

الجزء النظري والعملي

قوائم التكاليف Cost Lists

تظهر قوائم التكاليف المصروفات المباشرة كافة، وغير المباشرة التي يتم إنفاقها على الأنشطة المزرعية بأنواعها المختلفة؛ بغية تحقيق أهداف المزارع كالحصول على الإيرادات (نتيجة أعمال المشروع أو المزرعة أو المنشأة الزراعية)، وتحقيق الأرباح، ومن أجل تحديد تكلفة الوحدة الواحدة من الإنتاج، يتم تحميل عناصر التكاليف كافة التي صرفتها المزرعة على إجمالي الإنتاج؛ وفقاً لأسلوب التحميل الكلي (يقصد به تحميل وحدات الإنتاج بنصيبها الكامل من كل عنصر من عناصر التكاليف سواء مباشر، أو غير مباشر، متغير أو ثابت)، أو وفقاً لأسلوب التحميل الجزئي (تحميل وحدات الإنتاج بنصيبها من عناصر التكاليف المتغيرة، أو المباشرة، أو المتغيرة مضافاً إليها نسبة من التكاليف الثابتة تبعاً لحجم الاستهلاك للأصول الثابتة، واعتبار التكاليف المتبقية في كل حالة عبئاً على قائمة الدخل، ولا تحمّل على وحدات الإنتاج النهائي).

1-10 التكاليف الكلية Total Cost:

1-1-10 قائمة التكاليف الكلية: Total Cost List

تتضمن هذه القائمة التكاليف الثابتة كافة (الاهتلاكات على الأصول)، والتكاليف المتغيرة كأجور العمليات الزراعية، وقيمة مستلزمات الإنتاج، والمصروفات المباشرة وغير المباشرة، ومن ثم حساب كلفة الوحدة المنتجة من النشاط، وعلى مستوى المشروعات الزراعية، يتم تحليل عناصر التكاليف حسب طبيعتها، وحسب وظائف المشروع كالتكاليف الإنتاجية، والتسويقية والإدارية والتمويلية؛ وتقسّم عناصر التكاليف على أساس فصل المصروفات المباشرة (أي النفقات التي تصرف مباشرة لإنتاج الوحدات المنتجة النهائية)، عن المصروفات غير المباشرة (النفقات التي لا يمكن ربطها مباشرة بوحدات المنتج النهائي، ولكنها تصرف على أنشطة المشروع كافة).

1-1-10 قائمة الدخل؛ وفقاً للتكاليف الكلية:

تتضمن هذه القائمة الإيرادات كافة المحققة في المشروع وتكلفة المبيعات، ومن ثم يتم حساب إجمالي الربح، أو الخسارة، وبطرح التكاليف الإدارية منها، يتم تحديد صافي الربح أو الخسارة، كنتيجة لأعمال المشروع.

- تمرين 1:

بيّن مشروع الشباب سجلاً عن أنشطته الزراعية في نهاية 31-9-2001 والموضحة في الجدول رقم (139).

- المطلوب: إعداد قائمتي التكاليف الكلية والدخل عن الفترة المحددة للمشروع المذكور في نهاية 31-9-2001

الجدول (139). بيانات مشروع الشباب في نهاية 31-9-2001.

ألمية محاسبة تكاليف الأغذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأغذية-أ.د. شباب ناصر، 2023-2024-جزء تكاليف الأغذية.

الوحدة: ل.س

البيان	القيمة	البيان	القيمة
مواد خام (أولية) أول المدة	12000	السلعة تحت التشغيل آخر المدة	7500
مشتريات مواد خام (أولية)	35000	نقل المواد المشتراة	4500
تكلفة المواد المباشرة آخر المدة	6000	خدمات زراعية مباشرة	4500
مواد غير مباشرة	3200	أجور غير مباشرة	4250
تأمين	3000	صيانة الآلات الزراعية	2500
مياه	1500	أجور مباشرة	32900
الكهرباء	2000	السلعة تحت التشغيل أول المدة	5400
الإيجار	3400	قيمة المبيعات	165000
اهتلاك آلات	2200	السلعة الجاهزة أول المدة	12000
محروقات	2300	السلعة الجاهزة آخر المدة	9800
عمولة وكلاء البيع	4300	رواتب الإدارة	3200
إيجار مكان البيع	3600	قرطاسية	3500
دعاية وإعلان	2670	مصاريف إدارية أخرى	5600
صيانة آلات	1200	أجور مشرفين	2000
مصاريف غير مباشرة	7000	إيجار المستودع	3000
إيجار مكان البيع (ثابتة) - قائمة م	1000	دعاية وإعلان (ثابتة) للقائمة	800
أجور إثارة (ثابتة) للقائمة م	100		

المصدر: مثال افتراضي.

- الحل: 1. قائمة التكاليف الكلية:

الجدول (140). قائمة التكاليف الكلية لمشروع الشباب.

البيان	مبلغ جزئي	مبلغ كلي
التكاليف المباشرة		
مواد خام (أولية) أول المدة	12000	
مشتريات مواد خام (أولية)	35000	
نقل المواد المشتراة	4500	
تكلفة المواد المباشرة المخصصة للإنتاج	51500	
بطرح تكلفة المواد المباشرة آخر المدة	6000	
تكلفة المواد المباشرة المستخدمة في الإنتاج	45500	
أجور مباشرة	32900	
خدمات زراعية مباشرة	4500	
مجموع التكاليف المباشرة		82900
تكاليف زراعية غير مباشرة		
مواد غير مباشرة	3200	
أجور غير مباشرة	4250	
تأمين	3000	
صيانة الآلات الزراعية	2500	
مياه- كهرباء- الإيجار - اهتلاك آلات- محروقات	11400	
مجموع التكاليف الزراعية غير المباشرة		24350
مجموع التكاليف الزراعية		107250
السلعة تحت التشغيل أول المدة	5400	
		112650
السلعة تحت التشغيل آخر المدة	7500	
تكلفة السلعة تامة الصنع		105150
السلعة الجاهزة أول المدة	12000	
		117150
السلعة الجاهزة آخر المدة	9800	
تكلفة السلعة المباعة		107350
تكاليف التسويق		
عمولة وكلاء البيع	4300	
إيجار مكان البيع - دعائية وإعلان	6270	
مجموع تكاليف التسويق		10570

أملية محاسبة تكاليف الأغذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأغذية-أ.د. شهاب ناصر، 2023-2024-جزء تكاليف الأغذية.

تكلفة المبيعات		117920
تكاليف إدارية ومالية		
رواتب الإدارة- مصاريف إدارية أخرى	8800	
قرطاسية	3500	
مجموع التكاليف الإدارية		12300
إجمالي تكاليف المبيعات		130220

المصدر: مثال افتراضي.

2. قائمة الدخل؛ وفقًا للتكاليف الكلية:

الجدول (141) . قائمة الدخل (نتائج أعمال مشروع الشباب)؛ وفقًا للتكاليف الكلية.

المبلغ	البيان
165000	المبيعات
130220	تكلفة المبيعات
34780	صافي الربح

المصدر: مثال افتراضي.

2-10 قائمة التكاليف المباشرة Direct Cost List

يتم عن طريق هذه القائمة حساب تكلفة وحدة الإنتاج ببنود التكاليف المصروفة المباشرة فقط، كقيمة المواد المستهلكة المباشرة، والأجور المباشرة لإنتاج السلعة، أما عناصر التكاليف غير المباشرة فتظهر في قائمة الدخل فقط. ويتضح هنا أن عناصر التكاليف قسمت إلى مجموعتين، الأولى عناصر التكاليف المباشرة، والثانية عناصر التكاليف غير المباشرة، وتقاس التكلفة على أساس التكاليف المباشرة فقط، وبذلك تظهر عناصر هذه التكاليف في قائمة التكاليف، وترحل عناصر التكاليف غير المباشرة إلى قائمة الدخل مع المصروفات الإدارية كعبء على الإيرادات في نهاية العام.

- تابع التمرين 1:

استنادًا إلى بيانات مشروع الشباب الواردة في الجدول رقم (139).

- المطلوب:

إعداد قائمتي التكاليف المباشرة، والدخل عن الفترة المحددة للمشروع المذكور في نهاية 31-9-2001.

- الحل:

1. قائمة التكاليف المباشرة:

الجدول (142) . قائمة التكاليف المباشرة لمشروع الشباب .

البيان	مبلغ جزئي	مبلغ كلي
التكاليف المباشرة		
مواد خام (أولية) أول المدة	12000	
مشتريات مواد خام (أولية)	35000	
نقل المواد المشتراة	4500	
تكلفة المواد المباشرة المخصصة للإنتاج	51500	
يطرح تكلفة المواد المباشرة آخر المدة	6000	
تكلفة المواد المباشرة المستخدمة في الإنتاج	45500	
أجور مباشرة	32900	
خدمات زراعية مباشرة	4500	
مجموع الإنتاج المباشرة		82900
السلعة تحت التشغيل أول المدة		5400
		88300
السلعة تحت التشغيل آخر المدة		7500
		80800
السلعة الجاهزة أول المدة		12000
		92800
السلعة الجاهزة آخر المدة		9800
		83000
تكاليف مباشرة للسلعة (المبيعات)		83000
تكاليف غير مباشرة		
تكاليف زراعية غير مباشرة	24350	
تكاليف بيع غير مباشرة وتوزيعها	10570	
تكاليف إدارية ومالية	12300	
مجموع التكاليف غير المباشرة		47220
إجمالي تكاليف المبيعات		130220

المصدر: مثال افتراضي

2. قائمة الدخل؛ وفقًا للتكاليف المباشرة:

الجدول (143) . قائمة الدخل؛ وفقًا للتكاليف المباشرة لمشروع الشباب .

المبلغ	البيان
165000	المبيعات
83000	إجمالي تكاليف المبيعات المباشرة
82000	مجموع الربح
130220	مجموع التكاليف الكلية للمبيعات
34780	صافي الربح

المصدر: مثال افتراضي

3-10 قائمة التكاليف المتغيرة Variable Cost List

يتم عن طريق هذه القائمة حساب تكلفة وحدة الإنتاج ببند التكاليف المتغيرة فقط، كقيمة المواد المستهلكة المباشرة، والأجور المباشرة لإنتاج السلعة؛ أي عناصر التكاليف التي تتغير بتغير حجم النشاط، أما التكاليف الثابتة فلا تدخل في هذه التكلفة؛ وإنما تظهر في قائمة الدخل، وعليه فإن هذه القائمة تعتمد على التحميل الجزئي للتكاليف، وتتصف هذه القائمة بصعوبة الفصل بين التكاليف المتغيرة والثابتة، فهناك عناصر شبه متغيرة أو شبه ثابتة، كما أن التكاليف الثابتة لم تنفق على الإنتاج، ولكنه النشاط استفاد من بعض عناصرها، وعلى ذلك فمن الضروري أن تتضمن تكلفة وحدة النشاط نصيبها من هذه التكاليف بقدر الاستفادة.

- تابع التمرين 1:

استنادًا إلى بيانات مشروع الشباب الواردة في الجدول رقم (139).

- المطلوب:

إعداد قائمتي التكاليف المتغيرة والدخل عن الفترة المحددة للمشروع المذكور في نهاية 31-9-2001.

-الحل:

1. قائمة التكاليف المتغيرة:

الجدول (144) . قائمة التكاليف المتغيرة لمشروع الشباب.

البيان	مبلغ جزئي	مبلغ كلي
مواد خام (أولية) أول المدة	12000	
مشتريات مواد خام (أولية)	35000	
التكاليف المتغيرة		47000
نقل المواد المشتراة	4500	
تكلفة المواد المباشرة المستعملة في الإنتاج	51500	
يطرح تكلفة المواد المباشرة آخر المدة	6000	
تكلفة المواد المباشرة المستخدمة في الإنتاج	45500	
أجور مباشرة	32900	
خدمات زراعية مباشرة	4500	
مجموع الإنتاج المباشرة		82900
مصاريف زراعية غير مباشرة (متغيرة فقط)		
مواد غير مباشرة	7000	
صيانة آلات	1200	
أجور مشرفين	2000	
		10200
تكلفة الإنتاج المتغيرة		93100
السلعة تحت التشغيل أول المدة		5400
السلعة تحت التشغيل آخر المدة		7500
السلعة الجاهزة أول المدة		12000

أملية محاسبة تكاليف الأغذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأغذية-أ.د. شهاب ناصر، 2023-2024- جزء تكاليف الأغذية.

السلعة الجاهزة آخر المدة		9800
		93200
تكاليف بيع وتوزيع (المتغيرة فقط)		
دعاية وإعلان	3500	
كهرباء	2000	
		5500
التكلفة المتغيرة للسلعة (تكلفة المبيعات المتغيرة)		98700

المصدر: مثال افتراضي.

تابع الجدول (144) . قائمة التكاليف المتغيرة لمشروع الشباب.

البيان	مبلغ جزئي	مبلغ كلي
مصاريف زراعية غير مباشرة (الثابتة)		
إيجار المصنع	3000	
استهلاك آلات	6000	
أجور مشرفين	3000	
صيانة آلات	2800	
التكاليف الثابتة		14800
مصاريف بيع وتوزيع (الثابتة)		
إيجار مكان البيع	1000	
دعاية وإعلان	800	
أجور إنارة	100	
		1900
مصاريف إدارية ومالية (الثابتة)		19500
إجمالي تكاليف المبيعات		134900

المصدر: مثال افتراضي.

2. قائمة الدخل، وفقاً للتكاليف المتغيرة:

الجدول (145). قائمة الدخل؛ وفقاً للتكاليف المتغيرة لمشروع الشباب.

المبلغ	البيان
165000	المبيعات
98700	التكلفة المتغيرة للسلعة (تكلفة المبيعات المتغيرة)
66300	مجموع الربح
134900	مجموع التكاليف الكلية للمبيعات
30100	صافي الربح

المصدر: مثال افتراضي

4-10 قائمة التكاليف المستغلة: Untapped Costs

يتم عن طريق هذه القائمة حساب تكلفة وحدة الإنتاج ببند التكاليف المتغيرة فقط، مضافاً إليها نسبة مئوية من التكاليف الثابتة؛ أي التي تتحدد في ضوء الطاقة المستغلة، أما تكاليف الطاقة غير المستغلة، فلا تتحمل بها وحدة الإنتاج؛ وإنما تظهر في قائمة الدخل، وعلى ذلك تتحمل وحدة الإنتاج في هذه الطريقة نصيباً من التكاليف الثابتة تتناسب مع مقدار ما استغل منها؛ وبالتالي فهي لا تهمل التكاليف الثابتة بشكل كامل، وتجدر الإشارة إلى أن هذه القائمة تتصف بصعوبة التمييز ما بين التكاليف الثابتة والمتغيرة، فضلاً عن عدم إمكانية تقدير نسبة المستهلك أو المستغل من التكاليف لصعوبة التمييز ما بين الطاقة المستغلة، وغير المستغلة من الناحية التطبيقية، لاسيما عند تعدد الأنشطة المنفذة والتقانات المستخدمة.

- تابع التمرين 1: استناداً إلى بيانات مشروع الشباب الواردة في الجدول رقم (139).
- المطلوب: إعداد قائمتي التكاليف المستغلة والدخل عن الفترة المحددة للمشروع المذكور في نهاية 2001-9-31.

1. قائمة التكاليف المستغلة:

الجدول (146). قائمة التكاليف المستغلة لمشروع الشباب.

مبلغ كلي	مبلغ جزئي	البيان
		التكاليف المباشرة
	12000	مواد خام (أولية) أول المدة
	35000	مشتريات مواد خام (أولية)
	6000	مواد خام آخر المدة
	4500	نقل المواد المشتراة
	45500	تكلفة المواد المباشرة المستعملة في الإنتاج
	37400	أجور مباشرة
82900		مجموع الإنتاج المباشرة
		مصاريف زراعية غير مباشرة (متغيرة فقط)
	2400	أجور غير مباشرة
	2000	صيانة آلات
4400		مجموع مصاريف زراعية غير مباشرة (متغيرة فقط)
	7200	استهلاك آلات
	3000	إيجار المصنع
	4480	أجور غير مباشرة
	2800	صيانة آلات
17480		مجموع تكاليف زراعية ثابتة (مستغلة)
104780		تكاليف الإنتاج المستغلة
	5400	السلعة تحت التشغيل أول المدة
	7500	السلعة تحت التشغيل آخر المدة
102680		تكلفة سلعة تامة (المستغلة)
	12000	السلعة الجاهزة أول المدة
	9800	السلعة الجاهزة آخر المدة
104880		التكاليف المتغيرة لبيع السلعة وتوزيعها (المتغيرة فقط)
3400		دعاية وإعلان- كهرباء
		التكاليف الثابتة لبيع وتوزيعها (المستغلة فقط)
3280		دعاية وإعلان - إيجار المصنع- أجور إنارة
111560		تكلفة المبيعات المستغلة
		التكلفة الثابتة
	4920	مصاريف زراعية ثابتة غير مستغلة
	820	مصاريف بيع وتوزيع ثابتة غير مستغلة
5740		مجموع التكلفة الثابتة
		مصاريف إدارية ومالية
22000		مجموع مصاريف إدارية ومالية

المصدر: مثال افتراضي.	139300	إجمالي تكاليف المبيعات
-----------------------	--------	------------------------

2. قائمة الدخل؛ وفقًا للتكاليف المستغلة:

الجدول (147). قائمة الدخل لمشروع الشباب؛ وفقًا للتكاليف المستغلة.

المبلغ	البيان
165000	المبيعات
111560	تكلفة المبيعات المستغلة
53440	مجموع الربح
139300	إجمالي تكاليف المبيعات
25700	صافي الربح

المصدر: مثال افتراضي.

كما يبين الجدول رقم (148، 149) خلاصة المقارنة مابين قوائم التكاليف وصافي نسبة الربح، أو المبيعات، وقيمة المخزون السلعي استنادًا إلى قوائم التكاليف.

الجدول (148). مقارنة بين نسبة الربح لمشروع الشباب؛ وفقًا لقوائم التكاليف الأربع.

المستغلة	المتغيرة	المباشرة	الكلية	البيان
165000	165000	165000	165000	المبيعات (1)
				التكاليف
82900	82900	82900	82900	المباشرة
20000		20000	20000	غير مباشرة متغيرة
		8000	10000	غير مباشرة ثابتة
102900	82900	110900	112900	مجموع التكاليف الزراعية (2)
62100	82100	54100	52100	إجمالي الربح (3) = (2-1)
10570	10570	10570	10570	تكاليف إدارية وتسويقية
	30000			تكاليف زراعية متغيرة
20000	20000	4000		تكاليف زراعية ثابتة
30570	60570	14570	10570	مجموعة النفقات المحملة لحساب الأرباح والخسائر (4)
31530	21530	39530	41530	صافي الربح (5) = 4-3
19.1	13.0	24.0	25.2	نسبة الربح أو المبيعات (6)

المصدر: مثال افتراضي.

الجدول (149): قيمة المخزون السلعي لمشروع الشباب وفقًا لقوائم التكاليف الأربع.

المستغلة	المتغيرة	المباشرة	الكلية	البيان
82900	82900	82900	82900	تكاليف المباشرة
20000	0	20000	20000	غير مباشرة متغيرة
0	0	8000	10000	غير مباشرة ثابتة

أملية محاسبة تكاليف الأغذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأغذية-أ.د. شهاب ناصر، 2023-2024-جزء تكاليف الأغذية.

الإجمالي (تكلفة الإنتاج أو قيمة المخزون السلعي)	112900	110900	82900	102900
الربح الصافي	41530	39530	21530	31530

المصدر: مثال افتراضي.

- التمرين 2: بَيِّن مشروع الاعتماد سجلاً عن أنشطته الزراعية في نهاية 2002/9/31 والموضحة في الجدول رقم (150).

- المطلوب: إعداد قائمتي التكاليف الكلية والدخل عن الفترة المحددة للمشروع المذكور
الجدول (150). بيانات مشروع الاعتماد في نهاية 2002/9/31.

الوحدة: ل.س

البيان	القيمة	البيان	القيمة
مواد خام (أولية) أول المدة	8000	السلعة تحت التشغيل آخر المدة	5500
مشتريات مواد خام (أولية)	15000	نقل المواد المشتراة	1500
تكلفة المواد المباشرة آخر المدة	3000	خدمات زراعية مباشرة	2600
مواد غير مباشرة	4250	أجور غير مباشرة	3400
تأمين	2000	صيانة الآلات الزراعية	1500
مياه	700	أجور مباشرة	4500
الكهرباء	800	السلعة تحت التشغيل أول المدة	4325
الإيجار	2200	قيمة المبيعات	125000
اهتلاك آلات	1100	السلعة الجاهزة أول المدة	9000
محروقات	1750	السلعة الجاهزة آخر المدة	5460
عمولة وكلاء البيع	2650	رواتب الإدارة	4680
إيجار مكان البيع	4600	قرطاسية	4350
دعاية وإعلان	3800	مصاريف إدارية أخرى	4200
صيانة آلات	1200	أجور مشرفين	2000
مصاريف غير مباشرة (متغيرة)	7000	إيجار المستودع	3000
إيجار مكان البيع (ثابتة) - قائمة م	750	دعاية وإعلان (ثابتة) للقائمة	400
أجور إنارة (ثابتة) للقائمة م	50		

المصدر: مثال افتراضي.

- الحل: 1. قائمة التكاليف الكلية:

الجدول (151). قائمة التكاليف الكلية لمشروع الاعتماد.

مبلغ كلى	مبلغ جزئى	البيان
		التكاليف المباشرة
	8000	مواد خام (أولية) أول المدة
	15000	مشتريات مواد خام (أولية)
	1500	نقل المواد المشتراة
	24500	تكلفة المواد المباشرة المخصصة للإنتاج
	3000	يطرح تكلفة المواد المباشرة آخر المدة (-)
	21500	تكلفة المواد المباشرة المستخدمة في الإنتاج
	4500	أجور مباشرة
	2600	خدمات زراعية مباشرة
28600		مجموع التكاليف المباشرة
		تكاليف زراعية غير مباشرة
	4250	مواد غير مباشرة
	3400	أجور غير مباشرة
	2000	تأمين

أملية محاسبة تكاليف الأغذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأغذية-أ.د. شهاب ناصر، 2023-2024-جزء تكاليف الأغذية.

صيانة الآلات الزراعية	1500	
مياه- كهرباء- الإيجار- اهتلاك آلات- محروقات	6550	
مجموع التكاليف الزراعية غير المباشرة		17700
مجموع التكاليف الزراعية		46300
السلعة تحت التشغيل أول المدة	4325	
		50625
السلعة تحت التشغيل آخر المدة (-)	5500	
تكلفة السلعة تامة الصنع		45125
السلعة الجاهزة أول المدة	9000	
		54125
السلعة الجاهزة آخر المدة (-)	5460	
تكلفة السلعة المباعة		48665
تكاليف التسويق		
عمولة وكلاء البيع	2650	
إيجار مكان البيع - دعابة وإعلان	8550	
مجموع تكاليف التسويق		11050
تكلفة المبيعات		59715
تكاليف إدارية ومالية		
رواتب الإدارة- مصاريف إدارية أخرى	8880	
قرطاسية	4350	
مجموع التكاليف الإدارية		13230
إجمالي تكاليف المبيعات		72945

المصدر: مثال افتراضي.

2. قائمة الدخل؛ وفقاً للتكاليف الكلية:

الجدول (152) . قائمة الدخل (نتائج أعمال مشروع الاعتماد)؛ وفقاً للتكاليف الكلية.

المبلغ	البيان
125000	المبيعات
72945	تكلفة المبيعات (-)
52055	صافي الربح

المصدر: مثال افتراضي.

- تابع التمرين 2:

استناداً إلى بيانات مشروع الاعتماد الواردة في الجدول رقم (150).

- المطلوب:

إعداد قائمتي التكاليف المباشرة، والدخل عن الفترة المحددة للمشروع المذكور في نهاية 2002/9/31

- الحل:

1. قائمة التكاليف المباشرة:

الجدول (153) . قائمة التكاليف المباشرة لمشروع الاعتماد.

البيان	مبلغ جزئي	مبلغ كلي
التكاليف المباشرة		
مواد خام (أولية) أول المدة	8000	
مشتريات مواد خام (أولية)	15000	
نقل المواد المشتراة	1500	
تكلفة المواد المباشرة المخصصة للإنتاج	24500	
يطرح تكلفة المواد المباشرة آخر المدة (-)	3000	
تكلفة المواد المباشرة المستخدمة في الإنتاج	21500	
أجور مباشرة	4500	
خدمات زراعية مباشرة	2600	
مجموع الإنتاج المباشرة		28600
السلعة تحت التشغيل أول المدة		4325
		32925
السلعة تحت التشغيل آخر المدة (-)		5500
		27425
السلعة الجاهزة أول المدة		9000
		36425
السلعة الجاهزة آخر المدة (-)		5460
		30965
تكاليف مباشرة للسلعة (المبيعات)		30965
تكاليف غير مباشرة		
تكاليف زراعية غير مباشرة	17700	
تكاليف بيع غير مباشرة وتوزيعها	11050	
تكاليف إدارية ومالية	13230	
مجموع التكاليف غير المباشرة		41980
إجمالي تكاليف المبيعات		72945

المصدر: مثال افتراضي.

2. قائمة الدخل؛ وفقًا للتكاليف المباشرة:

الجدول (154) . قائمة الدخل؛ وفقًا للتكاليف المباشرة.

المبلغ	البيان
125000	المبيعات
30965	إجمالي تكاليف المبيعات المباشرة (-)
94035	مجموع الربح
72945	مجموع التكاليف الكلية للمبيعات
52055	صافي الربح

المصدر: مثال افتراضي.

- تابع التمرين 2:

أملية محاسبة تكاليف الأغذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأغذية-أ.د. شهاب ناصر، 2023-2024- جزء تكاليف الأغذية.

استنادًا إلى بيانات مشروع الاعتماد الواردة في الجدول رقم (150).

- المطلوب:

إعداد قائمتي التكاليف المتغيرة والدخل عن الفترة المحددة للمشروع المذكور في نهاية 2002/9/31.

-الحل:

1. قائمة التكاليف المتغيرة:

الجدول (155) . قائمة التكاليف المتغيرة لمشروع الاعتماد.

البيان	مبلغ جزئي	مبلغ كلي
مواد خام (أولية) أول المدة	8000	
مشتريات مواد خام (أولية)	15000	
التكاليف المتغيرة		23000
نقل المواد المشتراة	1500	
تكلفة المواد المباشرة المستعملة في الإنتاج	24500	
يطرح تكلفة المواد المباشرة آخر المدة (-)	3000	
تكلفة المواد المباشرة المستخدمة في الإنتاج	21500	
أجور مباشرة	4500	
خدمات زراعية مباشرة	2600	
مجموع الإنتاج المباشرة		28600
مصاريف زراعية غير مباشرة (متغيرة فقط)		
مواد غير مباشرة	4250	
صيانة آلات	1200	
أجور مشرفين	2000	
		7450
تكلفة الإنتاج المتغيرة		36050
السلعة تحت التشغيل أول المدة		4325
السلعة تحت التشغيل آخر المدة (-) تطرح		5500
السلعة الجاهزة أول المدة		9000
السلعة الجاهزة آخر المدة (-) تطرح		5460
		38415
تكاليف بيع (المتغيرة فقط) وتوزيعها		
دعاية وإعلان	3800	
كهرباء	800	
		4600
التكلفة المتغيرة للسلعة (تكلفة المبيعات المتغيرة)		43015

المصدر: مثال افتراضي.

تابع الجدول (155) . قائمة التكاليف المتغيرة لمشروع الاعتماد.

البيان	مبلغ جزئي	مبلغ كلي
مصاريف زراعية غير مباشرة (الثابتة)		
إيجار المصنع	3000	
استهلاك آلات	1100	
أجور مشرفين	2000	

أملية محاسبة تكاليف الأغذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأغذية-أ.د. شهاب ناصر، 2023-2024- جزء تكاليف الأغذية.

صيانة آلات	1200	
التكاليف الثابتة		7300
مصاريف بيع وتوزيع (الثابتة)		
إيجار مكان البيع	750	
دعاية وإعلان	400	
أجور إنارة	50	
		1200
مصاريف إدارية ومالية (الثابتة)		19500
إجمالي تكاليف المبيعات		71015

المصدر: مثال افتراضي.

2. قائمة الدخل؛ وفقًا للتكاليف المتغيرة:

الجدول (156). قائمة الدخل؛ وفقًا للتكاليف المتغيرة لمشروع الاعتماد.

المبلغ	البيان
125000	المبيعات
43015	التكلفة المتغيرة للسلعة (تكلفة المبيعات المتغيرة) (-)
81985	مجموع الربح
71015	مجموع التكاليف الكلية للمبيعات (-)
53985	صافي الربح

المصدر: مثال افتراضي.

- تابع التمرين 2:

استنادًا إلى بيانات مشروع السعادة الواردة في الجدول رقم (150).

- المطلوب:

إعداد قائمتي التكاليف المستغلة والدخل عن الفترة المحددة للمشروع المذكور في نهاية

2002/9/31

1. قائمة التكاليف المستغلة:

الجدول (157). قائمة التكاليف المستغلة لمشروع الاعتماد.

البيان	مبلغ كلي	مبلغ جزئي
التكاليف المباشرة		
مواد خام (أولية) أول المدة		8000
مشتريات مواد خام (أولية)		15000
مواد خام آخر المدة (-)		3000
نقل المواد المشتراة		1500
تكلفة المواد المباشرة المستعملة في الإنتاج		21500
أجور ومواد مباشرة		7100
مجموع الإنتاج المباشرة	28600	
مصاريف زراعية غير مباشرة (متغيرة فقط)		
أجور غير مباشرة		3400
صيانة آلات		1200
مجموع مصاريف زراعية غير مباشرة (متغيرة فقط)	4600	
استهلاك آلات		1100
إيجار المصنع		3000
مواد غير مباشرة		4250

أملية محاسبة تكاليف الأذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأذية-أ.د. شاب ناصر، 2023-2024-جزء تكاليف الأذية.

صيانة آلات	1200	
مجموع تكاليف زراعية ثابتة (مستغلة)		9550
تكاليف الإنتاج المستغلة		42750
السلعة تحت التشغيل أول المدة		4325
السلعة تحت التشغيل آخر المدة (-)		5500
تكلفة سلعة تامة (المستغلة)		41575
السلعة الجاهزة أول المدة		9000
السلعة الجاهزة آخر المدة (-)		5460
		45115
تكاليف بيع وتوزيع (المتغيرة فقط)		
دعاية وإعلان- كهرباء		3400
تكاليف بيع الثابتة (المستغلة) وتوزيعها		
دعاية وإعلان - إيجار المصنع- أجور إنارة		3280
تكلفة المبيعات المستغلة		51795
مصاريف زراعية ثابتة غير مستغلة	4920	
مصاريف بيع وتوزيع ثابتة غير مستغلة	820	
مجموع التكلفة الثابتة		5740
مصاريف إدارية ومالية		
مجموع مصاريف إدارية ومالية		8880
إجمالي تكاليف المبيعات		66415

المصدر: مثال افتراضي

2. قائمة الدخل؛ وفقاً للتكاليف المستغلة:

الجدول (158). قائمة الدخل لمشروع السعادة، وفقاً للتكاليف المستغلة.

المبلغ	البيان
125000	المبيعات
51795	تكلفة المبيعات المستغلة (-)
73205	مجموع الربح
66415	إجمالي تكاليف المبيعات (-)
58585	صافي الربح

المصدر: مثال افتراضي.

-تمرين غير محلول 1:

فيما يأتي بيانات التكاليف لمشروع البراق عن أنشطته الزراعية، ومبيعاته في نهاية 2016/6/31 ، والموضحة في الجدول رقم (159).

الجدول (159). بيانات مشروع البراق في نهاية 2016/6/31.

الوحدة: ألف ل.س

البيان	القيمة	البيان	القيمة
مواد خام (أولية) أول المدة	155	السلعة تحت التشغيل آخر المدة	210
مشتريات مواد خام (أولية)	450	نقل المواد المشتراة	125
تكلفة المواد المباشرة آخر المدة	210	خدمات زراعية مباشرة	88
مواد غير مباشرة	86	أجور غير مباشرة	115
تأمين	65	صيانة الآلات الزراعية	55
مياه	25	أجور مباشرة	77
الكهرباء	15	السلعة تحت التشغيل أول المدة	129
الإيجار	45	قيمة المبيعات	3860
استهلاك آلات	90	السلعة الجاهزة أول المدة	55
محروقات	35	السلعة الجاهزة آخر المدة	25

أملية محاسبة تكاليف الأذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأذية-أ.د. شاب ناصر، 2023-2024- جزء تكاليف الأذية.

410	رواتب الإدارة	35	عمولة وكلاء البيع
40	قرطاسية	60	إيجار مكان البيع
80	مصاريإ إدارية أخرى	30	دعاية وإعلان
45	أجور مشرفين	70	صيانة آلات
165	إيجار المستودع	35	مصاريإ غير مباشرة (متغيرة)
60	دعاية وإعلان (ثابتة) للقائمة المتغيرة	115	إيجار مكان البيع (ثابتة) - قائمة م
		25	أجور إنارة (ثابتة) للقائمة م

المصدر: مثال افتراضي.

- المطلوب:

إعداد القوائم الآتية:

1. قائمة التكاليف الكلية.
2. قائمة التكاليف المباشرة.
3. قائمة التكاليف المتغيرة.
4. قائمة التكاليف المستغلة.
5. قوائم الدخل؛ وفقاً لقوائم التكاليف.

- تمرين غير محلول 2: فيما يأتي بيانات التكاليف لمشروع الخابور عن أنشطته الزراعية ومبيعاته في نهاية 31-6-2018، والموضحة في الجدول رقم (160).

الجدول (160). بيانات مشروع الخابور في نهاية 31-6-2018.

الوحدة: ألف ل.س

البيان	القيمة	البيان	القيمة
مواد خام (أولية) أول المدة	145	السلعة تحت التشغيل آخر المدة	115
مشتريات مواد خام (أولية)	300	نقل المواد المشتراة	90
تكلفة المواد المباشرة آخر المدة	120	خدمات زراعية مباشرة	75
مواد غير مباشرة	65	أجور غير مباشرة	85
تأمين	15	صيانة الآلات الزراعية	45
مياه	15	أجور مباشرة	55
الكهرباء	12	السلعة تحت التشغيل أول المدة	99
الإيجار	35	قيمة المبيعات	2345
اهتلاك آلات	33	السلعة الجاهزة أول المدة	22
محروقات	12	السلعة الجاهزة آخر المدة	14
عمولة وكلاء البيع	19	رواتب الإدارة	320
إيجار مكان البيع	90	قرطاسية	66
دعاية وإعلان	43	مصاريإ إدارية أخرى	77
صيانة آلات	55	أجور مشرفين	80
مصاريإ غير مباشرة (متغيرة)	77	إيجار المستودع	120
إيجار مكان البيع (ثابتة) - قائمة م	88	دعاية وإعلان (ثابتة) للقائمة المتغيرة	75
أجور إنارة (ثابتة) للقائمة م	8		

المصدر: مثال افتراضي.

- المطلوب: إعداد القوائم الآتية:

1. قائمة التكاليف الكلية.
2. قائمة التكاليف المباشرة.
3. قائمة التكاليف المتغيرة.
4. قائمة التكاليف المستغلة.
5. قوائم الدخل وفقاً لقوائم التكاليف.
6. قائمة نسبة الربح للقوائم كافة.
7. قيمة المخزون السلعي.

تكاليف الإنتاج الزراعي

أولاً - مفهوم تكاليف الإنتاج الزراعي : عند إنتاج سلعة زراعية فغن هذا الإنتاج مرتبط بنفقات تصرف لإنتاج هذه السلعة . وهذه النفقات إما أن تكون نفقات عمل أو نفقات مادية . وتحسب نفقات العمل الزراعي على أنها الجهد العضلي المبذول لأجل إنتاج المحاصيل والسلع الزراعية . أما النفقات المادية فتحسب على أساس نفقات وسائل الإنتاج المادية التي يعبر عنها بشكل : بزار ، علف ' إهلاك .. ويتم حساب ثلاثة أشكال من تكاليف الإنتاج في المزرعة هي:

- 1- تكاليف إنتاج محصول معين – تسجل في سجلات المزرعة جميع النفقات التي تم صرفها على كل محصول من المحاصيل المنتجة فيها مثل القطن ، القمح ، الحليب ، اللحم ..

- 2- التكاليف الكلية في المزرعة – وتشمل مجموع النفقات التي صرفت في المزرعة خلال العام على جميع أشكال الإنتاج النباتي والحيواني .
- 3- تكاليف وحدة المنتجات – وهي جميع التكاليف التي تنفق لإنتاج كيلو جرام واحد أو طن واحد من كل محصول أنتج في المزرعة خلال العام . ويستعمل القانون التالي لحسابها:

تكاليف وحدة المنتجات = -----

كمية المحصول طن / كجم

يتبين من القانون السابق أن هناك عاملين أساسيين يؤثران في تكلفة وحدة المنتجات هما: حجم الإنتاج والنفقات التي صرفت على هذا الإنتاج .
تقسم تكاليف الإنتاج إلى قسمين هما : التكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة . ويمكن تعريف تكاليف الإنتاج المتغيرة " بتلك التكاليف التي تتغير بتغير مستوى الإنتاج فتزيد بزيادته وتقلص بنقصانه " . وتشمل التكاليف المتغيرة العناصر التالية:

- 1- تكاليف التجهيزات الزراعية مثل البذور ، الأسمدة ، المبيدات ..
- 2- أجور العمال ما عدى أجور صاحب المزرعة وأفراد أسرته .
- 3- تكاليف أخرى متغيرة كالتكاليف التسويقية والوقود ..

أما تكاليف الإنتاج الثابتة فإنها تعرف " بتلك التكاليف التي يدفعها المنتج سواءً زادت كمية الإنتاج أم قلت " . فهي إذن تكاليف ذات مستوى ثابت يدفعها المنتج على الرغم من تغير مستوى الإنتاج . وتشمل التكاليف الثابتة على العناصر التالية:

- 1- الضرائب الثابتة التي يدفعها المنتج .
- 2- إيجار الأرض .
- 3- تكاليف الإهلاك .
- 4- تكاليف عمل المزارع وأفراد أسرته .
- 5- فائدة رأس المال المستثمر .

ويجب التمييز بين التكاليف الثابتة والمتغيرة من جهة وأنواع موجودات المزرعة التي تمثل رأس المال المستثمر في المزرعة من جهة ثانية . وهي الموجودات الثابتة والموجودات الجارية . وينبغي التمييز بين شراء موجودات المزرعة والتكاليف الثابتة والمتغيرة ، كما ينبغي التمييز بين موجودات المزرعة وبيع الحاصلات الزراعية.

ثانياً- العناصر الأساسية لتكاليف الإنتاج : تسجل تكاليف الإنتاج الزراعي في المزرعة ضمن العناصر التالية: أجور العمل ، الإهلاك ، قيمة وسائل الإنتاج الدائرة .

- 1- أجور العمل – يسجل في المشاريع الزراعية شكلين من أشكال أجور العمل . الشكل الأول – نظام دفع الجور حسب القطعة و الشكل الثاني – نظام دفع الأجور حسب الزمن ز كما يتم تسجيل أجور اليد العاملة الموظفة وأجور اليد العاملة غير الموظفة والتي تشمل على (أجور العاملين من أسرة المزارع) .
- 2- قيمة الإهلاك السنوي لوسائل الإنتاج الثابتة – يضاف إهلاك وسائل العمل التي ساهمت في للإنتاج بصورة فعلية إلى تكاليف الإنتاج كعنصر من عناصر التكاليف ، وتتراوح هذه القيمة في المتوسط من 5 – 10 % من مجموع النفقات الإنتاجية . وهكذا يعد الإهلاك جزءاً من تكاليف الإنتاج لانه يعبر عن قيمة الجزء من وسائل الإنتاج الثابتة الذي لا بد منه لسير العمليات الإنتاجية في المزرعة خلال فترة معينة.
- 3- قيمة وسائل الإنتاج الدائرة – إن قيمة البذور والأسمدة والعلف والمحروقات .. هي من النفقات الجارية وتشكل جزءاً من التكاليف ، وكل ما يصرف منها خلال العام يدخل ضمن تكاليف الإنتاج ويسجل في سجلات المزرعة كعنصر من العناصر الأساسية للتكاليف .

ثالثاً- طرق حساب الإهلاك : تفقد عادة الآلات والمعدات الإنتاجية قيمتها خلال فترة الخدمة (Service Life) ، هذا الفقد للقيمة يحدث نتيجة لنشاط ثلاثة عوامل من الفقد متكاملة مع بعضها البعض هي : الفقد الفيزيائي و الفقد الوظيفي و الفقد التكنولوجي .

ولأجل حساب قيمة الإهلاك السنوي لوسائل الإنتاج الثابتة وإدخال قيمتها ضمن حساب التكاليف يتم توزيع قيمة الإهلاك على مدار فترة خدمة وسيلة الإنتاج وذلك باستعمال إحدى الطرق التالية:

1- طريقة القسط الثابت – تعد هذه الطريقة من أبسط الطرق وأسهلها في حساب الإهلاك لأنها سهلة الاستعمال من الناحية العملية في تسجيل الحسابات ويمكن حساب المعدل السنوي للإهلاك حسب هذه الطريقة من القانون التالي :

$$a = \frac{P-S}{n}$$

حيث :

a = معدل الإهلاك السنوي .

P = قيمة وسيلة الإنتاج .

S = القيمة المتبقية في نهاية فترة الخدمة .

n = العمر الاقتصادي لوسيلة الإنتاج .

مثال : تم شراء جرار زراعي بمبلغ 800 ألف ليرة حدد العمر الاقتصادي لهذا الجرار 15 سنة يمكن أن يباع بعدها بمبلغ 50 ألف ليرة . والمطلوب : حساب قيمة الإهلاك السنوي لهذا الجرار حسب طريقة القسط الثابت .

$$a = \frac{P - S}{n} = \frac{800000 - 50000}{15000} = 50000$$

إن قيمة الإهلاك السنوي لهذا الجرار هي 50 ألف ليرة تسجل في سجل التكاليف في كل عام بالتساوي خلال العمر الاقتصادي لهذا الجرار ، وتسجل في سجل التكاليف للمحاصيل التي يخدمها هذا الجرار .

2- طريقة مجموع أرقام سنوات الإهلاك - سميت هذه الطريقة بمجموع الأرقام لأنها تعتمد على جمع أرقام سنوات عمل وسيلة الإنتاج والاعتماد عليها في إجراء الحساب . وفي هذه الطريقة يتم حسم كمية أكبر من الإهلاك في السنوات الأولى لاستثمار وسيلة الإنتاج . ويستعمل القانون التالي في حساب الإهلاك :

$$a = \frac{2(n-N+1)}{n(n+1)} * (p-s)$$

حيث :

N = عمر وسيلة الإنتاج في نهاية السنة التي يحسب إهلاكها .

مثال: تم شراء آلة بمبلغ 200 ألف ليرة ، أحسب قيمة الإهلاك في العام الخامس من عمر هذه الآلة حسب طريقة مجموع الأرقام ، إذا علمت أن سعر التصفية لهذه الآلة 40 ألف ليرة وأن العمر الاقتصادي لها هو ثمان سنوات .

$$a = \frac{2(n-N+1)}{n(n+1)} * (p - s)$$

$$a = \frac{2(8-5+1)}{8(8+1)} * (200000 - 40000) = \frac{8}{72} * 160000 = 17780$$

وهكذا نجد أن قيمة إهلاك هذه الآلة في العام الخامس حسب طريقة مجموع الأرقام قد بلغت 17780 ليرة . تضاف إلى تكاليف العام الخامس .

3- طريقة تسريع الإهلاك أو تخفيض المتبقي بمعدلين – تعتمد هذه الطريقة على استعمال الحد الأعلى لمقدار حجم الحسابات الذي يحدد الحجم المضاعف للفقد في السنة. عندما ترغب الإدارة في تسريع دورة رأس المال المستثمر فإنها تستعمل الحد الأقصى لحساب الإهلاك في السنوات الأولى. ويستعمل القانون التالي لحساب إهلاك السنة الأولى فقط :

$$a = \frac{2}{n} * p$$

مثال : تم شراء آلة بمبلغ 500 ألف ليرة ، سوف تعمل هذه الآلة لمدة 8 سنوات . المطلوب : حساب قيمة الإهلاك في السنة الأولى .

$$a = \frac{2}{n} * p = \frac{2}{8} * 500000 = 125000$$

أي أن القيمة المحسوبة لإهلاك السنة الأولى هي 125 ألف ليرة . وبدأ من السنة الثانية فإن حساب الإهلاك السنوي يتم حسابه من القانون التالي:

$$A = \frac{2P}{n} \left(1 - \frac{2}{n}\right)^{N-1}$$

مثال : احسب قيمة الإهلاك للعام الثالث من عمر الآلة في المثال السابق .

$$A = \frac{2P}{n} \left(1 - \frac{2}{n}\right)^{N-1}$$

$$A = \frac{2 * 500000}{8} \left(1 - \frac{2}{8}\right)^{3-1} = 70300$$

أي أن إهلاك هذه الآلة في العام الثالث حسب طريقة تسريع الإهلاك هو 70,3 ألف ليرة.

مسألة : تم شراء آلة زراعية بمبلغ 1,2 مليون ليرة سوف تعمل هذه الآلة لمدة 10 سنوات يمكن بعدها أن تباع بمبلغ 200 ألف ليرة . المطلوب : حساب قيمة الإهلاك لهذه الآلة في العام الثالث من عمرها الاقتصادي حسب طرائق الثلاثة لحساب الإهلاك
1- حسب طريقة القسط الثابت :

$$a = \frac{P-S}{n}$$

$$a = \frac{1200000 - 200000}{10} = 100000$$

2- حسب طريقة مجموع أرقام سنوات الإهلاك :

$$a = \frac{2(n-N+1)}{n(n+1)} * (p-s)$$

$$a = \frac{2(10-3+1)}{10(10+1)} * (1200000 - 200000) = 145450$$

3- حسب طريقة تسريع الإهلاك:

$$A = \frac{2P}{n} \left(1 - \frac{2}{n}\right)^{N-1}$$

$$A = \frac{2 * 500000}{10} \left(1 - \frac{2}{10}\right)^{3-1} = 153600$$

رابعاً - عناصر التكاليف الزراعية : وفقاً لتصنيف وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي في سورية

تصنف تكاليف الإنتاج الزراعي وفقاً لما يلي :

1- أجور العمليات الزراعية :

- الحراثات
- التسكيب
- الزراعة (نثر البذور)
- التسميد

- أجور السقاية
- العزق والتعشيب
- المكافحة
- الحصاد و الجني
- الفرز والتعبئة
- نقل المحصول
- 2- قيمة مستلزمات الإنتاج :
 - سماد عضوي
 - سماد معدني
 - عبوات
 - بذار
 - مياه ري
 - مواد مكافحة
- 3- مجموع أجور العمليات الزراعية و قيمة مستلزمات الإنتاج
- 4- إيجار الأرض 15% من تكاليف الإنتاج
- 5- فائدة رأس المال 6,5 % . من قيمة مستلزمات الإنتاج .
- 6- نفقات نثرية 5% من النفقات. من قيمة أجور العمليات مضافاً إليها قيمة المستلزمات.
- 7- إجمالي التكاليف
- 8- المردود كيلو / هكتار
- 9- تكلفة واحد كيلو جرام / ليرة
- 10- السعر ليرة / كيلو

مثال : المطلوب حساب الربح أو الخسارة لكل واحد كيلو جرام من الحمص البعل لعام 2004 حسب إحصاءات وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي . إذا توفرت لك المعلومات التالية عن تكاليف الهكتار الواحد:

- أ- تكاليف أجور العمليات الزراعية: الحراثة 1615 ليرة ، نثر البذار 613 ، التسميد 181 ، العزق والتعشيب 186 ، المكافحة 1200 ، الحصاد 3543 ، الفرز والتعبئة 494 ، نقل المحصول 326 . المجموع = 8158 ليرة.
- ب- قيمة مستلزمات الإنتاج : قيمة السماد 654 ، قيمة العبوات 276 ، قيمة البذار 2203 ، قيمة مواد مكافحة 825 . المجموع = 3958 ليرة .
- ت- إيجار الأرض 15% من تكاليف الإنتاج .
- ث- فائدة رأس المال 4,5 %
- ج- نفقات نثرية 5% .
- ح- مردودية الهكتار الواحد = 739 كجم / هكتار.
- خ- كلفة الكيلو الواحد = 20,54 ليرة.
- د- سعر بيع الكيلو = 23 ليرة.

الحل :

العنصر	التكلفة (ليرة)	ملاحظات
أجور العمليات الزراعية	8158	
قيمة مستلزمات الإنتاج	3958	
إيجار الأرض	2277	15% من إجمالي التكاليف
فائدة رأس المال	178	قيمة مستلزمات الإنتاج
نفقات نثرية 5%	606	قيمة مستلزمات + أجور العمليات
إجمالي التكاليف	15177	
قيمة الإنتاج	16997	
الربح للهكتار الواحد	1820	

مسألة : المطلوب حساب الربح أو الخسارة لكل واحد كيلو جرام من البطاطا عروة خريفية ، إذا توفرت لديك المعلومات التالية عن بنود وعناصر التكاليف . إحصاءات وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي لعام 2004 .

أ- تكاليف أجور العمليات الزراعية: الحراثة 3050 ليرة ، تسكيب 1340 ، نثر البذار 7688 ، التسميد 1518 ، أجور سقاية 5900 ، العزق والتعشيب 3712 ، مكافحة 2390 ، الجني 9749 ، الفرز والتعبئة 495 ، نقل المحصول 8281 . المجموع = 44123 ليرة.

ب- قيمة مستلزمات الإنتاج : قيمة السماد عضوي 3000، قيمة سماد معدني 7741 ، قيمة العبوات 3439 ، قيمة البذار 3825 ، قيمة مياه ري 12500 ، قيمة مواد مكافحة 4873 . المجموع = 69803 ليرة .

ت- إيجار الأرض 15% من تكاليف الإنتاج .

ث- فائدة رأس المال 4,5 %

ج- نفقات نثرية 5% .

ح- مردودية الهكتار الواحد = 16934 كجم / هكتار.

خ- سعر بيع الكيلو = 10 ليرة.

الحل :

العنصر	التكلفة (ليرة)	ملاحظات
--------	----------------	---------

أجور العمليات الزراعية	44123	
قيمة مستلزمات الإنتاج	69803	
إيجار الأرض	21664	15% من إجمالي التكاليف
فائدة رأس المال	3141	قيمة مستلزمات الإنتاج
نفقات نثرية 5%	5696	قيمة مستلزمات + أجور العمليات
إجمالي التكاليف	144427	
قيمة الإنتاج	169340	
تكلفة الكيلو الواحد	8,5	
الربح للهكتار الواحد	1,5	

التكاليف الصناعية غير المباشرة

مكونات التكاليف الصناعية غير المباشرة: تتكون تكاليف الإنتاج من ثلاثة عناصر هي : المواد المباشرة، الأجور المباشرة، التكاليف الصناعية غير المباشرة. أما مكونات التكاليف الصناعية غير المباشرة فتتكون من العناصر التالية:

- 1- المواد غير المباشرة: وهي المواد المستخدمة في أداء الوظائف الصناعية ويصعب ربطها بالوحدات المنتجة ، حيث يتم توزيعها على مراكز التكلفة مثل ك مواد التنظيف ، الشحوم ، مواد الصيانة ، المواد المساعدة ..
- 2- الأجور غير المباشرة : وهي أجور المهندسين والمشرفين في المراكز الإنتاجية ورؤساء العمال وأجور عمال النظافة في المصنع ..
- 3- النفقات والمصاريف الصناعية غير المباشرة الأخرى: وتضم مصاريف الصيانة واهتلاكات الأصول الثابتة وقيمة الخسائر الناجمة عن المواد التالفة ونقص المخزون..

ولأجل تقدير التكاليف الصناعية غير المباشرة يتم اللجوء على الميزانيات التقديرية الثابتة والميزانيات المرنة .

أ- الميزانيات التقديرية الثابتة : تساهم الميزانيات التقديرية الثابتة في تقدير التكاليف الصناعية غير المباشرة عندما يعمل المصنع على إنتاج منتج واحد أو عندما يكون نشاط المصنع يتميز بالثبات ، حيث يمكن في مثل هذه الحالات تقدير عدد الوحدات الواجب إنتاجها في كل عام ، ومن ثم تقدير حجم التكاليف الصناعية غير المباشرة اللازمة لتحقيق

ذلك الحجم من الإنتاج بسهولة ودقة .وعندما يقترب مستوى النشاط الفعلي إلى حد كبير من مستوى النشاط المخطط أو المتوقع عندها يمكن عدّ الموازنات الثابتة ضرورياً وهاماً لتقدير حجم التكاليف الصناعية غير المباشرة .

ولإيضاح كيفية استعمال الموازنة الثابتة في الرقابة على التكاليف الصناعية غير المباشرة . نأخذ المثال التالي : خطط أحد مصانع الأغذية لإنتاج 120 ألف علبة من البازلاء زنة واحد كيلو جرام خلال شهر حزيران من عام 2009 . وفي إطار هذا الحجم من الإنتاج المتوقع قامت الشركة بتقدير التكاليف الصناعية غير المباشرة كما يلي :

- 1- مواد غير مباشرة 1200000 ليرة.
- 2- أجور غير مباشرة 26000000 ليرة .
- 3- مصروفات صناعية مختلفة غير مباشرة 1600000 ليرة.
- 4- المجموع 5400000 ليرة .

فإذا افترضنا أن المصنع لم يتمكن من تحقيق حجم الإنتاج المخطط وهو 120 ألف علبة وأن عدد العلب التي تم إنتاجها خلال شهر حزيران كان 105 ألف علبة فقط ، وبافتراض أن التكاليف الصناعية غير المباشرة المتغيرة الفعلية كانت كما يلي :

- 1- مواد غير مباشرة 1000000 ليرة.
- 2- أجور غير مباشرة 21000000 ليرة .
- 3- مصروفات صناعية مختلفة غير مباشرة 1000000 ليرة.
- 4- المجموع 4100000 ليرة .

المطلوب تقويم أداء المصنع من خلال الموازنة الثابتة ، بناءً على طريقة المقارنة بين تقديرات هذه الموازنة والأداء الفعلي . وبيان الأفضل بالمقارنة مع تحديد النسبة للمخطط.

البيان	المقدر	الفعلي	الانحراف
حجم الإنتاج بالألف	120	105	15
أجور غير مباشرة =	2600	2100	500+
مواد غير مباشرة =	1200	1000	200+
مصروفات أخرى =	1600	1000	600+
الإجمالي =	5400	4100	1300+

وبما أن حجم الإنتاج الفعلي يشكل 87.5% من الحجم المتوقع ، فإن التكلفة الفعلية للحجم نفسه من الإنتاج هي:

البيان	المقدر	الفعلي	الانحراف
حجم الإنتاج بالألف	105	105	-
أجور غير مباشرة =	2275	2100	175+
مواد غير مباشرة =	4050	1000	50+
مصروفات أخرى =	1400	1000	400+
الإجمالي =	4725	4100	625+

تشير النتائج إلى أن المقارنة مع حجم الإنتاج الفعلي بالحجم نفسه من الإنتاج المخطط هو أفضل لن الفارق يكون أقل.

مسألة : خطط أحد المصانع لإنتاج نصف مليون علبة من البندورة لموسم عام 2009 ، وبافتراض أن حجم الإنتاج المتوقع يحتاج إلى التكاليف الصناعية غير المباشرة المتغيرة التالية :

- 1- مواد غير مباشرة 2500000 ليرة.
- 2- أجور غير مباشرة 4700000 ليرة .
- 3- مصروفات صناعية مختلفة غير مباشرة 1400000 ليرة.

المجموع 8600000 ليرة.

إذا افترضنا أن المصنع لم يتمكن من تحقيق حجم الإنتاج المخطط وهو 500000 علبة وأن عدد العلب التي تم إنتاجها خلال الموسم المذكور كانت 420000 علبة فقط . وبافتراض أن التكاليف الصناعية غير المباشرة المتغيرة الفعلية هي :

- 1- مواد غير مباشرة 2400000 ليرة.
- 2- أجور غير مباشرة 4300000 ليرة .
- 3- مصروفات صناعية مختلفة غير مباشرة 1400000 ليرة.

المجموع 8100000 ليرة.

المطلوب بيان تقديرات هذه الموازنة والأداء الفعلي للنشاط وهل المقارنة مع الحجم نفسه من النشاط أفضل أم لا ؟.

البيان	المقدر	الفعلي	الانحراف
حجم الإنتاج بالألف	500	420	80-
أجور غير مباشرة =	2500	2400	100+
مواد غير مباشرة =	4700	4300	400+
مصروفات أخرى =	1400	1400	0

الإجمالي	=	8600	8100	500+
----------	---	------	------	------

البيان	المقدر	الفعلي	الانحراف
حجم الإنتاج بالألف	420	420	0
أجور غير مباشرة =	2100	2400	300-
مواد غير مباشرة =	3948	4300	352-
مصروفات أخرى =	1176	1400	224-
الإجمالي	7224	8100	876 -

ب- تقدير قيمة العادم : يعتبر العادم من مخلفات العملية الصناعية والتي قد تكون له قيمة مادية مثل مواد الحواف وبقايا الأقمشة ونشارة الخشب .. ومن الطبيعي أن تتوقع المنظمة حدوث مخلفات نتيجة للعملية الإنتاجية .ويطلق على هذه المخلفات أسم " العادم الطبيعي " ويعالج محاسبياً كما يعالج التالف ، إذا كانت نسبته طبيعية فلا يخصص له حساب مستقل بل يحمل على تكلفة الإنتاج ضمن تكلفة المواد المصروفة من المخازن . أما إذا كان العادم يزيد عن النسبة المسموح بها فيعد عندها عادمًا غير طبيعي وتحمل تكلفته على حساب الأرباح والخسائر للفترة المحاسبية كخسارة ويتم استبعادها من تكلفة المواد المحملة على الإنتاج. وقد يكون للعادم قيمة بيعيه، أو قد تنفق المنظمة مبالغ إضافية للتخلص منه. فإذا كان للعادم الطبيعي قيمة بيعيه فيعالج محاسبياً بتخفيض تكلفة الإنتاج بالقيمة السوقية المقدرة له ، أما إذا كانت القيمة ضئيلة جداً عندها تعد الإيرادات ضمن الإيرادات المتنوعة وتقل في حساب الأرباح والخسائر .

مثال: بلغت تكلفة إحدى المواد المصروفة لقسم الإنتاج 1.4 مليون ليرة، حددت الإدارة نسبة العادم الطبيعي ب 2% من تكلفة المواد المصروفة. وقد تم اكتشاف عادم إجمالي في نهاية العملية الإنتاجية تكلفته 38 ألف ليرة وبفرض أن القيمة السوقية للعادم الطبيعي بلغت 4 آلاف ليرة والعادم غير الطبيعي ألف ليرة . المطلوب : إجراء المعالجة المحاسبية للعادم.

تكلفة العادم الطبيعي $1400000 \times 0.002 = 28000$ ليرة.

تكلفة العادم غير الطبيعي $38000 - 28000 = 10000$ ليرة .

ما يخفض من تكاليف الإنتاج :

القيمة السوقية للعادم الطبيعي 4000 ليرة.

القيمة السوقية للعادم غير الطبيعي 10000 ليرة.

إجمالي التخفيض من التكلفة 14000 ليرة.

تحمل تكلفة الإنتاج بالفرق بين تكلفة العادم الطبيعي البالغة 28 ألف ليرة والقيمة السوقية له البالغة 4 آلاف ليرة . عندها تكون التكلفة المسجلة $28000 - 4000 = 24000$ ليرة. أما العادم غير الطبيعي فهو خسارة و لا يجوز تحميله على تكاليف الإنتاج لذلك يتم استبعاد مبلغ $38000 - 28000 = 10000$ ليرة ، وبعد حسم القيمة السوقية البالغة

1000 ليرة يصبح المبلغ 9000 ليرة يحمل على حساب الأرباح والخسائر ويعد من خسائر الفترة.

مسألة: بلغت قيمة المواد المصروفة لقسم الإنتاج في أحد المصانع 4.5 مليون ليرة وحددت الإدارة نسبة العادم الطبيعي ب 1% من تكلفة المواد المصروفة وقد تم اكتشاف عادم إجمالي في نهاية العملية الإنتاجية تكلفته 40 ألف ليرة .
المطلوب : إجراء المعالجة المحاسبية للعادم بافتراض أن هذا العادم ليس له قيمة سوقية وأنه تم دفع مبلغ 5000 ليرة لترحيل ذلك العادم .

المستلزمات السلعية

أولاً - طريقة السعر الفعلي :

مثال :

1- أظهرت إحدى الفواتير البيانات التالية :

الصفة	الكمية / طن	سعر الوحدة / ليرة	القيمة الكلية / ليرة
أ	450	2000	900000
ب	300	1000	300000
ج	150	1000	150000

2- بلغت عمولة الشراء 1% من قيمة الفاتورة .

3- بلغت تكاليف التأمين 3% من قيمة الفاتورة.

4- بلغت تكاليف النقل والتفريغ 67,5 ألف ليرة .

5- منح المورد حسماً تجارياً بمعدل 2% على الفاتورة .

المطلوب : تنظيم قائمة تكاليف المواد مبيناً فيها ثمن تكلفة الوحدة الواحدة من كل صنف .

البيان	الوحدة	الإجمالي	الصنف أ	الصنف ب	الصنف ج	ملاحظات
الكمية	طن	900	450	300	150	
سعر الفاتورة للطن	ليرة	-	2000	1500	1000	
قيمة الفاتورة	ليرة	1350000	900000	300000	150000	
الحسم (-)	ليرة	27000	18000	6000	3000	2- %
ثمن الشراء	ليرة	1323000	882000	294000	147000	
عمولة الشراء +	ليرة	13500	9000	3000	1500	1+ %
تأمين +	ليرة	40500	27000	9000	4500	
نقل +	ليرة	67500	45000	15000	7500	5% من قيمة الفاتورة

أملية محاسبة تكاليف الأغذية-لطلاب السنة الخامسة- علوم الأغذية-أ.د. شهاب ناصر، 2023-2024-جزء تكاليف الأغذية.

إجمالي تكلفة المواد	ليرة	1444500	963000	321000	160500	
عدد الوحدات	طن	-	450	300	150	
تكلفة الطن	ليرة	-	2140	1070	1070	

مسألة :

1- أظهرت إحدى فواتير الشراء البيانات التالية:

الصفة	الكمية / طن	سعر الوحدة / ليرة	القيمة الكلية / ليرة
1	600	1500	900000
2	800	700	560000
3	320	910	291200
4	460	250	115000

2- بلغت عمولة الشراء 1% من قيمة الفاتورة .

3- بلغت تكاليف التأمين 2% من قيمة الفاتورة.

4- بلغت تكاليف النقل والتفريغ 120 ألف ليرة .

5- منح المورد حسماً تجارياً بمعدل 1.5% على الفاتورة .

المطلوب : تنظيم قائمة تكاليف المواد مبيناً فيها ثمن تكلفة الوحدة الواحدة من كل صنف وذلك

حسب طريقة السعر الفعلي .

البيان	الوحدة	الإجمالي	الصنف 1	الصنف 2	الصنف 3	الصنف 4	ملاحظات
الكمية	طن						
سعر الفاتورة للطن	ليرة						
قيمة الفاتورة	ليرة						
الحسم (-)	ليرة						2- %
ثمن الشراء	ليرة						
عمولة الشراء +	ليرة						1+ %
تأمين +	ليرة						
نقل +	ليرة						5% من قيمة الفاتورة
إجمالي تكلفة المواد	ليرة						
عدد الوحدات	طن						
تكلفة الطن	ليرة						

ثانياً - طريقة السعر الاعتباري :

بتاريخ 2007/1/1 كان رصيد المخزون السلعي من المادة **x** في مخزون المصنع يتألف من **1000** وحدة بقيمة تعادل **40** ألف ليرة .

في 1/4 تم تسليم 400 وحدة إلى المراكز الإنتاجية .

في 1/6 تم استلام 200 وحدة بسعر 42 ليرة للوحدة.

في 1/12 تم تسليم 200 وحدة إلى المراكز الإنتاجية .

في 1/14 تم إعادة 20 وحدة من مراكز الإنتاج إلى وحدات التخزين .

في 1/18 تم تسليم 100 وحدة إلى مراكز الإنتاج .

في 1/20 تم استلام 300 وحدة بسعر 50 ليرة للوحدة.

في 1/25 تم تسليم 180 وحدة إلى مراكز الإنتاج .

في 1/27 أعادت مراكز الإنتاج 40 وحدة إلى المخازن.

في 1/30 تم تسليم 480 وحدة إلى مراكز الإنتاج .

إذا علمت أن المصنع يسعر المواد الصادرة من المخازن إلى مراكز الإنتاج حسب السعر

الاعتباري الذي حددته الإدارة بمبلغ 44 ليرة للوحدة . المطلوب : تنظيم بطاقة مراقبة المخزون

للمادة المذكورة عن الفترة المنتهية بتاريخ 2007/1/31.

	البيان	الوارد			الصادر			الرصيد	
		الكمية	السعر	القيمة	الكمية	السعر	القيمة	الكمية	القيمة
20	رصيد أول المدة	-	-	-	-	-	-	1000	40000
	تسليم	-	-	-	400	44	17600	600	22400
	استلام	200	42	8400	-	-	-	800	30800
	تسليم	-	-	-	200	44	8800	600	22000
	إعادة مواد	20	44	880	-	-	-	620	22880
	تسليم	-	-	-	100	44	4400	520	18480
	استلام	300	50	15000	-	-	-	820	33480
	تسليم	-	-	-	180	44	7920	640	25560
	إعادة مواد	40	44	1760	-	-	-	680	27320
	تسليم	-	-	-	480	44	21120	200	6200
	تسوية رصيد آخر المدة	-	-	2600	-	-	-	200	8800

مسألة: بتاريخ **2009/1/1** كان رصيد المخزون السلعي من المادة (**x**) في مخزون

المصنع يتألف من **2500** وحدة بقيمة تعادل **187.5** ألف ليرة .

في 1/5 تم تسليم 1000 وحدة إلى المراكز الإنتاجية .

في 1/10 تم استلام 500 وحدة بسعر 80 ليرة للوحدة.

في 1/15 تم تسليم 600 وحدة إلى المراكز الإنتاجية .

في 1/20 تم إعادة 400 وحدة من مراكز الإنتاج إلى وحدات التخزين .

في 1/25 تم تسليم 1200 وحدة إلى مراكز الإنتاج .

في 1/30 تم استلام 200 وحدة بسعر 60 ليرة للوحدة.

في 2/3 تم تسليم 700 وحدة إلى مراكز الإنتاج .

في 2/8 أعادت مراكز الإنتاج 150 وحدة إلى المخازن.

في 2/15 تم تسليم 50 وحدة إلى مراكز الإنتاج .

إذا علمت أن المصنع يسعر المواد الصادرة من المخازن إلى مراكز الإنتاج حسب السعر

الاعتباري الذي حددته الإدارة بمبلغ 75 ليرة للوحدة . المطلوب : تنظيم بطاقة مراقبة المخزون

للمادة المذكورة عن الفترة المنتهية بتاريخ 2009/2/15.

البيان	الوارد			الصادر			الرصيد	
	الكمية	السعر	القيمة	الكمية	السعر	القيمة	الكمية	القيمة
رصيد أول المدة	-	-	-	-	-	-	2500	187500
تسليم	-	-	-	1000	75	75000	1500	112500
استلام	500	80	40000				2000	152500
تسليم				600	75	45000	1400	107500
إعادة مواد	400	75	30000				1800	137500
تسليم				1200	75	90000	600	47500
استلام	200	60	12000				800	59500
تسليم				700	75	52500	100	7000
إعادة مواد	150	75	11250				250	18250
تسليم				50	75	3750	200	14500
تسوية رصيد آخر المدة			500	-	-	-	200	15000

محاسبة تكاليف العمل

أولاً - طرق حساب الأجور :

أ- طريقة الأجر على أساس الزمن : يتم حساب أجر العامل وفقاً لهذه الطريقة بالاعتماد على المعادلة التالية:

الأجر المستحق للعامل = عدد ساعات تواجد العامل في الشركة * معدل أجر الساعة لهذا العامل .

مثال : المطلوب حساب الأجر اليومي للعمال التالية أسماؤهم . إذا كان الواحد منهم يمضي ثمان ساعات في الشركة وأن أجر ساعة العامل سمير 40 ليرة ، العامل عمر 50 ليرة ، العامل حسن 60 ليرة .

أسم العامل	أجر الساعة	عدد ساعات الدوام	الأجر اليومي (ليرة)	ملاحظات
سمير	40	8	320	
عمر	50	8	400	
حسن	60	8	480	

ب- طريقة الأجر على أساس الإنتاج أو الأجر بالقطعة: يتحدد أجر العامل بموجب هذه الطريقة على أساس عدد الوحدات أو القطع التي قام العامل بإنتاجها خلال وحدة الزمن . أي أن صاحب العمل هنا لا يدفع أجراً عن الوقت الذي لا ينتج فيه العامل أو ما يطلق عليه الوقت الضائع . ويحسب الأجر من خلال المعادلة التالية:

الأجر المستحق = عدد الوحدات المنتجة * معدل أجر الوحدة

الأجر المستحق = الوقت المعياري للإنتاج * أجر الساعة

مثال : قام أحد العمال بإنتاج نوعين من المنتجات وفقاً لما يلي : عدد الوحدات المنتجة من النوع الأول 40 وحدة الوقت المعياري لها 3 ساعات . وأنتج من النوع الثاني 25 وحدة الوقت المعياري لها 5 ساعات . احسب أجر هذا العامل ، إذا علمت أن معدل أجر الساعة المعيارية 25 ليرة.

الحل :

الوقت النموذجي للإنتاج = عدد الوحدات المنتجة فعلياً * الوقت المعياري اللازم للوحدة

النوع الأول = 40 * 3 = 120 ساعة

النوع الثاني = 25 * 5 = 125 ساعة

الأجر المستحق = الوقت المعياري للإنتاج * معدل أجر الساعة المعيارية

= 245 * 25 = 6125 ليرة

ج- طريقة الأجر المتدرج على أساس الإنتاج : يتم وفق هذه الطريقة وضع أجر متدرج يتناسب مع عدد الوحدات المنتجة. وذلك من أجل تشجيع وتحفيز العمال على زيادة الإنتاجية بغية الحصول على أجر مرتفع .
مثال: بفرض أن إحدى الشركات وضعت معدلاً متدرجاً لأجر الوحدة المنتجة على الشكل التالي :

أقل من 15 وحدة في اليوم 15 ليرة
من 16 - 20 وحدة في اليوم 18 ليرة
من 21 - 25 وحدة في اليوم 20 ليرة
أكثر من 25 وحدة في اليوم 22 ليرة

وبفرض أن العامل سمير أنتج 20 وحدة في اليوم وأن العامل عمر أنتج 14 وحدة في اليوم وأن العامل حسن أنتج 26 وحدة في اليوم . المطلوب : حساب الأجر المستحق لكل منهم .

العامل	عدد الوحدات المنتجة	معدل أجر الوحدة	الأجر اليومي
سمير	20	18	360
عمر	14	15	210
حسن	26	22	572

د- طريقة الأجر بالقطعة مع ضمان اجر يومي ثابت: يضمن هذا النظام للعامل أجر يومي عن أوقات العمل الرسمية على أن يتم حساب استحقاقاته في نهاية كل يوم على أساس عدد الوحدات التي ينتجها . كما يتم تحديد أجر يومي ثابت عن حجم إنتاج معين خلال اليوم يعد الحد الأدنى للأجر ، فإذا قام العامل بإنتاج هذا الحد الأدنى أو أقل منه حصل على أجره اليومي ، وإذا أنتج أكثر من الحد الأدنى استحق أجره على أساس القطعة.

مثال: في إحدى الشركات وضع حداً أدنى لأجر العامل مقداره 200 ليرة . وبفرض أن أحد العاملين أنتج 12 وحدة بمعدل أجر 20 ليرة للوحدة. ف يمثل هذه الحالة يتم حساب أجر العامل كما يلي :

الأجر الأساسي $12 \times 20 = 240$ ليرة . يقارن هذا الأجر بالحد الأدنى فنجد أنه يزيد عليه ، أي أن العامل سوف يحصل على أجره اليومي مقداره 240 ليرة ، أما لو أنتج هذا العامل 8 وحدات فقط خلال اليوم فإن أجره في اليوم على أساس القطعة سوف يكون :
الأجر اليومي $8 \times 20 = 160$ ليرة . وبالمقارنة مع الحد الأدنى للأجر اليومي الثابت نجد أن أجر العامل المستحق هو 200 ليرة وليس 160 ليرة.

ثانياً- حساب أجور الحوافز والمكافآت التشجيعية : يوجد أربعة طرق لحساب نظام الحوافز الفردية هي :

- طريقة تايلور.
- طريقة هالسي.
- طريقة امرسون.
- طريقة مريك.

1- طريقة تايلور – تعتمد هذه الطريقة على حساب معدل أجر ثابت للقطعة أو الوحدة المنتجة ، مهما زاد أو انخفض عدد هذه الوحدات .مثال : نفترض أن عدد الوحدات المنتجة النموذجية المقرر إنتاجها في اليوم هي 50 وحدة وان معدل أجر الوحدة 8 ليرات للإنتاج الذي يقل عن 50 وحدة وأن معدل الأجر 10 ليرات للإنتاج الي يزيد عن الخمسين وحدة . من خلال تقرير الإنتاج تبين أن ثلاثة عمال أنتجوا ما يلي : سمير 45 وحدة ، عمر 55 وحدة ، حسن 60 وحدة . المطلوب تحديد الأجر المستحق لكل منهم :

العامل	عدد الوحدات المنتجة	معدل أجر الوحدة	الأجر اليومي
سمير	45	8	360
عمر	55	10	550
حسن	60	10	600

2- طريقة هالسي – تعتمد هذه الطريقة على حساب الأجر الزمني الثابت للعامل بالإضافة إلى حصوله على مكافأة إذا استطاع هذا العامل أن يوفر في الوقت الذي تحدده الشركة والذي يطلق عليه الوقت النموذجي أو المعياري وذلك وفقاً للمعاداة التالية :

$$\text{المكافأة} = (\text{الوقت المعياري} - \text{الوقت الفعلي}) * \text{معدل أجر الساعة} * 50\%$$

مثال : لنفترض أن أجر العامل في الساعة 40 ليرة وأن الوقت المعياري اللازم لإنتاج 50 وحدة هو 8 ساعات ، ولكن سمير استطاع إنتاجها في 5 ساعات . ما هو الأجر المستحق لسمير .

$$\text{أجر الزمن الفعلي} = 40 * 5 = 200 \text{ ليرة}$$

$$\text{المكافأة} = (8 - 5) * 40 * 50\% = 60 \text{ ليرة}$$

$$\text{استحقاق العامل سمير} = 200 + 60 = 260 \text{ ليرة .}$$

3- طريقة امرسون – تجمع طريقة امرسون بين الأجر على أساس الزمن والأجر على أساس القطعة . مثال : نفترض أن كمية الإنتاج المعيارية هي 300 وحدة في الأسبوع وان معدل المكافأة للعمال الذين يزيد إنتاجهم على ثلثي الكمية المعيارية هو كالتالي:

من 200 – 225 وحدة في الأسبوع 10% من الأجر الأساسي .

من 226 – 250 وحدة في الأسبوع 20% من الأجر الأساسي.

- من 251-275 وحدة في الأسبوع 30% من الأجر الأساسي .
 من 276-300 وحدة في الأسبوع 40% من الأجر الأساسي .
 أكثر من 300 وحدة في الأسبوع 50% من الأجر الأساسي .
 مثال كانت كمية الإنتاج لأربعة عمال كما يلي :
 العامل الأول = 195 وحدة ، العامل الثاني = 210 وحدة ، العامل الثالث = 295 وحدة ،
 العامل الرابع = 305 وحدات . المطلوب حساب استحقاق كل منهم

العامل	كمية الإنتاج (وحدة)	الأجر الأسبوعي (ليرة)	المكافأة %	المكافأة الأسبوعية (ليرة)	إجمالي الاستحقاق (ليرة)
الأول	195	2000	0	-	2000
الثاني	210	2200	10	220	2420
الثالث	295	2300	40	920	3220
الرابع	305	2500	50	1250	3750

4- طريقة مريك - اقترح مريك أن يكون هناك تدرج تصاعدي أكبر لتعريف الأجر لأجل تحقيق عدالة أكبر .

مثال : حددت إحدى الشركات عدد الوحدات المعيارية خلال اليوم ب 50 وحدة و وأن تعرف الأجر المتصاعدة كانت على النحو التالي :

- العامل الذي ينتج 30 وحدة وأقل يمنح تعرفه 8 ليرات .
- العامل الذي ينتج 31 - 35 وحدة يمنح تعرفه 9 ليرات .
- العامل الذي ينتج 36 - 45 وحدة يمنح تعرفه 10 ليرات .
- العامل الذي ينتج 46- 50 وحدة يمنح تعرفه 12 ليره .
- العامل الذي ينتج أكثر من 50 وحدة يمنح تعرفه 15 ليره .

مثال كانت كمية الإنتاج لأربعة عمال كما يلي :

العامل الأول = 25 وحدة ، العامل الثاني = 49 وحدة ، العامل الثالث = 50 وحدة ، العامل الرابع = 36 وحدات . المطلوب حساب استحقاق كل منهم .

العامل	عدد الوحدات المنتجة	معدل أجر الوحدة	الأجر اليومي
الأول	25	8	200
الثاني	49	12	588

765	15	51	الثالث
360	10	36	الرابع

ثالثاً - مستندات تحديد تكلفة العمل : تشمل هذه المستندات على المستندات التالية :

- 1- كشف أجور العاملين الشهرية.
- 2- كشف الأجور الإضافية.
- 3- ملخص الأجور المباشرة .
- 4- جدول تحليل الأجور غير المباشرة.
- 5- السجل التحليلي للرواتب والأجور .

تقوم شعبة الرواتب والأجور بتدقيق مستندات دوام العاملين الخاصة بالسجلات اليومية لدوام العمال أو بطاقات الشغلة أو تقرير العمل اليومي ، وكذلك تدقيق تقارير الإنتاج والمكافآت الإنتاجية والمستندات المتعلقة بالإجازات العادية والمرضية ، ويتم تسجيلها ف يلائحة الدوام التي تضم : أسم العامل ، عدد ساعات العمل الإضافي ، عدد أيام الغياب ، الإجازات الصحية .

حيث يتم إعداد جداول الرواتب والأجور على أساس لائحة دوام العمال وفقاً للأسس التالية:

- 1- يخصص جدول واحد لكل مركز تكلفة أو مجموعة مراكز نوعية ، مثل المراكز الإنتاجية أو مراكز الخدمات الإنتاجية أو المراكز التسويقية أو مراكز الخدمات الإدارية والتمويلية ، على أن يميز في هذا الجدول مجموع العوائد لكل مركز .
- 2- يخصص جدول مستقل للعاملين المعارين أو المفرزين أو المتفرغين أو من في حكمهم .

3- تقوم شعبة الرواتب والأجور بإعداد ملخص لجدول الرواتب والأجور على ثلاث نسخ تحلل فيه الأجور ومتمماتها على مراكز التكلفة المستفيدة .ترسل النسخة الأولى إلى المحاسبة المالية لتسجيل صرف النفقة ، وترسل النسخة الثانية منه إلى شعبة سجلات التكاليف ، أما الثالثة فيتم الاحتفاظ بها لدى شعبة الرواتب والأجور .

4- يتم تسليم شعبة سجلات التكاليف ملخص جدول الرواتب والأجور إضافة إلى المستندات العائدة للمكافآت والمزايا العينية ومساهمة الشركة في التأمينات الاجتماعية ، وتقوم على أساس ذلك بإعداد سجل تحليلي للأجور والذي يعد بمثابة دفتر يومية مساعدة كما هو مبين في النموذج التالي:

السجل التحليلي للأجور

اسم مركز التكلفة	رقم المركز	المبلغ	الأجور النقدية 311							مزايا عينية 312	مساهمة الشركة في التأمينات الاجتماعية والتأمين والمعاشات 313 314	ملاحظات
			عدد أيام العمل الفعلي 3111	عدد الإجازات والمرض 3112	تعويض العمل الإضافي 3113	تعويض إختصاص 3115	تعويضات أخرى 3116	مكافآت تشجيعية 3117	مكافآت إنتاجية 3118			

أملية محاسبة تكاليف الأغذية-لطلاب السنة الخامسة-علوم الأغذية-أ.د. شباب ناصر، 2023-2024-جزء تكاليف الأغذية.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



علم التسويق الزراعي وأهدافه

المقدمة:

لقد أصبح علم التسويق يدرك الآن أن التسويق ليس مجرد عملية إعلان وبيع للسلع والخدمات المنتجة بل هو جزء لا يتجزأ من العملية الإنتاجية نفسها وهو امتداد لها حيث يجب أن تستمر العملية الإنتاجية حتى تصل السلع في صورتها النهائية إلى المستهلكين بالصورة التي يرغبونها وفي المكان والزمان المفضلين لدى المستهلكين.

والنشاط التسويقي له دور هام جدا على المستوى القومي حيث يعمل على توفير الجهد والوقت للزمين للحصول على السلع والخدمات وكذلك يعمل على ضمان التوازن بين الإنتاج والكميات المطلوبة للاستهلاك.

تعريف علم التسويق:

علم التسويق هو فرع من علم الاقتصاد يضم مجموعة من المعارف الاقتصادية يهتدي بها الإنسان للحصول على أكبر قدر ممكن من الخدمات التسويقية التي تسهل وصول السلع والخدمات إلى المستهلكين بأقل قدر ممكن من التكاليف.

تعريف علم التسويق الزراعي:

في ضوء التعريف السابق لعلم التسويق البحث فيمكن أن نقول أن علم التسويق الزراعي هو فرع من علم الاقتصاد الزراعي وهو يضم مجموعة من المعارف الاقتصادية الزراعية التي يمكن أن يهتدي بها الإنسان في سبيل حصوله على أكبر قدر ممكن من الخدمات التسويقية للسلع الزراعية التي تسهل وصول السلع والمنتجات الزراعية من المنتجين إلى المستهلكين بأقل قدر ممكن من التكاليف.

ومن هذا التعريف نعلم أن علم التسويق الزراعي هو العلم الذي يدرس جميع الأنشطة المتعلقة بنقل السلع الزراعية من المنتج إلى المستهلك النهائي أي بعد إجراء العديد من الخدمات التسويقية للسلعة بحيث يضاف إليها المنافع المطلوبة وتصل إلى المستهلك بأقل قدر ممكن من التكاليف.

يعرف بعض الاقتصاديون علم التسويق الزراعي بأنه العلم الذي يدرس المهام أو الوظائف اللازمة لتحريك المنتجات الزراعية في أماكن إنتاجها الأولى إلى أماكن استهلاكها الاستهلاك النهائي مستوفاة الشروط " الشكل والمكان والزمن المناسب".

ومن هذا التعريف السابق يمكن القول بأن النشاط التسويقي يعمل على إيجاد أو إضافة منافع اقتصادية للسلع الزراعية من بين المنافع التالية:

المنفعة الشكلية: وهي المنفعة الناتجة من إجراء تحول في شكل السلعة حتى تصل إلى المستهلك في الشكل المرغوب والمناسب مثل عمليات تنظيف الخضراوات وتعبئتها وحفظها أو تجميدها و عملية تحويل القمح إلى خبز و عملية نسج الصوف والقطن وتحويلها إلى منسوجات وغيرها من العمليات التصنيعية للمنتجات الزراعية.

المنفعة المكانية: وهي المنفعة الناتجة عن نقل السلعة من مكان إنتاجها إلى مكان إستهلاكها أو نقلها من مكان يقل الطلب عليها فيه إلى مكان يشتد فيه الطلب على هذه السلعة وذلك باستخدام وسائل النقل المختلفة.

المنفعة الزمانية: وهي المنفعة الناتجة عن تخزين السلعة من وقت إنتاجها على وقت استهلاكها أو من وقت ينخفض فيه الطلب عليها إلى وقت آخر يشتد فيه الطلب على هذه السلعة وبذلك فهذه المنفعة مرتبطة أساسا بعملية تخزين السلعة.

المنفعة التملكية: وهي المنفعة الناتجة من نقل ملكية السلعة من منتج على مستهلك أو من شخص يستغني عن السلعة إلى شخص في حاجة إليها فهي بذلك عملية تبادل تتم من خلالها عملية البيع والشراء.

أهداف التسويق الزراعي:

إن العمليات التسويقية الزراعية تجمع بين ثلاث فئات هم فئة المنتجين وفئة الوسطاء وفئة المستهلكين وكل من هذه الفئات الثلاث لها أهدافها الخاصة التي قد تتعارض مع أهداف الفئة الأخرى وكذلك فإن تحقيق لكفاءة النظام التسويقي القائم مما يؤدي إلى زيادة رفاهية المجتمع بصفة عامة هذا مع العلم بأن هذه الفئات الثلاث ليست فئات متعارضة وتعمل ضد بعضها في كل الأحيان بل إنها تتداخل مع بعضها لحد كبير فالمنتج قد يكون مستهلكا في نفس الوقت والوسيط

قد يكون هو المنتج أو ينوب عنه كالجمعية التعاونية الزراعية التي تعمل في مجال التسويق وبذلك فتحقيق نظام تسويقي كفاء في ظل المعارف التي يقدمها علم التسويق الزراعي سوف تزيد بدون شك في رفاهية المجتمع كله.

وعموما يمكن عرض بعض أهداف علم التسويق الزراعي في النقاط التالية:

١. وضع نظام تسويقي كفاء يعمل على توزيع المنتجات الزراعية وتسويقها بطريقة منتظمة ومستقرة وبذلك يكون هو الأساس الذي يبنى عليه الوضع الإقتصادي المستقر للإنتاج الزراعي.
٢. يهتم علم التسويق وخصوصا في الدول النامية بالعمل على توجيه الإستهلاك والاستفادة من المنتجات الزراعية بأكبر قدر ممكن.
٣. العمل على تحسين الخدمات والوظائف التسويقية لأقل قدر ممكن وذلك باستخدام واستحداث الوسائل العلمية والتكنولوجية الحديثة مما يؤدي على زيادة دخول المنتجين والمستهلكين على حد سواء.
٤. العمل على تحقيق المزيد من الدخول الصافية للمزارعين.
٥. لا ينحصر اهتمام علم التسويق الزراعي بالتسويق المحلي بل وتمتد اهتماماته إلى التسويق الزراعي الخارجي وتحسين ظروفه والعمل على تنميته وتطويره مما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي عن طريق تنمية الصادرات الزراعية.
٦. يعمل على الموازنة بين العرض والطلب على أساس مراعاة الزمن والكمية.
٧. تبيع المنتجات الزراعية على الأسواق ومنها إلى المستهلك.

الوظائف والخدمات التسويقية

الغرض الرئيس من التسويق الزراعي هو توصيل السلع من مناطق إنتاجها إلى مناطق استهلاكها ويمكن تلخيص هذه الأهداف في الآتي:

(١) تجميع السلع: أي تجميع المنتجات الزراعية سواء كانت مواد خام غذائية أو مواد مصنعة من مناطق إنتاجها المختلفة إلى مناطق التجميع المختلفة تمهيدا لتوزيعها على المستهلكين.

(٢) توزيع السلع الزراعية: أي توزيع السلع على المستهلكين وتشغل المراحل التي تجتازها السلع حتى تصل إلى المستهلك النهائي سواء بعد تجميعها أو من المنتج مباشرة.

(٣) موازنة العرض بالطلب: المعروف عن السلع الزراعية أنها تتعرض لكثير من التغيرات الطبيعية بالإضافة إلى موسميته مع وجود الحاجة لاستهلاكها المستمر على مدار العام ومن هنا يبرز دور الوسطاء في إيجاد الموازنة بين العرض والطلب ويعتبر التخزين أهم الوظائف التسويقية التي تعمل على إيجاد مثل هذا التوازن.

تقسيم الوظائف والخدمات التسويقية :

يقصد بهذه الخدمات والوظائف بأنها الخطوات التي تجرى على السلعة لإيصالها من المنتج إلى المستهلك أهمها ما يلي :

(١) الشراء:

يعتبر الشراء من أهم الوظائف التسويقية لاسيما من وجهة نظر المشتري سواء كان منتجا أو مستهلكا أو وسيطا وأهم العمليات التي يجب على المشتري أن يقوم بها:

أ- تعيين الاحتياجات أو السلع المطلوب شراؤها كما ونوعا.

ب- البحث عن مصادر العرض (البائعون).

ت- عمل الاتصالات اللازمة والاتفاق على الثمن.

ث- دفع الثمن أو تحديد طريقة تسديده.

ج- التبادل ونقل الملكية.

أما أسس الشراء فهناك أربعة أسس مختلفة هي:

- أ الشراء على أساس المعاينة: أي فحص المشتري للسلعة كلها.
 - ب الشراء بالعينة: حيث يختبر المشتري عينة من السلعة فقط بحيث تكون العينة ممثلة تماما للكمية.
 - ج الشراء على أساس المواصفات: ويحدث ذلك بأن يختبر المشتري الكتالوج أو يحصل على وصف للسلعة بأية طريقة موثوق بها.
 - د الشراء على أساس الرتبة أو الدرجة: وذلك في حال السلع التي أمكن قياس صفاتها المختلفة برتب معينة اصطلاح عليها واعترف بها سواء من هيئة حكومية أو تجارية وتختلف الرتب والدرجة حسب السلع ونوعها فرتب القمح مثلا تعين على أساس النظافة ونسبة المواد الغريبة ونسبة الرطوبة ونسبة البروتين الخ.
- هذا ويمكن أن يتم الشراء وثائقيا أو تليفونيا أو بالبريد أو بالاتفاق الشفهي بدون أن يرى المشتري السلعة وقد يتم عن طريق مندوبين للمشتري.

(٢) البيع:

يعتبر البيع أكثر المراحل التسويقية أهمية وحاجة للدراسة إلا أن المعروف أن الإنتاج الزراعي له نوعان من العرض عرض حالي وعرض منتظر وهذا الأخير ربما يزيد عما تحتاج الأسواق أي أن فائض الإنتاج في صورة عامة يجعل من الضروري دراسة حالة الأسواق وتحليل قوى العرض والطلب والعمل على تشجيع الاستهلاك سواء بطريقة الدعاية والإعلان أو عن طريق المندوبين هذا بالإضافة لأهمية الإيرادات الناتجة عن عملية البيع في مقدار ما تحققه الوحدات الزراعية من أرباح ولذلك فإن على المنتج أو البائع أن يقوم بالعمليات التالية:

١. تشجيع الطلب على السلعة والعمل على زيادته.
٢. إيجاد المشتري وغحضار السلعة في المكان والزمان المناسبين وبالسعر المناسب.
٣. إتمام الصفقة (التبادل) وتتضمن الاتفاق على السعر ومواعيد التسليم ومكانة وطريقة سداد الثمن وكل الشروط التي يجب الاتفاق عليها:

٤. ينع الملكية من البائع إلى المشتري وتحويل الثمن إما فوراً أو أجلاً حسب الاتفاق. هناك سلع يتم نقل ملكيتها بانتقالها من البائع للمشتري مباشرة و سلع أخرى تحتاج إلى إجراءات توثيق قانونية معينة مثل نقل ملكية الأرض الزراعية والمباني والمصانع.

(٣) الإعلان:

يشمل بمعناه الواسع مختلف النشاطات التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المختلفة على الجمهور بغرض حثهم على شراء سلع أو خدمات معينة. ويحقق الإعلان ما يطلق عليه البيع الإجباري إذ أنه عندما يقتنع المستهلكون بما جاء في الإعلان سوف يسألون عن السلعة وفي هذه الحالة لن يجد التجار مناصاً من أن يذهبوا إلى منتجي السلعة يطلبونها للعرض في محلاتهم لتلبية لرغبة المستهلكين. ويهدف رجال التسويق بما ينفقونه على الإعلان إلى تنشيط المبيعات على السلع عن طريق استخدام وسائل الإعلام المختلفة العامة والتي تشمل الصحف والمجلات والتلفزيون والإذاعة والإعلان البريدي والإعلان السينمائي وإعلان عن طريق وسائل النقل ولوحات العرض.

(٤) التجميع:

هي أحد الخطوات الأولى في تسويق المحاصيل الزراعية وتعني وضع السلع المشابهة بعضها مع البعض الآخر أو التي من نوع واحد ليتيسر عمل شحنات كبيرة منها للنقل والبيع، وترجع أهمية هذه الوظيفة إلى إمكانية تقليل تكاليف النقل حيث تتوفر المنتجات بكميات كبيرة مما يقلل من تكاليف نقل الوحدة.

(٥) الفرز والتدريج والمماثلة:

التدريج: هو مطابقة صفات السلعة لمواصفات معينة لتقرير رتبها أو درجتها والتي تبني على أساس الحجم واللون والمظهر والمحتويات الكيميائية والمتانة والشكل و صفات أخرى.

أما المماثلة: فتعني الانتظام والتماثل أي أن الزروع المنتجة التي يتم بواسطتها فصل المنتجات ذات الدرجات والرتب المختلفة واستبعاد التالف وغير الصالح للاستهلاك من المنتجات.

أما الفرز: فيقصد بها العمليات التي يتم بواسطتها فصل المنتجات ذات الدرجات أو الرتب المختلفة واستبعاد التالف وغير الصالح للاستهلاك من المنتجات.

(٦) التعبئة:

هي ربط وحزم السلع لنقلها أو تخزينها وتختلف طرق التعبئة حسب طبيعة السلعة فالسوائل توضع في براميل أو زجاجيات أو علب صفيح والسلع ذات الأحجام الكبيرة كالقطن تحزم بشكل بالات والحبوب توضع فب أجولة أما سلع الفاكهة والخضروات فيستعمل في تعبئتها وسائل عديدة تختلف من دولة إلى أخرى ومن منطقة إلى أخرى تبعا لمواد اللازمة لصناعة العبوة وكذلك تبعا لطبيعة السلعة على أنه يمكن القول أن من أهم هذه الوسائل هي:

- أ السلال: وتستخدم لتعبئة الفراولة والمانجو.
 - ب الصناديق الخشبية: وتستخدم لتعبئة التفاح والخوخ والكمثرى والمواالح.
 - ج صناديق الكرتون: وتستخدم لتعبئة التفاح والمواالح والبطاطس والموز.
 - د الأجولة: وتستخدم لتعبئة البصل والثوم.
 - ه صناديق البلاستيك: وتستخدم لتعبئة الطماطم.
- وتعتبر التعبئة من الخدمات التسويقية الهامة حيث تسهل نقل السلعة وتخزينها والمحافظة عليها من التلف.

(٧) النقل:

يعتبر النقل من الوسائل التسويقية التي تعمل على إضافة المنفعة المكانية على السلعة عن طريق نقلها إلى الأسواق التي تطلبها والنقل داخل المزرعة أو المصنع جزء من الإنتاج إلا أن نقل المواد الخام إلى المزرعة أو المصنع ونقل المنتجات المصنوعة إلى المستهلك جزء من التسويق.

ويعتبر النقل من الخدمات الضرورية للمحاصيل الزراعية وخصوصا سريعة التلف منها إضافة إلى ذلك يهدف النقل إلى توسيع نطاق توزيع السلعة عن طريق إيصالها إلى العديد من الأسواق ويتم نقل السلع بأن يقوم المنتج بنقل السلع والمحصول الزراعي بنفسه عن طريق وسائل النقل المختلفة أو أن يكلف مندوبا عنه يقوم بنقل السلع وتوصيلها إلى أماكن الطلب.

وهذا ويعتبر النقل بالغ الأهمية أيضا لأنه يمثل جزءا كبيرا من التكاليف التسويقية . حيث تتوقف نسبة ما يحصل عليه المنتج من السعر الذي يدفعه المستهلك على المسافة بينه وبين مركز استهلاك سلعته. ويتم نقل السلع والمنتجات الزراعية عن طريق سكك الحديد أو النقل بالسيارات أو النقل بالطائرات وقد أصبح للنقل بالطائرات المكان البارز

بين طرق النقل وينتظره مستقبل باهر حيث يرى كثير من الإقتصاديين أن المستقبل سيكون للنقل بالطائرات توفيراً لمصاريف الثلاجات ونقل المواد سريعة التلف بأسرع وقت ممكن.

(٨) التخزين:

هو عملية يقصد بها إضافة منفعة زمانية إلى السلعة وذلك يحفظ السلعة بحالة جيدة بعد إنتاجها إلى أن يحين وقت إستهلاكها.

وهناك دوافع تعطي للتخزين أهمية قصوى من أهمها:

١. الخوف من التغيرات الطبيعية والكيميائية التي يمكن أن تعيب السلعة وخاصة بالنسبة للسلع الزراعية.

٢. مواجهة الظروف الاستثنائية غير الملائمة.

٣. تحقيق التوازن بين العرض والطلب وذلك يحدث في حالة الإنتاج الموسمي والإستهلاك المستمر أو في حالة الإنتاج المستمر والإستهلاك الموسمي.

٤. التخزين للاحتياجات النقلية فكثير ما يجري تخزين السلع في منطقة الشحن حتى تتجمع كميات كافية منها تكفل نقلها بطريقة إقتصادية.

٥. تغيير وتحسين مواصفات السلع فمثلاً يحتاج الموز لعمليات تسوية عن طريق تخزينه في درجة حرارة معينة.

٦. التخزين لأغراض المضاربة.

وهناك عدة أساليب للتخزين أهمها:

(١) التخزين في الهواء الطلق كما في حالة القطن.

(٢) التخزين في مظلات كما في حالة الأخشاب والحبوب.

(٣) التخزين في مخازن مسقوفة ومهواة كما في حالة السلع المحفوظة في علب.

(٤) التخزين تحت درجات حرارة منخفضة لا تصل التجمد كما في حالة الطماطم وأنواع الخضر الورقية والمواالح.

(٥) التخزين في درجات التجمد كما في حالة اللحوم والدواجن أو البسلة أو الفاصولياء أو الأسماك.

(٦) التخزين في درجة حرارة محددة ومعتدلة عند تخزين البطاطس.

(٩) التمويل:

يقصد بالتمويل تأمين المال اللازم للقيام بالوظائف التسويقية المختلفة أثناء إنتقال المنتجات الزراعية من المنجين إلى المستهلكين ويمكن تقسيم التمويل إلى قسمين رئيسين:

أ الائتمان وهذا يعني تأجيل استلام القيمة للمشتريات لفترة محدودة بعد إجراء عملية الشراء.

ب التسليف (الإقراض) ويعني منح القروض قصيرة الأجل أو متوسطة الأجل أو طويلة الأجل وذلك لتمويل الخدمات . والعمليات الاقتصادية.

(١٠) التصنيع:

يقصد به إضافة منفعة شكية إلى السلعة حيث يتم تحويلها من حالتها الأولية إلى صورة أكثر قابلية إلى الإستهلاك أو الحفظ أو النقل وتتضمن هذه الوظيفة التسويقية جميع العمليات المؤدية إلى تغيير أساسي في شكل المنتجات الزراعية مثل تحويل الطماطم إلى صلصة أو تحويل القمح إلى خبز.

طبيعة المنتجات الزراعية وتأثيرها على عملية التسويق الزراعي:
للمنتجات الزراعية ظروف خاصة بها تميزها عن المنتجات والسلع الأخرى وهذه المميزات تؤثر في طبيعة تسويقها ونلخص فيما يلي أهم المميزات:

أ_ وجود عدد كبير من الوسطاء الذين يعملون بين المنتج والمستهلك:
يتميز الإنتاج الزراعي بوجود عدد كبير من المنتجين كما نجد العديد من المنتجات الزراعية التي لا تنتج إلا في مناطق معينة ومناخية أخرى نجد أن معظم المستهلكين يعيشون في المدن بعيدا عن مركز الإنتاج الزراعي بينما نجد المصانع التي تعمل على تصنيع المواد الأولية الزراعية في أماكن قد تكون بعيدة عن مراكز الإنتاج ومن هنا تظهر أهمية وجود عدد كبير من الوسطاء الذين يعملون بين المنتج الزراعي والمصنع والمستهلك وذلك لإنجاز العمليات التسويقية كافة والتي لا يستطيع المنتج الزراعي القيام بها ونقلها من مراكز إنتاجها إلى مراكز توزيعها.

ب_ تخزين الإنتاج الزراعي:

يتأثر التسويق الزراعي بموسمية الإنتاج حيث أن لمعظم الحاصلات الزراعية مواسم إنتاج معينة لهذا فإن المنتج الزراعي يعمل على بيع إنتاجه فور الإنتهاء من الإنتاج بينما يقوم المستهلك بشراء ما يحتاج إليه على دفعات وتتطلب هذه الحالة إيجاد توازن بين العرض والطلب الذي يتم عن طريق التخزين.

ج_ القيام بعمليات الفرز والتدريج:

لا يعرف الإنتاج الزراعي النمط الموجود في الصناعة فبالنسبة للسلعة الزراعية الواحدة فهناك اختلافات كبيرة ناتجة عن اختلاف التربة والمناخ

بالإضافة إلى اختلاف طبيعة وسائل الإنتاج مما يتطلب الأمر القيام بعمليات الفرز والتدريج التي يتم على أساسها تصنيف المنتجات الزراعية.

د- اختيار طريقة النقل السريعة:

نظرا لقابلية العديد من المنتجات الزراعية للتلف فإنه يتحتم تعبئتها ونقلها بعناية كما يتطلب الأمر اختيار طريقة النقل السريعة للمنتجات سريعة التلف أو العمل على توفير وسائل التبريد لكي يتم نقلها إلى الأسواق البعيدة.

هـ- ثبات دورة الإنتاج الزراعي:

إن دورة الإنتاج الزراعي ثابتة لا يمكن للمنتج أن يتحكم بها ولا يمكنه التحول مباشرة من إنتاج محصول ما إلى إنتاج محصول آخر نظرا لانخفاض مفاجئ في سعر المحصول الأول أو ارتفاع كبير في سعر المحصول الثاني. ولهذا نجد من غير الممكن تعديل الإنتاج الزراعي ليتناسب مع أسعار المنتجات الزراعية كما هو في الصناعة حيث يمكن زيادة الإنتاج أو تقليصه حسب الظروف السائدة في السوق وعليه فإن العديد من الحكومات في العالم تتدخل في الحالات التي يتعرض فيها المنتج الزراعي لخسائر كبيرة نتيجة لتقلبات الأسعار أو رداءة المواسم الزراعية.

و- عدم التحكم بالعوامل المحيطة:

تؤثر العوامل الطبيعية كارتفاع أو انخفاض غير متوقع في درجات الحرارة أو هطول الأمطار أو إصابة الإنتاج بأفات زراعية على التحكم في كميات الإنتاج نتيجة لأثر العوامل الطبيعية يجعل من الصعب رسم سياسة وخطط ثابتة لتسويق المنتجات الزراعية .

ز- ارتفاع تكاليف التخزين والنقل:

تتميز معظم الحاصلات الزراعية بكبر حجمها أو وزنها بالنسبة للسعر مما يؤدي إلى ارتفاع تكاليف النقل والتخزين مما يؤدي ولاشك أن كبر حجم المواد الزراعية الولية من العوامل التي تؤدي ببعض المصانع التي تستخدم مثل هذه المواد إلى إختيار مواقعها بالقرب من مراكز الإنتاج لتقليل من نفقات التخزين والنقل.

التدريج والمماثلة

التنوع والزيادة والانتشار الواسع في الإنتاج جعل عرض المنتجات والمحاصيل واسعاً ، إلا أن هناك العديد من المزايا التي يمكن من خلالها التفرقة بين محصول وآخر ، وهذا ما يتطلب أن توضع الأسس والمعايير التي يتم الاستناد عليها في التفرقة والتفضيل بين محصول وآخر ، لذلك ظهر التدريج ومن ثم المماثلة للمنتجات والمحاصيل ووفق معايير عدت من جهات متخصصة خدمة لكافة الأطراف المساهمة .

وفي هذا الفصل سيتم دراسة الموضوع وفق المحاور الآتية :

- أهمية المعايرة (التقييس) .
- النوعية (الجودة) .
- مزايا المعايرة .
- التدريج .
- هدف المعاير المثالية .
- المشكلات المقترنة بالمعايير الزراعية .
- خلاصة .

يعد نشاطا المماثلة (التقييس) Standardization والتدريج Grading للمحاصيل ، والمنتجات المختلفة من الأنشطة المساعدة (التسهيلية) ، وذلك عن طريق تبسيط إجراء انتقال المواد والمنتجات من خلال القنوات التسويقية ، وبالتالي ما ينعكس أثره في التقليل من الكلفة ، فالمماثلة عدت الوسيلة الفاعلة في القياس ، بينما التدريج بات ظاهرة لا تخلو منها أية محاصيل يتم تسويقها .

في التسويق الزراعي هناك نوعان من المقاييس يتم الاعتماد عليها وهما : المقياس المستند على الأوزان والقياس (الأبعاد) والآخر الذي يعتمد على النوعية ، فالتدريج يشير إلى تفريق (وأصل sorting) المنتجات إلى العديد من المجموعات (التي يشار إليها بالدرجات) التي يتم إعدادها بهيئاتها وفق مقياس النوعية (الجودة) مثال ذلك المقاييس توضع للعديد من أصناف القمح ، وعندما يتم تدريج القمح عند ذلك فإنها تصنف وفق هذه المعايير المختلفة. إن التوسع الحاصل في الإنتاج المزرعي بشتى صوره ، وتنوع المحصولات واختلافها في أشكالها ونوعياتها مع احتمال وجود الشوائب والأضرار والفاقد والعديد من الظواهر الأخرى جعل الاستعانة بمقاييس أعدت لهذا الغرض أساسا التي عليها يتم الاعتماد في تدريج المنتجات ، وبالتالي فقد باتت المقاييس هذه الأساس الأخلاقي في المعاملات السوقية .

أهمية المعايير (التقييس)

أهمية التقييس واستخدام المقاييس نالت الاهتمام على نطاق دولي ، وظهرت العديد من المنظمات العالمية والقطرية التي شرعت بإصدار التفاصيل عن العديد من المواد والمنتجات ، حتى يمكن أن يستدل بها على شكل مواصفات Specifications (ISO) ، وهذه المواصفات ما هي الا وصف للجودة المطلوبة والمتوقعة ، (1) ولعل أشهر المنظمات العالمية في هذا المجال المنظمة الدولية للمواصفات والمقاييس International Organization for Standardization وهذه المنظمة أسست عام 1946 ومقرها جنيف في سويسرا وباتت قراراتها مقبولة في كل دول العالم . وبدون وجود المقاييس (المعايير) فإن التسويق بمفهومه الحديث لا يمكن أن تؤدي أنشطته وبخاصة التبادلية منها ، وقد سببت اختلاف المعايير القياسية والأوزان مشكلات جمة وبخاصة على نطاق التبادل الدولي ، عندما نشطت التجارة وباتت السلع تنتقل دوليا بسرعة بعد الحرب العالمية الثانية ، وبات على الدول هذه أن تستخدم معايير موحدة ، فقد واجهت هذه المشكلة دولاً مثل بريطانيا ، وباستخدامها للأوزان والأطوال ، كاستخدام الباون والكيلو غرام والميل والكيلومتر وغيرها من الأوزان والمقاييس الأخرى ما جعل بريطانيا تتخذ إجراء في السبعينات كي تتحول فيه من النظام السائد إلى النظام العالمي ، وذلك للمشكلات التي حصلت وتحصل في الأوزان والأطوال والقياسات وما يتطلب ذلك من معادلة كل حالة بما يوافقها ، وهذا ما أثر بوضوح على طبيعة وحجم التبادل دولياً . إن الظواهر والشواهد الكثيرة في المقاييس والأوزان من الصعب التمييز بينها أو إعطاء معيار واحد لأجمعها على الرغم من أن المسميات واحدة ، فالكالون الكندي مثلاً يزيد عن الكالون الأمريكي بمقدار الخمس ، وهذا ما يجعل الارتباك في الشراء والبيع ودفع أسعار المواد المشتراة صعبة نسبياً ، إذ يفترض تعديل كل ذلك قبل الشراء واتخاذ القرار المناسب .

والعديد من المنتجات والمحاصيل قد توضع في سلال أو حاويات صغيرة أو أية وسائل حفظ أخرى ما يجعل المستهلك أو المشتري في موقف يصعب فيه تقدير الكمية الفعلية أو إن الأوزان واحدة على الرغم من اختلاف الأحجام ، وهذا ما يتطلب على العيوات الزجاجية والبلاستيكية إذ أن معيار الحجم قد يكون غير واضح عند المشتري وإن العديد من حالات الطول والعرض لا توحى إلى السعة الفعلية ، إذ أن تصميم وشكل الغلاف يكون عاملاً فاعلاً في تمويه الصورة لدى المشتري . (٢)

ويظهر هنا مفهوم المعايير Standard التي يقصد بها عملية تحديد الخواص الوصفية ، أي مواصفات المعيار (النموذج) ، ذلك أن الخواص الوصفية المستخدمة في المعايير تختلف باختلاف المادة الواحدة التي تتضمن الحجم والوزن والشكل واللون والطعم والنكهة والطول والقصر والمثانة والكثافة ودرجة النضج والصلابة واللينة وغير ذلك من الاعتبارات الأخرى . (٣)

النوعية (الجودة)

Quality

النوعية أو ما يطلق عليها الجودة أيضاً تسهم إسهاماً واضحاً في عمليات البيع والشراء ، وبالتالي تحقيق عملية التبادل الفعلي ، وهذا المفهوم يغطي جوانب عديدة ، فقد عرفت النوعية quality بكونها مجموعة المواصفات specifications والخصائص Characteristics لمنتج أو خدمة التي تولد القدرة الإشتباع الحاجة المعلنة أو الضمنية " ، وورد أيضاً " خصائص المنتج أو الخدمة المصممة لتلبي احتياجات معينة تبعا لشروط محددة .

والنوعية هي الأخرى تباين في درجاتها على نحو واضح ، مما حدا بالمنتجين إلى تفريقها إلى مجاميع متجانسة مما يجعل كل من يتولى نقل المواد والمحاصيل والصناعي والمستهلك من الحصول على سلعة معينة تتناسب احتياجات كل منهم .

عند هذه النقطة فإن من المهم تفهم العلاقة القائمة بين المعايير النوعية والتنوع الذي يحدث في إنتاج مواد خاضعة للتدرج أي بدرجات متفاوتة ، ومن وجهة نظر المنظمة الواحدة فإن إنتاجها المتنوع والخاضع للتدرج يمثل درجة عالية من الحالة القياسية (المعيارية) أي أن ما ينتج هو بمفاهيم قياسية ، والمتاجرة القائمة المنتج قياسي وبدرجات تعني أن كل وحدة من هذه الوحدات هي مشابهة لمثيلاتها ومن كل الاعتبارات الموضوعية ، والسيطرة النوعية ورفض المنتجات التي لا توافق المواصفات يجب أن يكون دقيقاً ومحكماً .

ومن وجهة نظر العديد من المنظمات في السوق ، فإن التنوع الواسع والتدرج ما هما إلا شيان معاكسا للتقييس ، وبدلاً من الانتشار الواسع الموحد الشكل خلال مناطق السوق ، فإن هناك تكاثراً واضحاً في مجموعات السلع التي تختلف بعضها عن البعض الآخر في بعض الدرجات .

والسؤال الآن : ما هو الشيء الذي يحدد النوعية ؟ وهي أن كل مستهلك أو مستخدم للمادة أو المحصول له معايير مختلفة حول النوعية ؟ أم أن هناك درجة عالية من التشابه الرغبات والخاجات بين المستخدمين المنتج ؟ وإذا كان الافتراض الأول هو الصحيح فعند ذلك فإن التوسع والانتشار في التنوع هو الوحيد الذي يمثل الطريقة في مطابقة المنتجات مع الرغبات . وإذا كان الثاني هو الصحيح ، فعند ذلك فإن بعض التنوع للمنتجات ما هو الا طريقة واحدة في تكوين الارتباك عند المستخدمين .

إنها في منطقة فرز النوعية ذلك بأن المشكلات الكبيرة للتقييس للمنتجات الزراعية ستظهر . ما هي المعايير للعديد من درجات النوعية ؟ كم عدد الدرجات التي يجب توافرها ؟ وهل أن المعايير أو المقاييس إجبارية أم اختيارية ؟ كيف أن المتطلبات الشكلية تفسر وتكون مقبولة مع المماثلات (المقاييس) للتدريج من منطقة لأخرى أو من درجة الأخرى ؟ ما هي المصطلحات الفنية Terminology الواجب استخدامها ؟ وهل أن المعايير يجب أن تكون إجبارية أم اختيارية ؟

مزايا المعايير (التقييس)

المنتجات والمحاصيل الحيوانية والزراعية إذا ما تم إعدادها وفق مقاييس صحيحة ومعبرة فإن ذلك سيحقق من خلاله العديد من المزايا ، ومن ذلك :

1. تعطي دعماً للأسعار المعروضة :

عندما تعرض المنتجات والمحاصيل للبيع فإن ذلك سيقرن بالأسعار ، وطالما أن عرض هذه المنتجات وفق معيار التقييس ، أي الربط بين القياس والسعر فإن ذلك سيمكن من تنفيذ عملية البيع والشراء وفق ما هو معروض من أسعار وبسهولة ، لأن المشتري يضع المقاييس كدليل بسيط من خلاله عملية الشراء

2. تمكن من بيع المنتجات وفق منهج العينات :

العينات المختارة من أي محصول أو منتج خاضع للتقييس يمكن أن تمثل المواد ككل ، ولهذا فإنه قد يكفي بأخذ عينة من المعروض الذي يفترض أن يكون ممثلاً في صفاته ، الذي بدوره سيسهل من عملية الشراء ، إذ إن العينة وبوحداتها القليلة والمحدودة ستعطي فكرة واضحة عن المواد ككل .

كما أن العينات يسهل نقلها من مكان لآخر ، وستتيح الفرصة أمام الجهة المستفيدة وبعد فحص العينة من اتخاذ قرار لشراء المواد أو عدم الرغبة بها ، بدلاً من شراء كميات كبيرة ومن ثم رفضها أو عدم قبولها .

3-تمكن المراكز من عملية التجميع السريع للمحاصيل وخلطها والتعامل معها بسهولة :

بدون وجود نظام للتدريج فإن محصول الفلاح سوف يبقى في القناة التسويقية ، ولكن وبوجود نظام فاعل للتدريج فإن القمح مثلاً يمكن أن يدرج وقيمتة تظهر حالاً وذلك بالإشارة إلى عروض الأسعار لدرجات معينة ، عند ذلك يمكن أن تتجمع العديد من كميات القمح ومن مختلف الفلاحين في مركز السوق ، ومن ثم التعامل معها بسهولة .

4. التدريج يسهل من التحويل والمخاطر الظاهرة في تسويق المحاصيل والمنتجات .

من السهل الحصول على القروض إذا كانت المنتجات والمحاصيل مدرجة ، بسبب أنه من الممكن ضمان التقديرات الدقيقة والمعقولة لقيم المواد المطروحة . ووكالات التحويل غالباً ما تستفيد من المعدل العالي للقيم الموازية collateral value للمنتجات والمحاصيل المدرجة للسبب ذاته ، كما أنها تتيح العديد من الطرق للبيع والتسليم المستقبلي . سنلاحظ لاحقاً أن التقييس المناسب يكون ضرورياً للتجارة في العقود المستقبلية في منظمات التبادل .

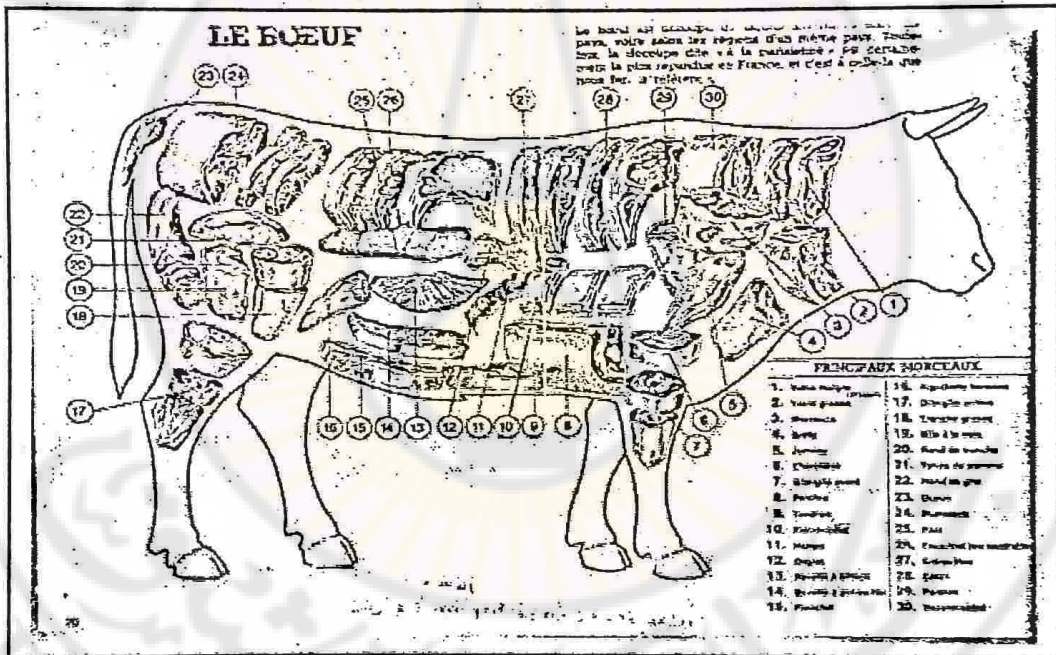
5-التقليل من تكاليف النقل النسبية :

يرى القائمون على عمليتي النقل والتخزين أن ظاهرة الأضرار المتوقعة في المواد والمحاصيل المنقولة والمخزنة يمكن الحد منها بدرجة كبيرة من خلال استخدام التقييس والفرز ، إذا إنها ربما تقلل من مخاطر التلف والفساد بسبب أن النوعيات الرديئة من المنتجات يمكن فرزها جانباً وإمكانية استخدامها بسرعة ذلك أن المحاصيل والمنتجات الجيدة والغالية الثمن يتم نقلها وبيعها في أسواق بعيدة بينما الرديئة والزهيدة الثمن هي التي تباع محلياً .

6-تمكين من زيادة الطلب على بعض المنتجات

من المحتمل أن يكون المستهلكون في موقف لا يشتررون المحاصيل والمنتجات بدون أن تكون خاضعة للنوعية أو تلك التي تحقق لديهم الشك وعدم التعيين ، فالتدريج سيستبعد حالات الشك ، فإذا كان التدريج مناسباً فإن ذلك سيمكن المستهلكين من الحصول على نوعيات معينة من المحاصيل التي يرغبون فيها وسيدفعهم إلى شراء المزيد .

وزيادة الطلب تفرن بالتعرف الدقيق على خصائص المنتجات المعروضة وكيفية تهيئتها على نحو فاعل للمستهلك ، الحوم الأبقار والعجول مثلاً يتم تقطيعها بطريقة علمية خاضعة للمعايير الصحيحة في كيفية جعل القطعة الواحدة مناسبة للاستهلاك لكونها تضم معدلاً معيناً من اللحم والعظم على حد سواء ، فحوم الأبقار تصنف إلى 30 صنفاً ، وكل صنف وفق معنى معين كما في السوق الفرنسية (لاحظ الصورة 1-14) .



الشكل 1-14 : تصنيف لحوم الأبقار في باريس .

وإذا ما كان الترويج والإعلان ناجحين في الاستخدام فإن التقييس للمنتجات والمحاصيل بعد ضروريا .

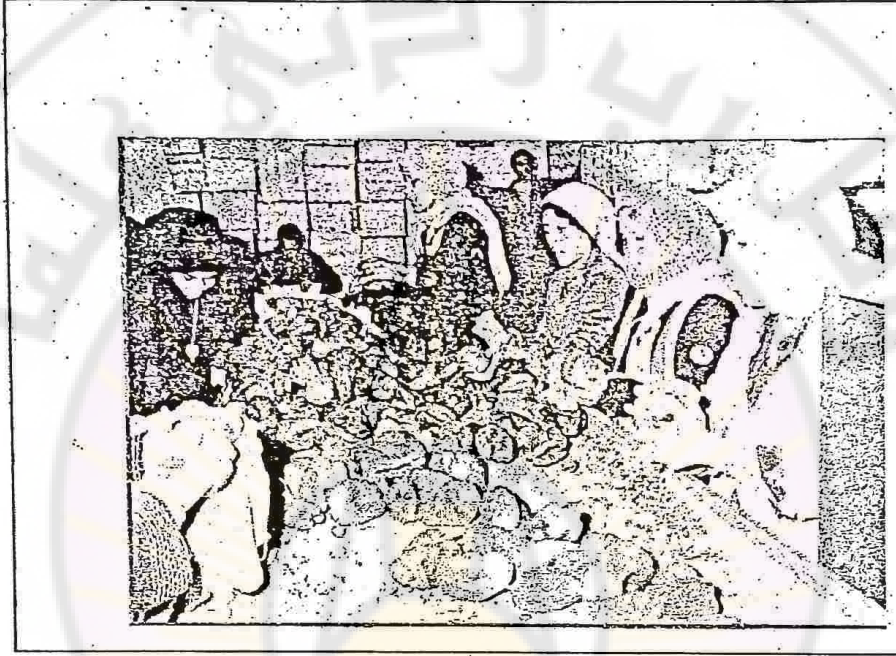
7. يسهم في المحافظة على المنافسة الفاعلة

البائعون الصغار من السهولة أن يبيعوا إلى المشتريين الكبار ، فإذا كان القليل من التقييس هو القائم فإن المشتريين الكبار لا يرغبون بذلك لكونهم يحتاجون عروضاً منتظمة ومحدودة ، ولكن في حالة سعة التقييس فإن الفلاح بإمكانه من الحصول على ما يحتاجه من العديد من المصادر .

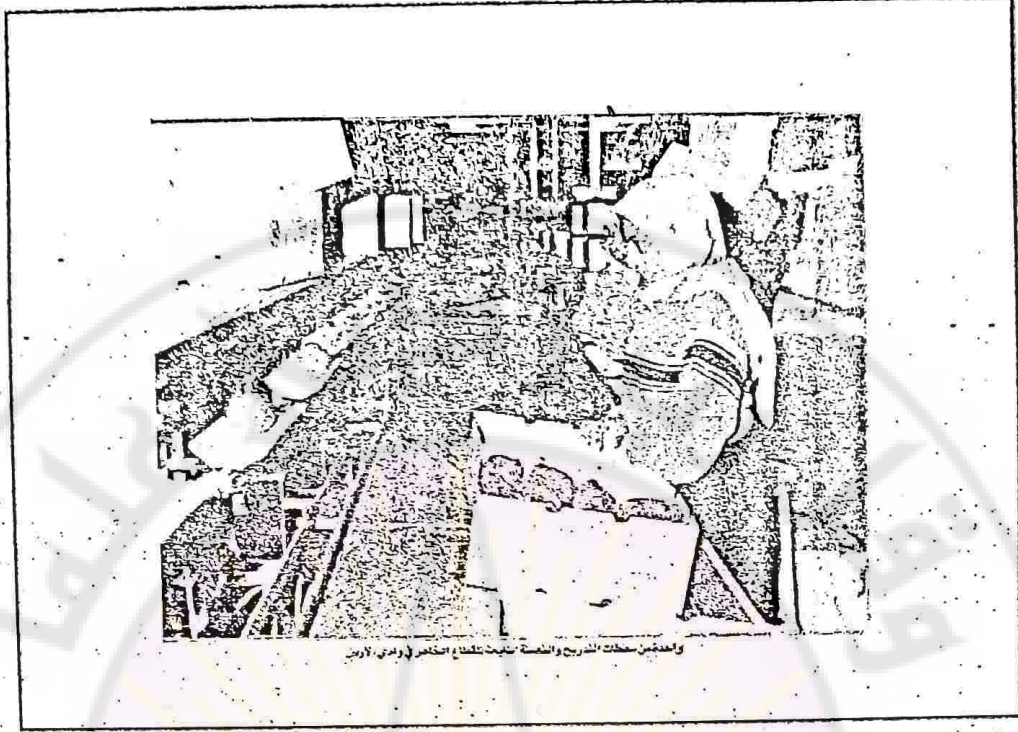
التدريج Grading

يقصد بالتدريج عملية فرز كمية من سلعة أو محصول معين إلى مجموعات متجانسة الوحدات في كل مجموعة التي تتفق في خواصها الوصفية أي مواصفاتها كما أنها تتفق في الوقت ذاته مع مواصفات معيار معين سبق تحديده في عملية المعايرة ، ويجري عادة تدريج المواد والمحاصيل عن طريق فحصها آلياً أو يدوياً أو كليهما معاً أو باستخدام التحليل الكيميائي أو بالأشعة أو بالقياس أو أية وسائل أخرى يمكن أن تعطي دلالات واضحة ومميزة.

(4) والشكل ٢-١٤ يبين بعض الأساليب اليدوية في التدريج للمحاصيل ، أما الشكل 3-14 ، فيبين التدريج باستخدام الآلات .



الشكل ٢-١٤: التدريج اليدوي



الشكل ١٤-٣: التدرج الآلي

الهدف من التدرج

الهدف من التدرج على الرغم من أن التدرج ظهر أساسا كوسيلة لتسهيل عملية التبادل بين السلع المقدمة والمطروحة في السوق من قبل البائع والمطروحة في المراكز التجارية للمدينة ، فإن التدرج يقدم العديد من الأنشطة المفيدة ، ومن ذلك.

١. تصنيف السلع وفق معيار الاستخدام :

التدرج يستخدم لتصنيف المواد والمحاصيل وفق اعتبار الاستخدام ، مستبعدة بذلك أي ضياع يمكن أن يحدث ، وبشكل عام ، تسهيل العملية التسويقية يجعلها ممكنة للمشتريين من الحصول على المنتجات والسلع بسهولة التي تتمتع بمواصفات ومتطلبات معينة .

٢. موافقة حاجات المستهلكين بعامة :

فإن المستهلكين ليسوا سواء في رغباتهم وحاجاتهم ، وليست دخولهم متساوية ، ومقدرتهم على الإنفاق هي الأخرى متباينة كذلك . ولكن عن طريق تفريق المنتجات إلى نوعيات عديدة ، فإن ذلك سيكون ممكنا في إيجاد وظهر سوق دائمة لهم وتدر أسعارا جيدة التي في الوقت ذاته تجعل من الممكن أن تطرح المنتجات بنوعيات محدودة إلى أفراد وبما يتناسب ومقدرتهم الشرائية .

٣. المقارنة في الأسعار :

التدرج يسهم في تسهيل عملية المقارنة في السعر بين الأسواق وفي تقارير أخبار السوق ومن خلال ذلك يزود البائعون والمشترون بأحسن المعلومات وأكثرها أهمية التي على أساسها يتم اتخاذ قراراتهم .

٤. التقليل من الكلفة

و يسهم في تقليل الكلفة المخزنية عن طريق تسويق ، و نقل ، وتخزين السلع المرغوبة فعلا التي لها قيمة معينة من خلال التدرج ، وفي الوقت ذاته استبعاد أية كميات أو سلع لا تخضع للتدرج الصحيح ، وبالتالي فإن النقل والتخزين يكون مخصصا لسلع ومنتجات معينة .

5. التقليل من المخاطر

التشريع المناسب والإدارة الشاملة للتدرج من شأنه أن يقلل من مخاطر الخداع وممارساتها في السوق ، وأن غياب التعامل في سلع لا تستند على التدرج وأن كانت بنوعية عالية من شأنها أن تؤدي إلى مخاطر ناشئة عن سوء التقدير في عدم إعطاء المنتجات حقها من خلال التدرج . كما أن التدرج إذا ما رافق المنتجات والمحاصيل فإن ذلك سيزيد من الثقة في التعامل ، وبخاصة عند فقدان المنتجات أو تلفها أو عرقها ، فإن من السهولة تقديرها ضمن مفاهيم التدرج ومعاييرها ، ما دامت هذه المعايير صادرة من جهة موثوقة .

6- بحوث ومعلومات السوق

تواجد التدرج يمكن من جعل بحوث السوق والتقارير السوقية واضحة المعالم وإعطاء معنى لهذه التقارير أو الأبحاث على ضوء الأرقام والحقائق المستقاة من التدرج .

تحديد المقاييس

هدف المعايير المثالية

الهدف الأساس من التقييم المثالي هو المساعدة المستهلك على إشعار المنتج بما يراه أو يعتقد أنه منتج أو محصوله ، والمعايير المثالية تنشئ سلسلة من المعلومات بين المستهلك والمنتج . وتدرج المنتجات والمحاصيل الزراعية من جهة ثانية ما هي إلا طريقة لتتبع المنتجات لمجابهة العديد من رغبات المستهلكين وحاجاتهم ، وبخاصة وأن المستهلكين يتصفون بتمتعهم بمدى واسع من الدخول والتفضيلات ، ومع إمكانية الدفع الأعلى للنوعية العالية ، وآخرون يمكن أن يتجهوا نحو النوعيات المنخفضة وبالأسعار المنخفضة أيضا ، فنظام التدرج يحاول تتبع المنتج بطرق ما التي من خلالها فإن العديد من المستهلكين يكونون مقيدون بكل ما أمكن دفعه ، أو من وجهة نظر المستهلكين ، فإن نظام التدرج يساعد المستهلك في الحصول على سلعة معينة يرغب فيها . وأفضل نظام للتدرج هو الذي يمكن من خلاله تحريك كمية كبيرة من المواد إلى الاستهلاك وضمان الأسعار المناسبة لتلك الكميات .

والهدف من التدرج أنه لا يقتصر على ضمان النوعية العالية فحسب وإنما لإزالة حالة التباين في النوعية . ان المشكلة الأساسية في إيجاد معايير معينة ومعروفة للتدرج هي تحديد الاختلافات في المنتجات التي تبدو مهمة للمستخدمين وعندها ابتكار طريقة أو طرق للقياس الفاعل في التعرف على هذا الاختلاف في المنتجات ، وقد تبدو هذه مهمة سهلة لكنها في الواقع صعبة جدا ، وقد اقترح أحد الكتاب وجود ثلاثة أنواع من النوعيات المختلفة وهي : (5)

1. الاختلافات النوعية العمودية التي يقصد بها أن هنالك اختلافات في كلف الإنتاج ، أي أنها تكلف أكثر من إنتاج نوعية واحدة من المادة أو المحصول من الأخرى ، مثال ذلك : إنتاج بيض بنوعية عالية يتطلب المزيد من العناية الغذائية للحيوان ، ومعدات تبريد وتدفئة ، وغير ذلك من الأمور الأخرى التي تقترن بالكلف .
2. الاختلافات النوعية الأفقية ويقصد بها أنه ليس هناك اختلاف في كلف الإنتاج ، ولكن هناك اختلافات شخصية أو موضوعية في العملية هذه ، مثال ذلك : المستهلكون في منطقة ما يفضلون البيض ذا القشرة الحمراء اللون عن البيضاء اللون .
3. الاختلافات النوعية المبتكرة وبعد الاختلاف من خلالها تحسينها ، والإحالات الجديدة محل القديمة ، أي أن ستحل الجديد القديم على سبيل المثال البيض الذي يضم بقع الدم يكون مرفوضاً بقوة من قبل الموزعين في لقناة التسويقية

معايير التقييس الجيد

- لابتكار نظام متكامل للتقييس في التسويق الزراعي مسألة صعبة جداً تلك أن كل محصول أو منتج له مشكلات خاصة التي تتبع من خصائصه وصفاته ، وعليه فلا يمكن وضع معايير يمكن أن تصلح لكل المنتجات والمحاصيل ، ومع كل هذا فإن النقاط الآتية قد تلتقي مع العديد من المنتجات والمحاصيل الحيوانية والزراعية إلى حد ما ، وهي :
1. المعايير يجب اعدادها وفق اعتبار صفات المستخدمين المهمة ، وهذه الصفات من السهل إدراكها ، فالترديج يجب أن يوجه نحو رأي المستخدم وفق مفهوم القيمة وليس وفق الاعتبارات الفنية . (الاختصاصات الفنية)
 2. المقاييس من المفروض أن يتم وضعها حول تلك العوامل التي تكون دقيقة ومنظمة القياس ويمكن تفسيرها وتبليها ، فإذا كان القسم الأكبر من القياس يستند على القياس الموضوعية ، فإن المتطلبات الشكلية uniform عن طريق العديد من الدرجات أو عند العديد من النقاط المختلفة سوف تكون صعبة جداً ، والتغيرات النوعية الزائدة في التدرج يقلل من فائدة التدرج ذاته .
 3. المقاييس التي تستخدم هذه العوامل والمصطلحات Terminology سوف تجعل من التدرج أن يكون له العديد من المستخدمين للمواد والمحاصيل ما أمكن ، والموقف المثالي هو الذي يكون عنده نفس المصطلح مستخدماً وعند كل المستويات في القناة التسويقية من المنتج إلى المستهلك ، وهذه بالطبع مسألة معقدة عن طريق الحقيقة القائلة (إن العديد من المنتجات لها العديد من الاستخدامات المختلفة) .

المشكلات المقترنة بالمعايير الزراعية

- هناك مشكلات تقترن بالمعايير والمقاييس التي تقترن بطبيعة وخصائص المنتجات والمحاصيل الزراعية ، ومن ذلك :
1. ضعف العلاقة بين السعر والنوعية
انه يبدو من الواضح جداً وللعديد من المحاصيل والمنتجات الزراعية أن هناك علاقة ضعيفة أو قد لا توجد علاقة تذكر بين الأسعار المدفوعة من قبل المستهلكين ودرجة السلعة .
فقد تبذل العديد من الجهود في تقديم محصول بمواصفات معينة ، التي قد تعني الشيء الكثير عند الفلاح أو المنتج الزراعي ، لكنها قد لا ينظر لها بمعيار واقعي من قبل المستهلك ، فهو ليس على استعداد لدفع السعر المقرر ، وهذا ما يحدث عند وضع مقاييس لمحصول التمور واعتبارها وفق درجات عديدة ، كخلوها من النواة واعتبارات الحجم والنظافة مثلاً ، ما يجعل التمور هذه بدرجات متعددة ، وبسعر مرتفع نسبياً ، إلا أن ذلك لا يلقى قبولاً عند المستهلك . وهذا ما ينطبق أيضاً على العديد من الفواكه والخضراوات عند القيام بعمليات التنظيف والتعبئة والتغليف ما يجعلها بدرجة عالية وبسعر أعلى من الاعتيادي ولكن ذلك لا يلقى طلباً معقولاً .
 2. صعوبة تحديد موقف المستهلك
الدراسات بينت أن الأسعار أظهرت علاقة ضعيفة مع النوعية للمنتجات ما يعني أن أمس بعض المقاييس هي بالواقع خاطئة ، فالعديد من المقاييس تم ابتكارها من قبل المتخصصين الفنيين بالغناء . في بعض الأحيان فإن هذه أدت إلى معايير بيئت وليست على وفق رغبات وآراء هؤلاء الأفراد ، ولكن ما هو المهم في تفضيلات المستهلك والمستخدم ؟ هذا السؤال تصعب الإجابة عليه وفق المصطلحات العلمية أو ذات المعنى .
بعض العوامل النوعية ربما تكون محددة وقابلة للقياس ، كالحجم ، أو خلو المادة من التالف والحشرات ، أو معدل الشوائب أو السوس وغير ذلك من الظواهر الأخرى التي يمكن ملاحظتها والتحسس من واقعها .
من جانب آخر فإن عوامل أخرى مهمة ربما تكون موضوعية ومن الصعب قياسها ، مثال ذلك اللون ، الرائحة التركيب والروائح ، فأي من هذه النواحي أكثر أهمية ؟ وكيف يمكن قياس كل من هذه النواحي ؟ وهذا أمر يصعب تحديده ومعرفته بدقة .

3. قياس عوامل التدرج

عند قياس العديد من عوامل التدرج فإن التكونيك المستخدم غالباً ما يكون : حسيّاً ، مادياً ، كيميائياً ، وأخيراً ما يستند على مفهوم علم الجراثيم microbiology . والجوانب الثلاثة الأخيرة غالباً ما تعتمد على طبيعة المادة ولا يمكن الأخذ بها من قبل من لهم التجربة في حقل التدرج . أما الاختبارات الحسية Sensory tests ، على أية حال ، فهي مسألة أخرى مخالفة ، ذلك أنها تعتمد وإلى حد بعيد على أحاسيس الفرد القائم على التدرج من حيث : المنظر ، الذوق ، الشم ، وأخيراً

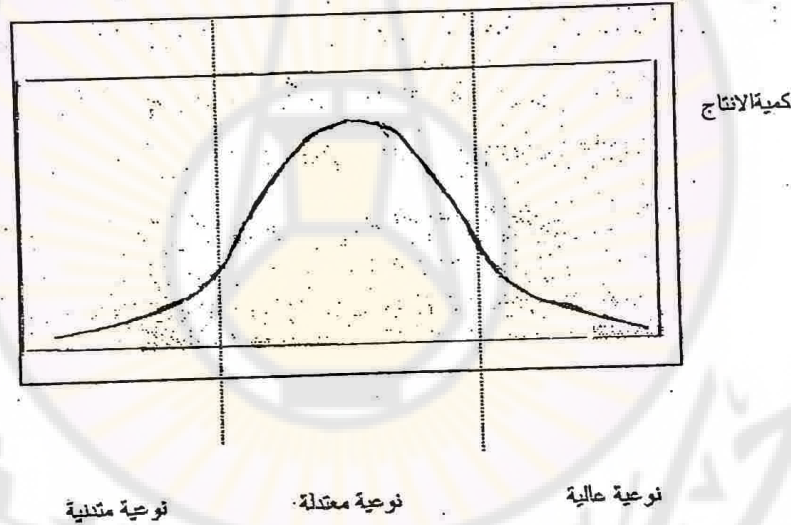
اللمس. المعايير للعديد من المنتجات تبني بسعة على اعتبارات الاختبارات الحسية فالمعايير الخاصة بمنتجات الألبان تعتمد أساساً على حاسة الذوق ، ومعايير اللحوم والعديد من الفواكه والخضراوات يؤخذ اللون كصفة مهمة جداً. في هذه الحالات فإن المعايير الحسية للفرد القائم على التدرج هي في الواقع أهم عامل للحصول على متطلبات شكلية للمادة.

وأحدى المشكلات القائمة في القياس للمنتجات والمحاصيل الزراعية هي التخمين الصحيح للصفات المرغوبة بدون أن يلحق الضرر بالمحصول أو المادة المراد تدرجها، فالبيضة يتم كسرها في المقلاة هي مسألة مهمة للمستهلك ، البيض الآن يجب أن يدرج وفق اعتبار القشرة shell ودرجة الحلاوة للثمرة كالبطيخ التي يرغب بها المستهلك ولكن القائم على التدرج لا يمكنه من قطع جزء من البطيخة الواحدة وتذوقها. أنه المظهر والطراوة للحم هما اللذان يعني بهما المستهلك في السوق عند الشراء، ولكن تحديد هاتين الخاصيتين في الحيوانات الحية وقبل ذبحها من المسائل المستحيلة.

وبشكل عام فإن الطرق الميكانيكية والموضوعية المستخدمة في التدرج هي الأكثر قبولاً في التعامل التجاري، وقد بذلت محاولات عديدة للجمع من الاختبارات الحسية مع الاختبارات الكيميائية والابتكارات الميكانيكية.

٤. بيان حدود التدرج

من المهم بيان الدرجات التي سيتم الأخذ بها، ومن دون شك فإن هذه الناحية عدت من الاعتبارات المهمة بسبب تأثيرها على طبيعة الدفعات لكل درجة من الدرجات المقترحة. وهذه مسألة صعبة جداً في قناعة المستهلك في الدفع مقابل ما هو معروض. من جهة ثانية فإن نوعية المنتجات الزراعية تتباين وفق مديات واسعة، فقد اقترح أن غالبية المنتجات لها نوعية تتوزع بشكل مشابه لمنحنى التوزيع التكرار الطبيعي.



الشكل ١٤-٤: التوزيع الطبيعي للنوعية لمجموعة الإنتاج لمنتج افتراضي.

أحد المعايير التدرجات الجيدة أن هناك ما يكفي للإنتاج الطبيعي المخصص في كل درجة بما يحقق المعنى المطلوب. كم عدد الدرجات الواجب توافرها وما هي حدود الدرجات وهناك منتجات منخفضة جداً في النوعية وأخرى عالية جداً. (٥) الغالبية، على أية حال، تقع بين هذين المجالين.

من جانب آخر فإن نوعية الإنتاج للسلعة يتغير أيضاً من سنة لأخرى، فالمنحنى في الشكل (4-14) ربما يزحف يميناً أو شمالاً، ففي سنة ما قد يتحقق الإنتاج للنوعية العالية بشكل يفوق المنخفضة منها والعكس ذلك. وبعض الشروط تجعل المسألة معقدة جداً في التمسك بمعايير معينة، ومرة ثانية فإن هذه حقيقة واضحة عندما تكون عوامل التدرج تعتمد على معايير موضوعية.

فعلى سبيل المثال إذا كان الناتج من محصول التفاح لسنة ما ضعيف جداً في النوعية، فإن القليل من التفاح ربما يصل إلى أعلى حالات (التدرج القمة)

وهذا التباين في النوعيات يعني أن المنافسة لدرجات معينة سوف تتباين من فترة لأخرى، ووفق بعض الظروف سلعة أو مادة في درجة معينة التي لن تكون السلعة ذاتها حتى ولو كان التدرج ذاته مقارنة مع منتجات أخرى. ٥. الفساد في النوعية

غالبية المنتجات الزراعية تتصف بسرعة تلفها. والواقع أن المواد والمنتجات هي بنوعية معينة عند نقطة ما في القناة التسويقية التي لا تعني النوعية ذاتها عندما تصل المستهلك، فالكثير من المنتجات تفقد من خواصها وشكلها وبما يؤثر على نوعيتها أثناء النقل مثلاً، والسؤال هو أين يجب أن يتم التدرج خلال القناة التسويقية، فإذا كان التدرج لغرض تحقيق الأهداف التي وضع من أجلها في أعلام المنتجين بما يريده المستهلك وبما يعتقد أنه مرغوب، فإن التدرج يجب أن يلجأ عندما يريد الفلاح بيع محصوله، فقط هنا سيعلم ما هي النوعية والكلفة الفعلية لمنتجاته. على أية حال، إذا تأثرت النوعية خلال الإجراءات والعمليات التسويقية، هذه الدرجة لن تبقى دقيقة، عند ذلك، فإن التدرج يجب عمله وقت الحاجة خلال العمليات التسويقية لضمان درجة دقيقة عندما تصل السلعة أو المنتجات المستخدم الأخير.

6. التعليمات الصحية ومعايير النوعية.

في بعض الأحيان هناك ارتباك وعدم وضوح بين المتطلبات الصحية من المأكولات والاعتبارات النوعية، على سبيل المثال، اللحم يدخل في التجارة الداخلية يجب أن يتم فحصه للتأكد من ملامسته للاستهلاك البشري. ومكان التغليف ذاتها يجب أن تكون ملائمة لبعض الاحتياجات الصحية، ولكن بعض الفحوصات لا تظهر شيئاً في تكريج اللحم للنوعية. من جانب آخر، فإن المتطلبات الصحية في بعض الأوقات يتم كتابتها في معايير التدرج، معايير نوعية الحليب هي حالة مهمة، عند ذلك فإن معايير التدرج تأخذ بالحسبان مسألة البكتيريا، أنها نصف أيضاً الشروط التي تخص الأبقار الواجب الاحتفاظ بها الحليب، طريقة تبريد، وهكذا. بغض النظر عن مسألة البكتيريا، فإن الطبيب لا يمكن أن يحقق متطلبات التدرج ما لم يتم إنتاجه وتناوله تحت شروط معينة، فبعض التجارب تترك الحالة غالباً، وبدلاً من تسهيل الإجراءات والعمليات التسويقية فإن بعض المعايير نتجه وفق الجانب العملي في التجارة والاعتبارات التقنية للسيطرة والإشراف على الإنتاج.

تاريخ التدرج

عرف التدرج منذ أن أحسن الإنسان بأهمية ما يحصل عليه من منتجات ومحاصيل مقابل ما يدفعه من أموال ، وإن كان التعبير مختلفاً في العديد من هذه الحالات ، فالمادة الواحدة تتباين من سوق لأخرى من حيث خصائصها وشكلها وحتى طبيعة مكوناتها ما يجعل من الصعب الحكم على كل ما يقدم وينتج ومن مختلف المصادر والمناطق بالتساوي . والمعايير والمقاييس القائمة جاءت نتيجة للتجارة الموسعة في مجال الزراعة ، فبعض المقاييس تم ابتكارها من قبل مجموعات تجارية ومن ثم تم إقرارها من قبل الدولة الواحدة ، وأخرى كانت كنتيجة لبحوث و جهت اتجاه إقامة وإيجاد المعايير ، وخضعت هذه التغير والتبديل بمرور الأيام ولأزال التغير والتعديل و التبديل مستمراً ، فالذي يلاحظ أن كل أسواق القمح لها درجاتها الخاصة بها وطرق معينة للتدرج أيضاً ، والحال ذاتها بما يخص الذرة الصفراء التي وصفت وفق سلم معين مثل : مجففة ، مقبول تجفيفها معدل الرطوبة 16 % ... إلخ . وتستخدم غالباً معايير معينة للتدرج مثال لك : جيدة جداً ، جيدة مقبولة ، روثينية.

إن العجز في قبول المقاييس الفواكه والخضراوات أدت إلى مشكلات كبيرة في الشروط التجارية فهذه المنتجات السريعة التلف يتم شحنها لمسافات طويلة وليس هناك قواعد واضحة للمقارنة السريعة أو لتقرير وإنهاء الادعاءات المتعلقة بالأضرار ، فبعض المنتجين يحاولون ضمان قبول المنتجات عن طريق وضع أسمائهم على الشحنات ، ففي هذه الطريقة فإنهم يأملون إقامة سمعة التي تمكنهم من إعطائهم أرباحاً سوقية .

إن العجز في القبول العام للمقاييس كانت نتيجة لمزاوالات غير عادلة . وهذه الأمور لا يعاني منها المنتجون وحدهم بل الوسطاء كذلك فإنهم غالباً ما يخدعون ، وفي كثير من الحالات فإن الضغط الناشئ في تحسين وإصلاح نظام التدرج هو من قبل الحالة التجارية ذاتها . المجموعات التجارية والمنظمات تحاول إيجاد واضحة ومستندة على حقائق علمية وعملية يمكن الاستفادة منها .

تصنيف المعايير

في غالبية دول العالم فإن المعايير والمقاييس المنتجات الحقول تقع في ثلاثة تصنيفات وهي:

1. المفروضة (الإجبارية) mandatory .

2. المرخصة Permissive .

3. التجريبية Tentative .

فالمعايير المفروضة التي يتم استخدامها إجبارياً ووفق ظروف معينة التي غالباً ما يتم إقرارها من قبل الدولة أو من جهة معينة معترف بها تأخذ صفة الإلزام .

المعايير المرخصة التي يتم توصيتها رسمياً ولكن ليست إلزامية على من يود استخدامها ، أي أن الجهة حرة في استخدامها أو عدم استخدامها .

أما المعايير التجريبية فهي تلك المعايير المقدمة للاستخدام ولكن لازالت خاضعة لمزيد من الدراسة قبل أن تصبح مرخصة أو مفروضة . ويلاحظ أن المعايير الإجبارية والمفروضة هذه تستخدم على نطاق واسع لمحاصيل معينة كالقمح والقطن وضمن السباق المتعارف عليه قطرياً ودولياً ، والحال ذاتها بما يناسب التفاح والكمثرى والتين مثلاً . وقد تقوم جهات معينة وضماناً للحصول على النوعية المطلوبة بالاستعانة بالمعايير الإجبارية وتضعها بالحسبان لأية مادة مطلوبة ، فبالساليوات ومعامل الغزل والنسيج لا يتسلمون الحبوب أو القطن إلا وفق معايير تضعها هذه الجهات ، وعلى الفلاح أو الوسيط توفيرها وإعدادها على نحو يتلاءم مع المعايير الموضوعية من الجهة المشترية مثلاً .

الفلاحون والتدرج

أهمية التدرج

قد لا يود الفلاح أن يلتزم بالاعتبارات المتعلقة بالتدرج لأن ذلك قد لا يوافق عمله ويشغله عن القيام بسهام حقلية عديدة ، ولكن في حالة الالتزام فإن هناك مزايا عديدة تتحقق من التدرج ، ومن ذلك:

1. مبيعات الحقل وفق أسس مدرجة

فقط إذا باع الفلاح وفق أسس الدرجات سيستفيد من نظام التدرج كطريقة للاتصال بين المنتج والمستهلك ، والأوسع من ذلك هو ممارسة المبيعات وفق أسس مدرجة وهذا بدوره سيقال من حالات أو احتمالات الغش والخداع في بيع محاصيل الحقل . على أية حال فإنه من المحتمل أن تكون حقيقة في أن غالبية الفلاحين يحاولون الكسب من البيع وفق أسس غير مدرجة ، الذين ينتجون النوعية العالية من المحاصيل سيحققون مكاسب عالية من الذين ينتجون منتجات بنوعية منخفضة . ولكن إنتاج محاصيل بنوعية عالية من النادر أن تكون غير مكلفة ، فالاعتناء الزائد والمناولة الغالية الثمن المحصول عادة ما تكون مطلوبة ، وفي بعض الحالات فإن الكلفة الإضافية من المحتمل تفوق العوائد الإضافية . في هذه الحالات فإن

مبيعات الحقل وفق أسس مدرجة لها القليل من الاجتذاب.
بشكل عام فإن المنتجين الكبار المتخصصين الذين تعد المنتجات لديهم من الناحية المالية أنهم يدركون أهمية البيع المدرج.
هؤلاء المنتجون هم الأبعد من مراكز الاستهلاك وعادة ما يكونون أكثر اهتماماً في بعض البرامج.
فإذا ما تم تدريج المحصول بدقة فإن الأحسن والجيد من هذه المحاصيل يمكن أن تشحن إلى أسواق بعيدة والنوعيات
الردئية ستباع في الأسواق القريبة، وهذا النظام بدوره سيؤثر على الموقف التنافسي للمنتجين في الأسواق البعيدة ، وأنه
يقلل من تكاليف النقل بسبب أن عملية نقل الكميات العالية النوعية لا تختلف عن تلك التي نوعياتها منخفضة. ومن
الواضح أن برنامج المبيعات المدرجة تظهر النوعية للمنتجات المباعة ، وهذه التحسينات عادة ما تأتي عندما يدرك
المنتجون الأشياء القادرون على أدائها لإنتاج محاصيل ومنتجات لنوعيات عالية ، فالعديد من هذه الأشياء تضم التغيرات
في تجاربه الحاضرة ، وليس الاختيار لشيء جديد أو إضافي.
مثال ذلك فإن حالة فساد النوعية للبيض يمكن التقليل منها إذا تم حفظ البيض في غرف مبردة عما هي في غرف عادية.
وقطف الثمار والخضراوات عند درجة معينة من النضج يمكن أن يقلل التلف وهناك ملاحظة مهمة وفق الاعتبارات
القصيرة والطويلة في التغير الحاصل في المواد غير المدرجة، وكذلك نظام الشراء وفق الأسعار الحديثة للشراء وفق
قواعد مدرجة. وكما بينا على المدى القصير فإن الفلاحين الذين ينتجون نوعية أعلى من المعدل سوف يربحون، ولكن
الذين ينتجون نوعية أقل من المعدل سوف يخسرون.

الإنتاج وفق مواصفات التدرج

في مجال مقاييس النوعية فإن هناك اختلافاً جوهرياً بين الإنتاج الزراعي والصناعي لازال قائماً. في مجال الصناعة فإنها تقدم منتجات وفق المواصفات النوعية ، فإذا كانت المنتجات الصناعية لا تتلاءم ومعايير النوعية فإنها أما أن ترفض أو أن تعاد إلى المصنع لغرض التعديل والتصحيح .

في الزراعة، على أية حال، فإن كمية محدودة فقط من السيطرة النوعية على الإنتاج ممكنة، ودور التقييس وكما لاحظنا ذلك هو لإقامة وإنشاء محددات وحدود للدرجات وتفریق الإنتاج المتوفر إلى مجموعات التي تكون متناسبة ما أمكن ، و يظهر الآن أنه مستقبلاً وعند المنتجين الزراعيين سيكونون قادرين على الإنتاج وفق مواصفات التدرج . ومع التحسن الحاصل في تقنيات الإنتاج فإنه من الممكن اتباع إجراءات وممارسات معينة التي تكون على تماس مباشر مع نوعية المنتجات وبعد بحوث شاملة في سلالات النباتات تمكن بعض العلماء في تقديم محصول من الذرة يضم مادة النشا مناسبة جداً في الصناعة، كما أن الدراسات قدمت محاصيل عديدة يستفاد منها في التصنيع كزيادة كمية السائل في الطماطم وبما يستفاد منها في صناعة رب الطماطم ، والحال ذاتها بما يخص البنجر السكري وزيادة نسبة المادة السكرية عن المعدل المعروف والحال ذاتها بما يتعلق بإنتاج اللحوم وفق اعتبارات التغذية المستخدمة للحيوان وما هي طبيعة وشكل العلائق المقدمة وبما ينعكس على شكل وطبيعة اللحوم عند الحيوان الواحد. هذه الاعتبارات مكنت وتمكن المنتجين من تقديم منتجات ومحاصيل حيوانية وزراعية بمواصفات ودرجات يمكن الاستفادة منها في وضع المعايير أوفي الصناعة ذاتها.

الوكالات التسويقية والتدرج المنسق

من الواضح أن هناك اختلافاً بين أن تقوم المنظمة الواحدة من تقديم منتجات تستخدمها لعملياتها الإنتاجية وبين تلك المنتجات التي تقدمها العديد من المستفيدين (المشتريين)، فالحالة الأولى تقدر من خلالها هذه المنظمات من التعامل بالنحو الذي تراه مناسباً ومهما كانت طبيعة المنتجات وتركيبها وشكلها، إلا أن ذلك قد لا يتوافق عندما تطرح هذه المنتجات في السوق وأمام حالة المنافسة الشديدة وتنوع المنتجات وفق اعتبارات رغبات المستهلكين ذاتهم. والحال ذاتها بما يخص الوكالات التسويقية التي تتطلب توافر منتجات خاضعة للتدرج لإمكانية البيع والشراء وتوقع العقود وفق اعتبارات معروفة، وبدون هذه الاعتبارات فإن من غير الممكن أن تكون الوكالة في موقف تنافسي جيد ما لم تأخذ بالاعتبار حالات التدرج القائمة .

المستهلكون والتدرج

وهذه تعد من المشكلات الرئيسية التي تظهر على نطاق واسع ولها الأثر الواضح على كافة الأطراف المشاركة في العملية التسويقية، فالمستهلك لا يضع في اعتباره وعند شروعه بطلب أو شراء محصول ما اعتبار التدرج في المقدمة، وقد ثبت أن المستهلكين لديهم القليل من المعرفة حول نوعية المنتجات التي تناسبهم،

إدارة الجودة الشاملة للخدمة المقدمة:

تتميز الأسواق المعاصرة بالمنافسة الحادة بين المنشآت و هذا كمحاولة منها للوصول إلى إشباع احتياجات و المتطلبات للمستهلكين و إرضائهم بتمتعهم بالمزايا التنافسية التي تتيح لهم الاحتفاظ بموقعهم في الميادين التي يعملون بها .

و لذا على المؤسسة التي لديها الرغبة في البقاء و النمو مع التفوق ، فما عليها سوى أن تتبنى فلسفة جديدة تركز على تقديم قيمة أعلى للمستهلك المستهدف .

و هذا ما جعل الإهتمام بالجودة ظاهرة عالمية حيث أصبحت المنظمات و الحكومات في العالم توليها إهتماما خاصا ، و أصبحت الجودة هي الوظيفة الأولى لأي منظمة و فلسفة إدارية و أسلوب حياة لتمكنها من الحصول على الميزة التنافسية حيث أصبحت الجودة سلاحا استراتيجيا للحصول على الميزة التنافسية . و قد أدى إدراك أهمية الجودة كسلاح استراتيجي للحصول على ميزة تنافسية إلى تبني فلسفة " إدارة الجودة الشاملة " و هي فلسفة قائمة على أساس مجموعة من الأفكار الخاصة بالنظر إلى الجودة على أساس أنها عملية دمج جميع أنشطة المنظمة و وظائفها ذات العلاقة للوصول إلى مستوى متميز من الجودة و تصبح مسؤولية كل فرد في المنظمة مما يرفع أداء المؤسسة .

فمن خلال هذه الأهمية تم طرح مجموعة من التساؤلات التي تمثل اشكالية بحثنا هذا و هي :

- ما المقصود بالجودة ؟ و ماهي أبعادها و محدداتها ؟
- ما هو مفهوم ادارة الجودة الشاملة ؟ و ماهي أهدافها ؟
- و ماهي أهمية ادارة الجودة الشاملة للتسويق ؟

و للإجابة على هذه التساؤلات قسمنا عملنا هذا إلى ثلاثة مباحث حيث يتناول المبحث الأول مفهوم الجودة من عدة زوايا و أبعادها و محدداتها و كذا تكاليفها ، و في المبحث الثاني نتطرق إلى إدارة الجودة الشاملة بتعريفها و ذكر أهدافها و أهم مراحلها و مبادئها ، ثم في الأخير و في المبحث الثالث نتعرض إلى الإهتمام المعاصر بالجودة و مداه و كذا فعاليات تطبيق استراتيجية الجودة الشاملة للتسويق ، لنختم في الأخير بخلاصة عن كل ما جاء في بحثنا .

المبحث الأول : الجودة

المطلب الأول : تعريف الجودة .(1)

إن تعدد و اختلاف وجهات النظر للكتابات في موضوع الجودة جعل هناك اختلافات في تعريفها و هذا رغم الإهتمام المتزايد بها و لذا يجب ضبط تعريف شامل و واضح للجودة داخل أي منظمة حيث يمكن قياس الجودة و تطبيقه على العمل .
و سنقوم باستعراض و شرح معنى الجودة من وجهة نظر و فلسفة إدارة الجودة الشاملة كقاعدة ننتقل منها إلى تعريف و توضيح أبعادها .

الفرع الأول : التعريف المبني على المنتج

يبني تعريف الجودة من هذه الزاوية على أنها انتاج المنظمة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى عالي من الكفاءة المتميزة ، فتكون قادرة من خلالها على الوفاء باحتياجات و رغبات عملائها ، بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم و تحقيق الرضا و السعادة لديهم ، و يتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا لإنتاج السلعة أو تقديم الخدمة ، و إيجاد صفة التميز فيهما (2)

الفرع الثاني : التعريف المبني على المستخدم

يعرف الجودة على أنها أمر فردي يعتمد على تفضيلات المستخدم التي يطلبها في السلعة أو الخدمة ، و المنتجات التي تقدم أعلى إشباع لهذه التفضيلات تعتبر من المنتجات الأعلى جودة (3)

(1) حامد عبدالله السقاف ، المدخل الشامل للإدارة الجودة الشاملة ، مطبعة الفرزدق ، السعودية 1998 ص 09

(2) سونيا محمد البكري ، إدارة الجودة الكلية ، الدار الجامعية ، مصر ، 2003 ، ص 12

(3) سونيا محمد البكري ، مرجع سابق ، ص 16

الفرع الثالث : التعريف المبني على التصنيع

يعتمد تعريف الجودة المبني على أساس التكلفة و الأسعار عدد من الخصائص الأخرى ، و يعتمد القرار الشرائي للمستهلك على الجودة و القيمة و المنتج الأعلى جودة لا يعني عادة الأفضل قيمة فهذا اللقب " الأفضل جودة " يصف المنتج أو الخدمة "الأحسن شراء "

الفرع الرابع : التعريف الشامل للجودة .

تعني الجودة ، مقدرة المنتج أو الخدمة على الوفاء بتوقعات المستهلك أو حتى تفوق توقعاته ، فتعني حصول المستهلك على مقابل ما تم دفعه للحصول عليه من منافع و قد تكون أحد الأسباب الرئيسية لإنخفاض الجودة في منظماتنا راجع إلى تركيز معظم المنظمات على التكلفة و الإنتاجية أكثر من إهتمامنا بموضوع الجودة . و يرجع نجاح المنظمات اليابانية إلى قدرتها على بناء سمعة طيبة عن جودة منتجاتها ، و هذا يستدعي بالتأكيد ضرورة فحص منظماتنا للسياسات التي تتبعها و اتباع مداخل مبنية على تحسين جودة المنتجات لزيادة قدراتها التنافسية . فقد أصبح هناك اهتمام عالمي بأهمية الجودة و معالجتها ليس على أساس نظرة مؤقتة ، و لكن على أساس أنها جزء لا يتجزء من المنتجات و الخدمات .

المطلب الثاني : أبعاد و محددات الجودة .

الفرع الأول : أبعاد الجودة

إن أي عمل بشري لا يمكن أن يرقى إلى درجة الكمال المطلق ، فأعمال البشر سواء كانت فردية أو جماعية قد يعتريها النقص و الخلل ، بدرجات متفاوتة ، إلا أن السعي للوصول إلى درجة عالية من الإتقان في العمل هدف إستراتيجي في أي مجال من المجالات ، و عندما تعاني إحدى المؤسسات بعضا من جوانب الخلل و القصور ، فيجب على القائمين عليها البحث عن هذه الجوانب ، و تحري طرق العلاج بأساليب علمية صحيحة .

و لتحسين جودة المنتج ، يتطلب إيجاد طرق جديدة لإدارة العمل ، فلم تعد الإدارة مجرد إصدار الأوامر للموظفين ، و لكن المطلوب منهم التفكير و المشاركة بجدية في عملية الإدارة و تنظيم العمل ، و السعي للوصول إلى درجة عالية من الإتقان و إنجاز العمل بدرجة عالية من الجودة فكان ما سبق منطلقاً لأبعاد و محددات الجودة و التي يمكن ذكرها كمايلي : (1)

(1) الأداء : و يشير هذا البعد إلى الخصائص الأساسية في المنتج أو الخدمة مثل السرعة و التنافسية .

(2) الإعتمادية : و يشير هنا إلى الإتساق في الأداء ، و يجب أن يكون هناك درجة من الإعتمادية و الثقة في أداء المنتج أو الخدمة (عدم تكرار الأعطال و أن تكون جاهزة وفقاً للطلب)

(3) الصلاحية : " الفترة الزمنية " و يشير هذا إلى مدة بقاء المنتج أو الخدمة (مدة البقاء أو الصلاحية ممثلة في عدد الأميال . المقاومة للصدا . مت العمل خلال فترة حياة المنتج)

(4) الخصائص الخاصة : و يشير هنا هذا البعد إلى خصائص إضافية للمنتج أو الخدمة مثل الأمان والسهولة في الإستخدام أو التكنولوجيا العالية

(5) التوافق : و يشير هذا البعد إلى المدى الذي تستجيب فيه أو كيف يتوافق المنتج أو الخدمة مع توقعات المستهلك ، و الأداء الصحيح من أول مرة و ماله من أثر على تحسين فاعلية العملية التسويقية .

(6) خدمات ما بعد البيع : و يشير هذا البعد إلى أنواع خدمات ما بعد البيع مثل معالجة شكاوى المستهلكين أو التأكد من رضا المستهلك و عادة ما تستخدم بعد الأداء و الإعتمادية و التوافق و الخصائص الخاصة في الحكم على ملازمة المنتج للإستخدام بواسطة المستهلك و يلاحظ أن البعد الخاص بالثقة و الإعتمادية في الحكم على جودة السلعة أو الخدمة له أهمية خاصة في مفهوم الجودة الحديثة خصوصاً في مجال جودة

الخدمات ، خاصة تلك التي تتعلق بحياة المستهلك أو الطيران أو المال أو الإصلاح فغالبا ما يهتم المستهلك بقدرة المنظمة على أداء الخدمة بالشكل الذي طعت له درجة عالية من الصحة و الدقة و خلوها من الأخطاء.

و هذا البعد يحقق فائدة أيضا للمنظمات مثل ما يحققه الأفراد ، فيمكن للمنظمات أن تحقق ميزات تنافسية مخ خلال الإهتمام بزيادة الثقة في جودة خدماتها عن طريق زيادة فعالية الإستراتيجيات التسويقية التي تؤدي إلى زيادة حصتها السوقية و تحقيقها الزيادة الإنتاجية ، مما ينعكس على زيادة الأرباح للمنظمة .

الفرع الثاني : محددات الجودة (1) .

إن الدرجة التي تستطيع بها المنتجات أو الخدمات أن تحقق الغرض الأساسي من تقديمها تعتمد على أربع محددات و هي :

- التصميم
- التوافق مع التصميم
- سهولة الإستخدام و الخدمة ما بعد التسلم

أ/- التصميم : يشير التصميم إلى غرض المصمم في تضمين بعض الخصائص أو عدم تضمينها في المنتج أو الخدمة ، و يجب أن يأخذ المصمم متطلبات المستهلك في الإعتبار بالإضافة إلى القدرات الإنتاجية أو التصنيفية للمنتج أو الخدمة و إعتبارات التكاليف عند التقييم للمنتجات و الخدمات .

ب/- التوافق مع التصميم : (جودة التطابق) ، يشير هذا المحدد إلى درجة تطابق المنتج أو الخدمة أو تحقيقها لغرض التصميم ، و هذه بدورها تتأثر بمجموعة من العوامل مثل القدرات الإنتاجية كقدرة الآلات و المعدات و مهارة العاملين و التدريب و الحوافز ، كما تعتمد أيضا على عمليات المتابعة و الرقابة لتقييم عملية التطابق و تصحيح الإنحرافات في حالة حدوثها .

ج/- سهولة الاستخدام : إن سهولة الاستخدام و توافر العمليات و الإرشادات لمستهلك عن كيفية إستخدام المنتجات ، لها أهمية قصوى في زيادة قدرة المنتجات على الأداء بطريقة سليمة و آمنة وفقا لما هو مصمم لها .

د/- خدمات ما بعد التسليم : من الأهمية بما كان من وجهة نظر الجودة المحافظة على أداء المنتج أو الخدمة كما هو متوقع .

هنالك الكثير من الأسباب التي قد تؤدي إلى إختلاف الأداء عما هو متوقع ، وفي هذه الحالات لابد من أخذ التصرفات التصحيحية التي تضمن الأداء وفقا للمعايير الموضوعية .

المطلب الثالث : تكاليف الجودة (1)

الجودة يمكن أن تقاس من خلال التكلفة ، و تشير تكلفة الجودة إلى جميع التكاليف التي يتطلبها مع وجود العيوب و تقويم أداء العمليات و تقدير الوضع المالي ، فعلى سبيل المثال أوضح " تونكس " أن نوعية الخدمة أو السلعة الرديئة تكون لها تكلفة و قد قسم هذه التكاليف إلى عدة أنواع منها مايلى :

أ/- تكلفة التقويم : ترتبط هذه التكلفة بالإختبارات الداخلية ، الرقابة و التنظيم و الفحص و الإشراف و إعداد التقارير .

ب/- تكلفة الأخطاء : ترتبط هذه التكلفة بالعيوب التي ظهرت خلال عمليات الإنتاج أو في مرحلة إعداد الخدمة للعميل .

ج/- تكلفة الفشل : ترتبط التكلفة بعد استلام العميل لسلعة غير صالحة ، أو خدمة غير جيدة ، و تكون هذه التكلفة من نوع التكاليف المباشرة عندما يتم الإصلاح أو الإستبدال .

د/- تكلفة فقدان العميل : ترتبط هذه التكلفة عندما لا يتم تلبية توقعات العميل و رغباته مما يؤدي إلى أن العميل سيضطر إلى البحث عن منشأة أخرى تلبي رغباته و إحتياجاته و بالتالي فإن المنشأة تخسر لفقدانها هذا العميل .

ه/- تكلفة العلاج : إن هذه التكلفة ضرورية لضمان أداء العميل بصورة صحيحة و تلبية توقعات العميل في جميع الأحوال .



المبحث الثاني : عموميات حول إدارة الجودة الشاملة .

سوف نتطرق إلى مفهوم إدارة الجودة الشاملة و الأهمية التي تتمتع بها الأهداف المرجوة.

المطلب الأول : مفهوم إدارة الجودة الشاملة .

إدارة الجودة الشاملة هي فلسفة حديثة تأخذ شكل نهج أو نظام إداري شامل ، قائم على أساس إحداث تغييرات إيجابية جذرية لكل شيء داخل المنظمة ، و ذلك من أجل تحسين و تطوير كل مكونات المنظمة ، للوصول لأعلى جودة في مخرجاتها (سلع و خدمات) و بأقل تكلفة ، بهدف تحقيق أعلى درجة من الرضا لدى عملائها ، عن طريق إشباع حاجاتهم و رغباتهم ، وفق ما يتوقعونه ، بل و تخطي هذا التوقع ، تماشياً مع إستراتيجية تدرك أن رضا الزبون و هدف المنظمة هما هدف واحد ، و بقاء المنظمة و نجاحها و إستمرارها يعتمد على هذا الرضا ، و كذلك على رضا كل من يتعامل معها من غير الزبائن كالموردين و غيرهم ، و يقوم هذا النهج الجديد الشامل من أجل تحقيق غايته على قاعدة تدعى " العمل الصحيح بدون أخطاء من المرة الأولى " و هناك عدة تعاريف أخرى منها :

أ/- تعريف منظمة الجودة البريطانية : " هي الفلسفة الإدارية للمؤسسة " التي تدرك من خلالها تحقيق كل من إحتياجات المستهلك و كذلك تحقيق أهداف المشروع (1)

ب/- " إدارة الجودة الشاملة هي أسلوب لتأكيد الفاعلية و الكفاءة القصوى للمنظمة بتطبيق العمليات و النظم التي تؤدي إلى التفوق و تمنع الأخطاء ، و تؤكد أن كل نشاط بالمنظمة مرتبط بحاجيات العملاء " .

و من هذا نستنتج أن إدارة الجودة الشاملة ، هي نظام يربط بين إدارات و أقسام المنشأة المختلفة و العاملين بها و ما يقومون به من أنشطة متباينة في منظومة متكاملة و متناسقة .

المطلب الثاني : أهداف إدارة الجودة الشاملة .

-

إن المنافسة لا يمكن لأحد أن يصمد في وجهها ، إلا من يسعى إلى إرضاء العميل و تحقيق متطلباته و رغباته بدرجة عالية ، و تخطيها بشكل دائم و مستمر ، إن تحقيق المقولة الأنفة الذكر و التي تعبر عن هدف إدارة الجودة الشاملة بشكل عام.

لا يكون في الواقع ، إلا من خلال استراتيجية متكاملة ، تضع نصب عينيها هدفا أساسيا هو تحقيق مستوى جودة عالي في سبيل تحقيق رضا و سعادة عالية المستوى لدى العملاء ، لضمان البقاء و الإستمرار و التطور المطلوب ، و يمكن توضيح هذه الإستراتيجية الهادفة من خلال الشكل التالي :

في ضوء الشكل السابق وفي مسعى لتحقيق مضمونه ~~نجد ان~~ إدارة الجودة الشاملة تسعى إلى مايلي :

- 1- فهم حاجيات و رغبات العميل (المستهلك ، الجمهور) لتحقيق ما يريده .
- 2- توفير السلعة أو الخدمة وفق متطلبات العميل من حيث :
 - الجودة .
 - التكلفة .
 - الوقت .
 - الإستمرارية .
- 3- التكيف مع المتغيرات التقنية و الإقتصادية و الإجتماعية بما يخدم تحقيق الجودة المطلوبة .
- 4- توقع احتياجات و رغبات العميل في المستقبل و جعل ذلك عملا مستمرا .
- 5- جذب المزيد من العملاء و المحافظة على العملاء الحاليين .
- 6- التميز في الأداء و الخدمة عن طريق التطوير و التحسين المستمرين للمنتج ، و الخدمة و جعل الكفاءة الإنتاجية بشكل عام عالية في ظل تخفيض التكلفة إلى أدنى حد ممكن ، لكن ليس على حساب الجودة بل من خلال ترشيد الإنفاق يحدد Deming مزايا الجودة الشاملة فيمايلي :



شكل رقم 2

المصدر : علي السلمي ، تطور أداء و تجديد المنظمات ، ص 159

المطلب الثالث: مراحل إدارة الجودة الشاملة

المرحلة الأولى: ما قبل الثورة الصناعية:

في هذه المرحلة لم يكن المصنع موجود بمعنى الكلمة إنما وجود ورشات ، فالنسبة لعملية الرقابة على الجودة فقد كانت تتم من قبل العامل نفسه و منفردا، مع تدقيق نهائي من قبل صاحب الورشة.

المرحلة الثانية: بعد الثورة الصناعية.

في هذه المرحلة لم تعد الرقابة على الجودة تتم من قبل العامل نفسه، بل من قبل المشرف المباشر، الذي كانت عليه مسؤولية التحقق من الجودة.

المرحلة الثالثة: الإدارة العلمية.

في هذه المرحلة ظهر مفهوم فحص الجودة الذي سحب بموجبه مسؤولية فحص جودة المنتج من المشرف المباشر، وأسندت إلى مفتشين مختصين بالعمل الرقابي على الجودة.

المرحلة الرابعة: الرقابة الإحصائية على الجودة:

ظهرت الرقابة الإحصائية على الجودة مع ظهور أسلوب الإنتاج الكبير عام 1931 الذي صاحبه آنذاك مفهوم تنميط و توحيد الإنتاج كوسيلة للإقلال من أخطاء تصنيع السلعة ، فقد صمم كل من هار ولد دودج و هاري رومينغ أسلوبا إحصائيا لفحص عينات من الإنتاج بدلا من فحصه كله.

المرحلة الخامسة: تأكيد الجودة.

بدأ التفكير بمفهوم تأكيد الجودة عام 1956 ثم طور بعد ذلك ليأخذ أبعاده كأسلوب فعال في مجال الرقابة على الجودة على فلسفة مفادها ما يلي:

إن الوصول إلى إلى مستوى عالي من الجودة و تحقيق إنتاج بدون أخطاء ، يتطلب رقابة شاملة على كافة العمليات و ذلك من مرحلة تصميم المنتج حتى مرحلة وصوله للسوق ليد المستهلك و هذا يعني وجود جهود مشتركة من قبل جميع الإدارات المعنية بتنفيذ هذه المراحل .

المرحلة السادسة : إدارة الجودة الإستراتيجية

ظهر هذا المفهوم عن الجودة ما بين عامي 1970 و 1980 و كان ذلك بسبب دخول التجارة العالمية في حالة منافسة بين الشركات اليابانية التي غزت أسواق العالم بمنتجاتها ذات الجودة المتميزة و الأسعار المعقولة و لعل شركة إ.ب.م الأمريكية هي أولى الشركات الأمريكية التي تبنت إدارة الجودة الإستراتيجية .

المرحلة السابعة : إدارة الجودة الشاملة

ظهر هذا المفهوم عن الجودة في الثمانينات و مازال مستمر حتى يومنا هذا و سبب ظهوره هو تزايد شدة المنافسة العالمية و إكتساح الصناعة اليابانية للأسواق و خاصة البلدان النامية ، و خسارة الشركات الأوروبية و الأمريكية لحصص كبيرو من الأسواق .و الشكل رقم 3 يبين هذه المراحل :



شكل 3 : مراحل إدارة الجودة الشاملة
المصدر : عمر وصفي عقيلي ، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة ص 21

المطلب الرابع : المبادئ الأساسية لإدارة الجودة الشاملة :

يمكن أن نجعل المبادئ الأساسية لإدارة الجودة الشاملة فيما يلي :

1/- التركيز على العميل : تقوم الجودة الشاملة على أساس أن استمرار و نجاح نشاطات المنشأة يعتمد إلى حد كبير على توافر احتياجات و متطلبات العملاء و محاولة تنفيذ توقعاتهم ، حيث ان رضا العميل يعد الركيزة الأساسية و القاعدة المتينة التي يجب أن تنطلق منها طموحات المنشأة في المستقبل ، إن إنضمام ادارة الجودة الشاملة يوسع مفهوم و دائرة العملاء لتشمل أيضا الموظفين العاملين داخل المنشأة و يعدم عنصرا مهما و حيويا من عناصر مجموعة العملاء .

2/- التحسين المستمر : تؤكد فلسفة إدارة الجودة الشاملة على أهمية التحسين المستمر للمنشآت التي ترغب في عملية التطوير ، و يرتكز هذا المبدأ على أساس فرضية مفادها ان العمل هو ثمرة سلسلة من الخطوات و النشاطات المترابطة و التي تؤدي إلى محصلة نهائية (1)

و من الضروري أن تلقى كل خطوة من هذه الخطوات ما تحتاجه و تستحقه من إهتمام مستمر حتى يمكن تقليص احتمالات تغيير تلك المحصلة النهائية ، و كذلك لتعزيز ثقة و إمكانية الاعتماد على إجراءات و نظم العمل ، إن فكرة التحسين المستمر تنطلق من مبدأ لتطوير المعرفة لأبعاد العملية الإدارية و إتخاذ الإجراءات اللازمة لذلك التطوير و يعد التحسين المستمر عنصرا مهما لتخفيض الإنحرافات بأنواعها الخاصة و العامة التي تحدث في العملية الإنتاجية مما يساعد في الحفاظ على جودة الأداء و زيادة الإنتاجية من أهداف التحسين المستمر للجودة وجود نظم عمل و عمليات يوثق بها و يعتمد عليها في تحقيق النتائج المرجوة في كل مرة دون حدوث إختلافات في تلك النتائج .

(1) د.عمر وصفي عقيلي و آخرون ، مبادئ التسويق ، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 1996

3/- التعاون الجماعي بدلا من المنافسة : يركز نظام إدارة الجودة الشاملة على أهمية التعاون بين مختلف المستويات الإدارية في المنشأة بدلا من المنافسة بينهم، حيث أنه من خلال هذا التعاون تستطيع الأقسام معرفة احتياجات الأقسام الأخرى من موارد مالية و فنية و غيرها من المستلزمات المختلفة التي تساعد على دعم عملية التحسين المستمر للمنشأة .

4/- الوقاية بدلا من التفتيش : تنطلق فلسفة إدارة الجودة الشاملة من مبدأ أن الجودة عبارة عن ثمرة العملية الوقائية و ليست العملية التفتيشية ، ففي نظريات الإدارة التقليدية نجد أن مراقبة الجودة أو التفتيش على مستوى الخدمات و السلع يكون بعد عملية التصنيع أو تقديم الخدمة ، هذه الطريقة التقليدية تستنزف الكثير من الطاقات البشرية و الموارد المالية من أجل الكشف عن عيوب و أخطاء العملية الإنتاجية ، أما في حالة تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة فإن ذلك سيؤدي إلى تقليص التكاليف و زيادة الإنتاجية لأن هذا النظام يحاول إدخال عنصر الوقاية في العملية الإنتاجية و مراقبة الانحرافات بأنواعها سواء كانت الانحرافات لأسباب عامة أو انحرافات لأسباب خاصة .

5/- المشاركة الكاملة : تعد مشاركة كل فرد في العمل الجماعي من أهم النشاطات التي يجب التركيز عليها حيث تساعد في زيادة الولاء و الإلتزام للمنشأة ، إن العمل الجماعي عبارة عن أداة فعالة لتشخيص المشكلات و إيجاد الحلول المثلى لها من خلال الإتصال المباشر بين الأقسام المختلفة و الإحتكاك المتواصل بين أفراد المنشأة الواحدة ، و من أجل زيادة فعالية ذلك الإتصال يؤكد نظام إدارة الجودة الشاملة على أهمية استخدام أسلوب اللامركزية و الإتصالات الأفقية بدلا من أسلوب المركزية و الإتصالات الرأسية ، و ذلك لدعم فكرة العمل الجماعي بين الأفراد في الأقسام المختلفة .

6/- إتخاذ القرار بناء على الحقائق : تمتاز المنشآت التي تطبق نظام إدارة الجودة الشاملة بأن قراراتها مبنية على حقائق و بيانات صحيحة و ليست مجرد تكهنات فردية أو إفتراضات أو توقعات مبنية على آراء شخصية ، فليس بمقدور المنظمة إصدار القرارات الإرتجالية المبنية على أساس ممكن أن تنجح في عالم يتغير بخطوات متسارعة ، إن القرار الذي يتم التوصل إليه يجب أن يكون سريعا و دقيقا .

المبحث الثالث : أهمية إدارة الجودة الشاملة للتسويق

أسفر الإهتمام المعاصر بموضوع الجودة عن نشأة إهتمام دولي عالمي أفرز معايير دولية لها مكانتها وأهميتها .

المطلب الأول : الإهتمام المعاصر بالجودة الشاملة و مداه .(1)

الفرع الأول : المعيار الصناعي الياباني

طور اليابانيون في عام 1981 مواصفة لإدارة الجودة الشاملة عرفت باسم المعيار الصناعي و قد أوضح المعيار أن السيطرة الفاعلة على الجودة تتطلب تعاون كافة العاملين في المنظمة ، و هم الإدارة العليا ، و المديرون ، و المشرفون ، و العمال في كافة محلات و أنشطة المنظمة مثل : بحوث السوق و البحوث و التطوير ، و التخطيط لتصميم المنتج ، و التجهيز للإنتاج و الشراء و الصنع و الفحص ، و المبيعات ، و خدمة ما بعد البيع ، و كذلك السيطرة المالية ، و إدارة الموارد البشرية ، و التدريب و التعليم .

الفرع الثاني : معيار الإيزو 9000 الأوربي :

طورت الجماعة الأوروبية معيار للجودة ، هو إيزو 9000 و ركز هذا المعيار على إلزام منظمات الأعمال العاملة في نطاق دول الجماعة الأوروبية باتباع إجراءات ضمن إدارة منهجية للجودة ، و قد تضمن المعيار ثلاثة عناصر رئيسية هي :

أ/- توفير دليل للسيطرة على الجودة يستوفي القواعد الإرشادية للإيزو .

ب/- توثيق إجراءات الجودة .

ج/- وجود تعليمات مكتوبة للعمل .

و يتعين أن يقوم مراجعون - كطرف ثالث - بمراجعة مدى توافق نظام الجودة مع مواصفة الإيزو .

و هناك عوامل عديدة تجعل من الإيزو 9000 موضوعا للإهتمام المكثف على المستوى العالمي ، و تتضمن هذه العوامل مايلي :

- أ/- القبول العالمي لمواصفات الإيزو كنظام لمواصفات الجودة .
- ب/- إتجاه الإتحاد الأوربي منذ 1993 إلى تطبيق مواصفات و معايير جودة على المنتجات المصنعة بالدول الأعضاء أو المصدرة إليها ، و من ثم يتزايد الإهتمام بنظام جودة الإيزو و الذي يساعد على تهيئة أو إفراز منتجات جيدة تتوافق و هذه المواصفات .
- ج/- إحتياج الأسواق الذي يتوقع تزايدده لأن تستوفي المنظمات المتعاملة متطلبات التوافق مع الإيزو 9000 .

المطلب الثاني : فعاليت تطبيق إستراتيجية الجودة الشاملة للتسويق (1).

هناك العديد من الجوانب التي يجب تدعيمها من أجل تحسين الجودة ، و من ضمن هذه الجوانب :

- إن الجودة يجب أن تدرك بواسطة المستهلك فالعمل الخاص بالجودة يجب أن يبدأ باحتياجات المستهلك و ينتهي بإدراك المستهلك .
- يجب أن تنعكس الجودة في كافة أنشطة المؤسسة و ليس فقط في منتجاتها و من ثم فإن الجودة المطلوبة في الإعلان و التسليم و خدمة ما بعد البيع و بحوث التسويق ... إلخ .
- تتطلب الجودة إلترام كامل من العاملين فلا يمكن تقديم جودة عالية في الأداء ما لم يتم إلترام جميع العاملين بالمؤسسة بتقديم الجودة العالية و أن يتم إشارة دافعيهم و تدريبهم لتسليم الجودة ، فالعاملين يجب أن يهتموا بإرضاء عملائهم الداخليين بنفس القدر من الإهتمام بإرضاء عملائهم الخارجيين .

د.أحمد شاعر العسكري

- تتطلب الجودة مشاركين أقوياء و ذو جودة عالية ، فتسليم جودة عالية أمر لا يتجزأ فهو يتطلب أن يقوم المشاركون الأعضاء في سلسلة القيمة و أنظمة تسليم القيمة بالالتزام بالأداء العالمي وصولاً إلى الجودة الشاملة المستهدفة و ذلك فيما يتعلق بالموردين و كافة المشاركين في تلك الأنظمة .
- يمكن أن تتحسن الجودة الشاملة بشكل مستمر ، و من أفضل الوسائل لتحسين محاولة الوصول إلى ذلك الأداء أو التفوق عليه .
- إن الجودة لا تكلف كثيراً فالإعتقاد الخاطئ بأن تحقيق جودة أفضل سوف يكلف المؤسسة أكثر و يخفض من سرعة الإنتاج ، يجب أن يتغير فالجودة يمكن تحسينها من خلال التعلم و أن يتم الأداء بشكل جيد من المرة الأولى .
- إن الجودة ضرورية ولكنها قد تكون غير كافية ، لأن الجودة الأعلى قد لا تتضمن تحقيق الميزة التنافسية بسبب سعي المؤسسات المنافسة إلى تحقيق نفس المستوى من الجودة و لهذا على المؤسسات أن تعتمد على مداخل أكثر إبتكار في النظر إلى أسواقها من أجل تحسين مركزها التنافسي.

١٤٤١
١٤٤٢