

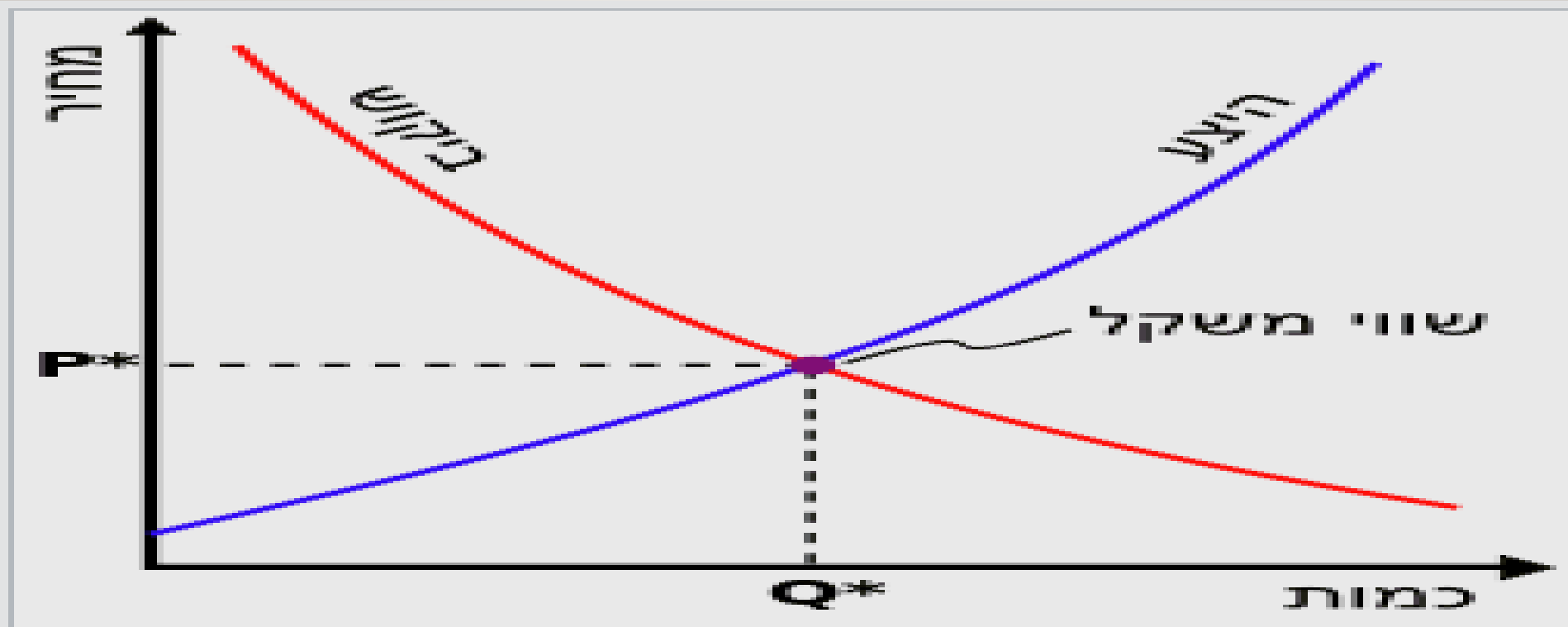
כלכלה חקלאית

עין כרם תשע"ט



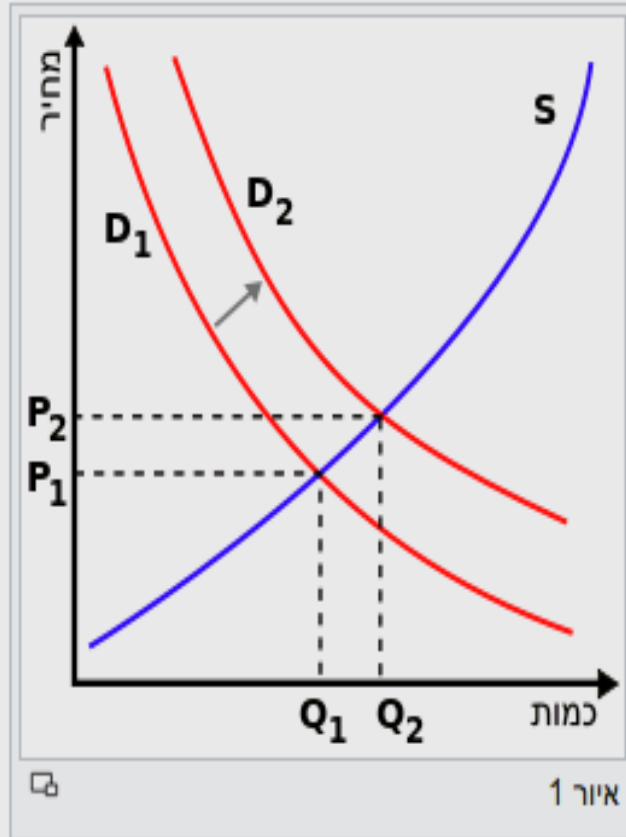
חוק ההיצע קובע כי היקף ההיצע של היצרנים בשוק תלוי במחיר וככל שמחירו של מוצר יהיה גבוה יותר, כך יהיו היצרנים מעוניינים לייצר כמות גדולה יותר שלו. חוק הביקוש קובע כי ככל שמחירו של מוצר יהיה גבוה יותר, כך כמות היחידות שיבקשו הצרכנים לקנות תקטן.

על פי המודל. בשוק בו מתקיימת תחרות משוכללת, עקומת הביקוש יורדת משמאל לימין, ועקומת ההיצע עולה משמאל לימין, יביאו כוחות השוק לשיווי משקל המתקבל בנקודת המפגש בין העקומות.



ההצגה הגרפית המקובלת למודל היצע וביקוש

שינויים בביקוש



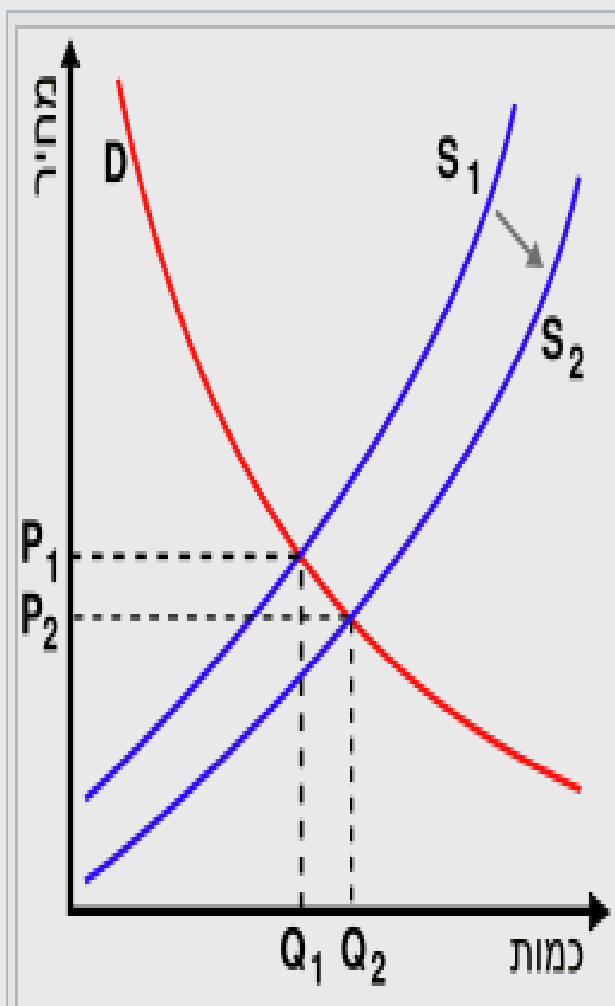
איור 1

כאשר מתרחשת במשק תופעה בה בכל רמת מחירים נתונה שואפים הצרכנים לרכוש יותר מן המוצר מאשר דרשו קודם לכן, מקובל להתייחס לכך כאל "עלייה בביקוש". עלייה בביקוש יכולה להתרחש מסיבות שונות, בין היתר בעקבות שינוי בטעמים (לדוגמה, כאשר יותר אנשים מעדיפים מים מינרליים על פני מי הברז), או כתוצאת שינוי דמוגרפי שהגדיל את השוק. עלייה בביקוש באה לידי ביטוי בצורה גרפית כתזוזה ימינה ולמעלה של עקומת הביקוש כולה (מעבר מ-D₁ ל-D₂ באיור 1). ואכן, ניתן לראות כי בעקבות העלייה בביקוש, גדלה הכמות המבוקשת של המוצר בכל מחיר נתון. בעקבות השינוי עלה מחיר שיווי המשקל מ-P₁ ל-P₂, וכמות שיווי משקל עלתה אף היא, מ-Q₁ ל-Q₂. במהופך. אילו ירד הביקוש ומצב המוצר היה D₂, אזי הביקוש היה יורד ל-D₁, ומחיר וכמות שיווי המשקל היו קטנים. חשוב להבחין בין מצב של "שינוי בביקוש", שמשמעותו שינוי בכמות המבוקשת בכל מחיר נתון (ומבחינה גרפית מתבטא כתזוזה כוללת של עקומת הביקוש), לבין מצב של שינוי בכמות המבוקשת עקב שינוי במחיר, אך כל זאת במסגרת פונקציית הביקוש הקיימת (דבר שיתבטא גרפית בתזוזה לעבר נקודה אחרת על עקומת הביקוש הקיימת).

גורם נוסף המשפיע על הביקוש הוא הכנסת הצרכן. ברוב המקרים, המוצר הוא מוצר נורמלי, וגידול בהכנסתו של צרכן, יזיז (יעלה) את עקומת הביקוש ימינה, בדומה לאיור 1. כאשר מדובר במוצר נייטרלי, לא יהיה שינוי בעקומת הביקוש. ואם המוצר הוא מוצר נחות, עקומת הביקוש תזוז שמאלה (תרד).

מלבד גורמים כהכנסת הצרכן וטעמיו, ישנם שני גורמים נוספים המשפיעים על הביקוש: שינוי במחיר המוצר התחליפי ושינוי במחיר המוצר המשלים. אם מחיר המוצר התחליפי עולה, תרד הכמות המבוקשת ממנו ועקומת הביקוש תעלה (תזוז ימינה ולמעלה). אם מחיר המוצר המשלים עולה, תרד הכמות המבוקשת ממנו ועקומת הביקוש תרד (תזוז שמאלה).

שינויים בהיצע

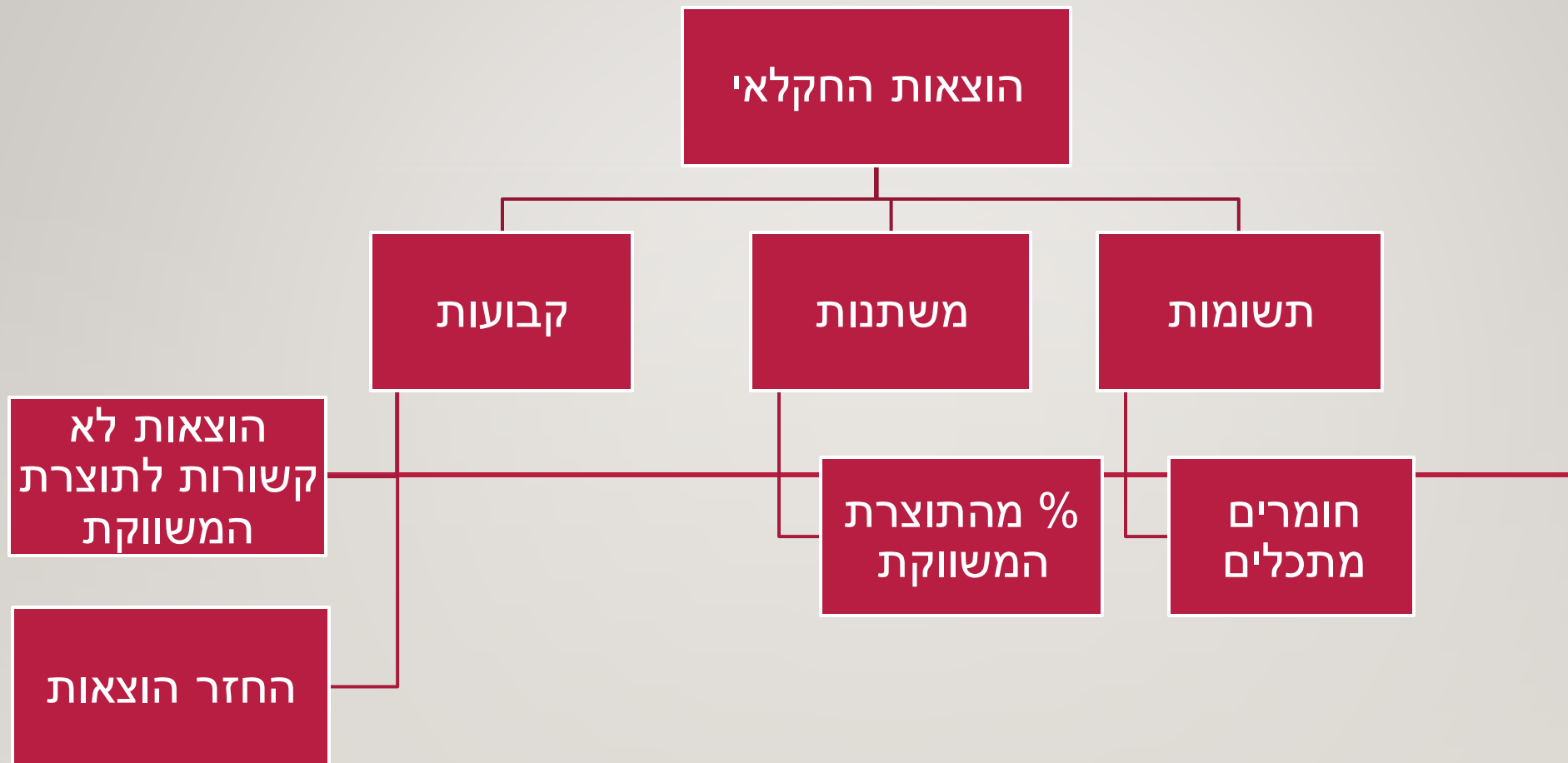


איור 2

כאשר עלות ייצור המוצרים משתנה, משתנה גם עקומת ההיצע. לדוגמה, בעקבות שיפור טכנולוגי שחל בענף החקלאות, ניתן כעת להפיק יותר חיטה בעבור עלות נתונה. היצרנים בשוק זה יהיו מוכנים להפיק כעת יותר חיטה בכל רמת מחירים, דבר הבא לידי ביטוי בצורה גרפית כתזוזה ימינה של עקומת ההיצע (מעבר מ- S_1 ל- S_2 באיור 2). בעקבות השינוי חלה ירידה במחיר שיווי משקל (מעבר מ- P_1 ל- P_2) ועלייה בכמות שיווי משקל (מעבר מ- Q_1 ל- Q_2). ניתן לראות כי בתזוזות של עקומת ההיצע, מחיר שיווי המשקל וכמות שיווי המשקל משתנים בכיוונים מנוגדים. במהופך, אילו חלה ירידה בכמות המיוצרת בכל מחיר נתון כאשר מצב המוצא היה S_2 , עקומת ההיצע הייתה זזה שמאלה ל- S_1 , וכמות שיווי המשקל ומחיר השוק היו משתנים בהתאם.

גם כאן, חשובה ההבחנה בין "שינוי בהיצע", היינו הגדלתו או הקטנתו, שפירושו הצעת כמות גדולה או קטנה יותר של מוצר בכל מחיר נתון, וביטוי הגרפי בתזוזה ימינה או שמאלה של עקומת ההיצע, לבין "שינוי בכמות המוצעת" שפירושו תזוזה על עקומת ההיצע הקיימת לעבר נקודה אחרת המייצגת כמות גדולה או קטנה יותר, בעקבות שינוי במחיר. כפי שמראה הגרף, הגדלת ההיצע באופן של תזוזה כוללת של עקומת ההיצע, תוביל במסגרת שיווי המשקל החדש להגדלת הכמות וירידה במחיר, ומבחינת הצרכנים זוהי תזוזה על עקומת הביקוש הקיימת שלהם לעבר נקודה אחרת - מבלי שחל כל שינוי בפונקציית הביקוש.

כלכלה חקלאית



תשומות – חומרים מתכלים

מים

דשן

חומרי הדברה

סולר

שתילים

קרטוני/ שקיות אריזה



הוצאות קבועות

הוצאות קבועות חוזרות – החזר
השקעות (הקניה מחזירה את עצמה)

טרקטור וציוד עבודה חקלאי

מרסס

חממה

ציוד השקיה



הוצאות קבועות - לא חוזרות

כח אדם

משכורות עובדים

בלאי

חשמל – בית אריזה

מי שתיה



הוצאות משתנות

הוצאות משתנות – נקבעות לפי כמות היבול והשיווק בד"כ באחוזים



מע"מ

מס הכנסה

מס פועלים

ביטוח לאומי

פחת – המשווק מטיל על החקלאי את המס, בד"כ 5%

קומיסיון – מס של המשווק בד"כ 5%

מס מעסיקים – מטרת המס לשכנע את המעסיק להעסיק פועלים ישראלים או ערבים מקומיים ולא עובדים זרים!

ביטוח תאונות לפועלים

אף אחד לא רוצה לעבוד היום
בחקלאות!!!

גם פאטמה הבדואית!

יש כיום בדרום כחצי מיליון בדואים ומיתוכם רק כמה
מאות מוכנים לעבוד בחקלאות



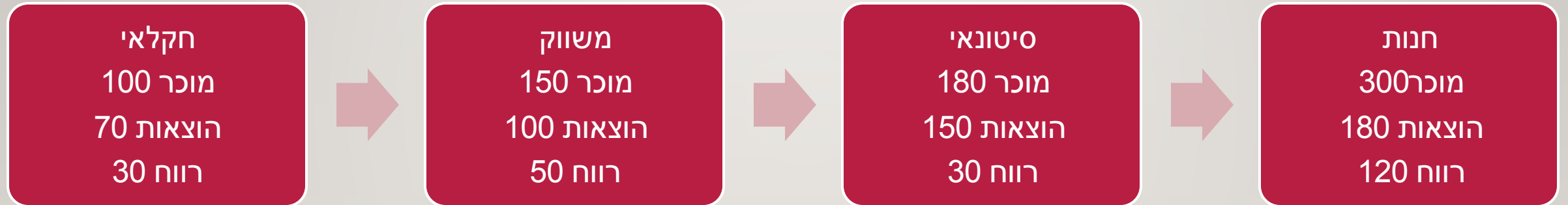
הבעיה העיקרית היא עלות כח האדם!
הורדת העלות הזו תוריד את מרבית ההוצאות



מערך השיווק בחקלאות



שרשרת שיווק חקלאי



הוצאות



חקלאי – הוצאות הגידול והקטיף

משווק – משאיות וחדרי קירור



סיטונאי – משאיות הפצה וחדרי קירור

חנות - פחתיים





איך אפשר להוזיל את העלויות?

אפשר לדלג על שלבים בשרשרת השיווק. שיווק ישר לבתים מהחקלאי לצרכן. הצרכן מקבל את הסחורה באיכות טובה יותר (טריות) ובפחות כסף.

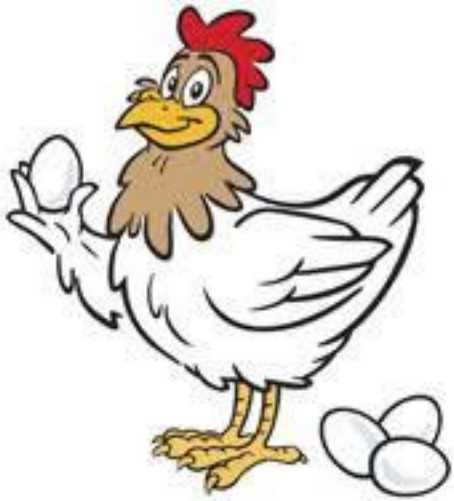
אפשר לדלג על שלב הסיטונאי – ברשתות השיווק הסיטונאי הוא גם החנות. שיווק השיקמה – רמי לוי, חברת קטיף – סופר סל ועוד....

תציעו עוד רעיונות!!!!

מה ניתן לעשות עם עודפי פרי וירק?

אפשר להעביר לתעשיית המזון ולהכין מיצים, שימורים, ריבות וירק קפוא או מצונן (לא קפוא)





הביצה והתרנגולת

מפעל לייצור כיסאות פלסטיק:

הזמנה

ייצור

מכירה

חקלאות:

ייצור

הזמנה

מכירה

מה המדינה יכולה לעשות בכדי לעזור לחקלאים?

סובסידיה - הממשלה מעניקה תמיכה כספית משום שהיא רואה עניין ציבורי בהגברת הייצור.
(גידול חיטה)

מכסות חלב וביצים – בכדי לעודד את המגדלים, הממשלה מבטיחה מכסה קבועה לקניה וכך מבטיחה את הענף.

שה"ם – שירות ההדרכה והמקצוע של משרד החקלאות ניתן בחינם לכל מגדל שיחפוץ בשירותיו

הטבות מס – באזורים מסיימים ווגם בגידולים מסיימים המדינה עוזרת לחקלאי על ידי הטבות מס

