

#### عاشرًا: دور الحكومة في دعم التسويق الإلكتروني الزراعي

تلعب الحكومة دورًا مهمًا في دعم التسويق الإلكتروني من خلال:

- تطوير خدمات الإنترنت.
- دعم مشاريع التحول الرقمي الزراعي.
- توفير التدريب للمزارعين.
- دعم إنشاء المنصات الزراعية الإلكترونية.

### الحادي عشر: مستقبل التسويق الإلكتروني الزراعي

يتوقع أن يزداد الاعتماد على التسويق الإلكتروني الزراعي مستقبلاً بسبب:

- التطور التكنولوجي السريع.
- زيادة استخدام الهواتف الذكية.
- توسع التجارة الإلكترونية عالميًا.
- الحاجة إلى تقليل التكاليف وزيادة الكفاءة التسويقية.

يُعد التسويق الإلكتروني الزراعي من الوسائل الحديثة المهمة في تطوير القطاع الزراعي، لأنه يساعد على تحسين كفاءة التسويق وتقليل التكاليف وتوسيع الأسواق وزيادة أرباح المزارعين. كما أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في التسويق الزراعي يساهم في تحقيق التنمية الزراعية والاقتصادية ومواكبة التطورات العالمية في مجال التجارة الإلكترونية.

| رقم المحاضرة:                      | 14                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| عنوان المحاضرة:                    | التخطيط والتطوير في التسويق الزراعي                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| اسم المدرس:                        | د. قحطان ذياب سلمان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الرابع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| الهدف العام من المحاضرة :          | ليتعرف الطالب على مفهوم التخطيط والتطوير في التسويق الزراعي وأهميتهما في تحسين كفاءة العمليات التسويقية وتحقيق التنمية الزراعية المستدامة.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- الأهداف المعرفية:<br>أن يكون الطالب قادرًا على تعريف التخطيط والتطوير في التسويق الزراعي وشرح أهميتهما في تحسين الأداء التسويقي الزراعي.<br>أن يتعرف الطالب على أساليب التخطيط الحديثة في التسويق الزراعي.<br>أن يميز الطالب بين التخطيط قصير الأمد والتخطيط طويل الأمد في القطاع الزراعي.<br>أن يحلل الطالب أثر التطوير والتكنولوجيا الحديثة في تحسين التسويق الزراعي وزيادة كفاءة الأسواق الزراعية.<br>2- الأهداف الوجدانية:<br>تعزيز أهمية التخطيط والتنظيم في العمل الزراعي والتسويقي. |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <p>تنمية شعور الطالب بأهمية تطوير القطاع الزراعي لتحقيق التنمية الاقتصادية.</p> <p>تعزيز روح المسؤولية والتعاون في إدارة الأنشطة التسويقية الزراعية.</p> <p>تشجيع الطالب على تبني الأساليب الحديثة في تطوير التسويق الزراعي.</p> <p>3- الأهداف الحركية (المهارية):</p> <p>أن يتمكن الطالب من إعداد خطط تسويقية زراعية مبسطة.</p> <p>أن يطبق الطالب خطوات التخطيط في حل المشكلات التسويقية الزراعية.</p> <p>أن يكتسب الطالب مهارة تحليل الأسواق الزراعية واتخاذ القرارات المناسبة.</p> <p>أن يستخدم الطالب الوسائل الحديثة والتكنولوجيا في تطوير التسويق الزراعي.</p> |                                      |
| <p>الشرح في لقاء المحاضرة ونقاش الافكار ومشاركة الخبرات والمحاضرات الفيديوية داعمة</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>استراتيجيات التيسير المستخدمة</p> |
| <p>القدرة على إعداد الخطط التسويقية الزراعية.</p> <p>فهم أهمية التطوير في تحسين كفاءة التسويق الزراعي.</p> <p>اكتساب مهارات تحليل الأسواق الزراعية والمشكلات التسويقية.</p> <p>تنمية مهارات استخدام التكنولوجيا الحديثة في التسويق الزراعي.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>المهارات المكتسبة</p>             |
| <p>الاختبارات والواجبات</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>طرق القياس المعتمدة</p>           |

الاسئلة البعدية

تكلم عن اخلاقيات المهنة و ثم عدد المصادر الرئيسية لها و اشرح واحدة منها

## المحاضرة الرابعة عشرة: التخطيط والتطوير في التسويق الزراعي

### مقدمة

يُعد التخطيط والتطوير من الأسس المهمة لنجاح التسويق الزراعي وتحقيق التنمية الزراعية المستدامة، إذ يساعد التخطيط على تنظيم العمليات التسويقية وتحديد الأهداف المستقبلية واختيار الوسائل المناسبة لتحقيقها. أما التطوير فيهدف إلى تحسين كفاءة الأنشطة التسويقية باستخدام الأساليب الحديثة والتكنولوجيا المتطورة.

ويواجه القطاع الزراعي العديد من التحديات مثل تقلب الأسعار، وضعف البنية التحتية، وسرعة تلف المنتجات الزراعية، لذلك فإن التخطيط العلمي والتطوير المستمر يساعدان على معالجة هذه المشكلات وتحسين أداء الأسواق الزراعية وزيادة القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية.

أولاً: مفهوم التخطيط في التسويق الزراعي

التخطيط في التسويق الزراعي هو عملية تحديد الأهداف التسويقية الزراعية ووضع البرامج والسياسات والوسائل المناسبة لتحقيق هذه الأهداف خلال فترة زمنية محددة. ويشمل التخطيط جميع الأنشطة المتعلقة بالإنتاج والتسويق والنقل والتخزين والتوزيع والترويج للمنتجات الزراعية.

---

### ثانيًا: مفهوم التطوير في التسويق الزراعي

التطوير في التسويق الزراعي هو إدخال التحسينات والتقنيات الحديثة على الأنشطة التسويقية الزراعية بهدف زيادة الكفاءة وتقليل التكاليف وتحسين جودة الخدمات التسويقية.

---

### ثالثًا: أهمية التخطيط في التسويق الزراعي

للتخطيط أهمية كبيرة في نجاح العملية التسويقية الزراعية، ومن أبرز هذه الأهمية:

#### 1- تحديد الأهداف التسويقية

يساعد التخطيط على تحديد الأهداف بصورة واضحة ومنظمة.

#### 2- الاستخدام الأمثل للموارد

يساعد على استغلال الموارد البشرية والمالية بشكل جيد.

#### 3- تقليل المخاطر

يساهم التخطيط في مواجهة المشكلات والأزمات التسويقية.

#### 4- تحسين اتخاذ القرارات

يوفر معلومات تساعد في اتخاذ القرارات التسويقية الصحيحة.

#### 5- زيادة الكفاءة التسويقية

يساعد على تحسين أداء الأنشطة التسويقية المختلفة.

---

### رابعًا: أهداف التخطيط والتطوير في التسويق الزراعي

1. تحسين كفاءة التسويق الزراعي.
2. تقليل الفاقد الزراعي والخسائر التسويقية.
3. تحقيق التوازن بين العرض والطلب.
4. زيادة دخل المزارعين.
5. تطوير الأسواق الزراعية.

6. تحسين جودة المنتجات الزراعية.

7. دعم الأمن الغذائي.

---

### خامسًا: أنواع التخطيط في التسويق الزراعي

تنقسم خطط التسويق الزراعي إلى عدة أنواع، منها:

---

#### 1-التخطيط قصير الأجل

يكون لفترة زمنية قصيرة ويهدف إلى معالجة المشكلات اليومية أو الموسمية.

أمثلة

- تنظيم تسويق محصول موسمي.
- تحديد أسعار مؤقتة للمنتجات الزراعية.

---

#### 2-التخطيط طويل الأجل

يكون لفترات زمنية طويلة ويهدف إلى تطوير القطاع الزراعي بصورة شاملة.

أمثلة

- إنشاء أسواق مركزية حديثة.
- تطوير البنية التحتية الزراعية.

---

#### 3- التخطيط الاستراتيجي

يهتم بوضع السياسات والخطط العامة لتطوير التسويق الزراعي.

---

### سادسًا: خطوات التخطيط في التسويق الزراعي

تمر عملية التخطيط بعدة مراحل، وهي:

---

#### 1- تحديد الأهداف

يتم تحديد الأهداف التي يراد تحقيقها مثل:

- زيادة المبيعات.
- تحسين جودة المنتجات.

- تقليل الخسائر.

---

## 2- جمع المعلومات

تشمل المعلومات المتعلقة بـ:

- الأسواق.
- الأسعار.
- العرض والطلب.
- احتياجات المستهلكين.

---

## 3- تحليل المشكلات

دراسة المعوقات التي تواجه التسويق الزراعي.

---

## 4- وضع الخطط والبرامج

تحديد الوسائل والإجراءات المناسبة لتحقيق الأهداف.

---

## 5- تنفيذ الخطة

تطبيق البرامج التسويقية على أرض الواقع.

---

## 6- المتابعة والتقييم

قياس النتائج ومعرفة مدى نجاح الخطة التسويقية.

---

**سابعاً: مجالات التطوير في التسويق الزراعي**

يمكن تطوير التسويق الزراعي في عدة مجالات، منها:

---

## 1- تطوير النقل الزراعي

- استخدام وسائل نقل حديثة.
- توفير شاحنات مبردة.
- تحسين الطرق الزراعية.



---

## 2- تطوير التخزين الزراعي

- إنشاء مخازن حديثة.
- تطوير أنظمة التبريد.
- إنشاء صوامع للحبوب.

---

## 3- تطوير التعبئة والتغليف

- استخدام عبوات حديثة.
- تحسين جودة التغليف.
- تقليل التلف أثناء النقل.

---

## 4- تطوير الأسواق الزراعية

- إنشاء أسواق مركزية حديثة.
- تنظيم عمليات البيع والشراء.
- تحسين الخدمات داخل الأسواق.

---

## 5- تطوير المعلومات التسويقية

- استخدام التكنولوجيا الحديثة.
- إنشاء قواعد بيانات زراعية.
- نشر الأسعار والمعلومات التسويقية بسرعة.

---

## ثامناً: دور التكنولوجيا في تطوير التسويق الزراعي

ساهمت التكنولوجيا الحديثة في:

- تطوير التسويق الإلكتروني الزراعي.
  - تحسين وسائل النقل والتخزين.
  - تسهيل الحصول على المعلومات التسويقية.
  - زيادة سرعة الاتصال بين المنتج والمستهلك.
-

تاسعاً: معوقات التخطيط والتطوير في التسويق الزراعي

توجد عدة معوقات تواجه التخطيط والتطوير، منها:

**1- ضعف التمويل**

قلة الموارد المالية اللازمة للتطوير.

**2- نقص الخبرات الفنية**

قلة الكوادر المتخصصة في التسويق الزراعي.

**3- ضعف البنية التحتية**

مثل الطرق والمخازن والأسواق.

**4- نقص المعلومات التسويقية**

صعوبة الحصول على بيانات دقيقة وحديثة.

**5- مقاومة التغيير**

بعض المزارعين يفضلون الطرق التقليدية في التسويق.

---

عاشراً: دور الحكومة في التخطيط والتطوير الزراعي

تلعب الحكومة دوراً مهماً في تطوير التسويق الزراعي من خلال:

- دعم المشاريع الزراعية.
- تطوير البنية التحتية.
- توفير القروض الزراعية.
- دعم مراكز البحوث والإرشاد الزراعي.
- تشجيع الاستثمار في القطاع الزراعي.

---

الحادي عشر: دور التخطيط والتطوير في التنمية الزراعية

يساهم التخطيط والتطوير في:

- زيادة الإنتاج الزراعي.
- تحسين دخل المزارعين.
- استقرار الأسواق الزراعية.
- دعم الأمن الغذائي.
- تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

يُعد التخطيط والتطوير من العناصر الأساسية لنجاح التسويق الزراعي وتحسين كفاءته، إذ يساعدان على تنظيم العمليات التسويقية وتقليل المشكلات والخسائر وتحسين جودة المنتجات الزراعية. كما أن استخدام التكنولوجيا الحديثة والتطوير المستمر للأنشطة التسويقية يساهم في تحقيق التنمية الزراعية والاقتصادية المستدامة.

|                                    |                                |
|------------------------------------|--------------------------------|
| رقم المحاضرة:                      | 15                             |
| عنوان المحاضرة:                    | امتحان الشهر الثاني            |
| اسم المدرس:                        | فحطان ذياب سلمان               |
| الفئة المستهدفة :                  | طلاب المستوى الثاني            |
| الهدف العام من المحاضرة:           | تقييم فهم الطالب               |
| الأهداف السلوكية او مخرجات التعلم: | 1- التقييم                     |
| استراتيجيات التيسير المستخدمة      | امتحان تحريري.                 |
| المهارات المكتسبة                  | الحصول تقييم للمحاضرات السابقة |
| طرق القياس المعتمدة                | اختبارات وتحريرية وعملية       |

#### 5- المحتوى العلمي

#### محتويات الفصل

#### 1- الأسئلة البعيدة

الامتحانات الشهرية والنهائية

في نهاية الحقيبة

#### ● المصادر الاساسية:

1. د. سعد غالب ياسين، \*\*التسويق الزراعي\*\*، دار اليازوري، عمان.
  2. د. عبد الحميد المغربي، \*\*أساسيات التسويق الزراعي\*\*، الدار الجامعية، مصر.
  3. د. محمد السيد علي، \*\*إدارة وتسويق المنتجات الزراعية\*\*، دار الفكر العربي.
  4. جامعة بغداد – كلية الزراعة، \*\*محاضرات التسويق الزراعي\*\*.
  5. منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة
  6. [FAO Official Website](https://www.fao.org?utm\_source=chatgpt.com)
  7. [Google Scholar](https://scholar.google.com?utm\_source=chatgpt.com)
  8. [ResearchGate](https://www.researchgate.net?utm\_source=chatgpt.com)
  8. د. إبراهيم عبد التواب، \*\*التعبئة والتغليف للمنتجات الزراعية\*\*.
  9. د. حسن رمضان، \*\*اقتصاديات النقل والتسويق الزراعي\*\*.
- المصادر المقترحة:

● أخلاقيات المهنة وقواعد السلوك الوظيفي > مازن هادي كزاز



### References and Sources

1. Saad Ghalib Yaseen, \*Agricultural Marketing\*, Al-Yazouri Publishing House, Amman.
2. Abdel Hamid Al-Maghrabi, \*Principles of Agricultural Marketing\*, Al-Dar Al-Jamiya, Egypt.
3. Mohammed Al-Sayed Ali, \*Management and Marketing of Agricultural Products\*, Dar Al-Fikr Al-Arabi.
4. University of Baghdad – College of Agriculture, \*Agricultural Marketing Lectures\*.
5. Food and Agriculture Organization  
[FAO Official Website](https://www.fao.org?utm\_source=chatgpt.com)
6. [Google Scholar](https://scholar.google.com?utm\_source=chatgpt.com)
7. [ResearchGate](https://www.researchgate.net?utm\_source=chatgpt.com)
8. Ibrahim Abdel Tawab, \*Packaging and Handling of Agricultural Products\*.
9. Hassan Ramadan, \*Economics of Transportation and Agricultural Marketing\*.
10. Ministry of Higher Education and Scientific Research – Iraq, \*Agricultural College Curricula\*.