

وكالة التعاون الدولي اليابانية
(جاىكا)

الجمهورية العربية السورية
وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي

دراسة تحسين نوعية المنتجات الزراعية
في
الجمهورية العربية السورية

مسودة التقرير النهائي
(موجز)

آذار ٢٠٠٢ م

شركة تائيو الاستشارية المحدودة

المقدمة

رداً على الطلب المقدم من حكومة الجمهورية العربية السورية، قررت الحكومة اليابانية إجراء الدراسة على تحسين نوعية المنتجات الزراعية في الجمهورية العربية السورية وتم التعهد بهذه الدراسة إلى الوكالة اليابانية للتعاون الدولي (جايكا).

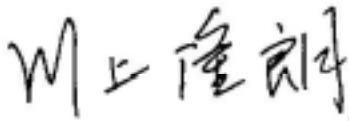
أرسلت جايكا إلى سوريا فريق دراسة برئاسة السيد هارو تسوتشيا، شركة تايوو كونسولتانتس المحدودة، ٤ مرات بين يناير ٢٠٠٦م ومايو ٢٠٠٢م.

أجرى فريق الدراسة مناقشات واسعة مع المسؤولين المعنيين بالأمر من حكومة الجمهورية العربية السورية، وأجرى أيضاً سلسلة إستطلاعات ميدانية في البلاد. بعد عودة الفريق إلى اليابان، قام أيضاً بإجراء دراسات إضافية وتم اعداد التقرير الحالي.

أتمنى بأن يساهم هذا التقرير في تعزيز النمو المستمر في الزراعة في الجمهورية العربية السورية وإلى تحسين علاقات الصداقة بين بلدينا.

أرغب بالتعبير عن تقديري المخلص إلى المسؤولين المعنيين من حكومة الجمهورية العربية السورية لتعاونهم الوثيق المستمر مع فريق الدراسة.

أغسطس ٢٠٠٢م



تاكاو كاواكامي

الرئيس

الوكالة اليابانية للتعاون الدولي

السيد تاكاو كاواكامي
الرئيس
الوكالة اليابانية للتعاون الدولي
طوكيو، اليابان

أغسطس ٢٠٠٢ م

رسالة إعلام

عزيزي السيد

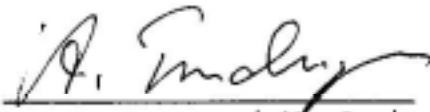
يسرني أن أقدم لكم مرفقاً بهذه الرسالة تقرير دراسة تحسين نوعية المنتجات الزراعية في الجمهورية العربية السورية. يقدم هذا التقرير نتائج كل الأعمال التي تم تنفيذها في كل من سوريا واليابان خلال فترة كلية مدتها ٢٠ شهر، من ٢٠ ديسمبر ٢٠٠٠ م إلى شهر أغسطس لعام ٢٠٠٢ م. وبتوافق مع أهداف الدراسة المعنية (دراسة تحسين نوعية المنتجات الزراعية) فقد كانت هناك مشاريع مقترحة تتعلق بكافة القطاعات.

من المتوقع أن تسهم هذه المشاريع باستقرار وزيادة القيمة التسويقية للمنتجات وتحسين ظروف تسويق المنتجات. وتطبيق هذه المشاريع سيؤدي إلى زيادة دخل المزارع وتوسيع فرص العمل في المناطق الريفية البعيدة.

جدير بالذكر أن أذكر بأن كل المسؤولين والأطراف المعنية التي شاركت في الدراسة بشكل نشيط في صياغة المشروع والتخطيط لهذه المشاريع، تتطلع إلى استمرارية العمل وصيانة وخدمة هذه المشاريع بعد البدء الفعلي في تطبيقها. لذلك، نرغب بأن يتم البدء المبكر في تطبيق هذه المشاريع وبأقرب وقت ممكن.

أرغب بالتعبير عن تقديري العميق وإمتناني المخلص إلى وكالتكم ووزارة الخارجية ووزارة الزراعة والغابات والثروات السمكية في حكومة اليابان للإحترام والتعاون الوثيق المستمر مع فريقنا. أرغب أيضاً بالتعبير عن تقديري العميق وإمتناني المخلص إلى مكتب وكالتكم في سوريا وإلى السفارة اليابانية في سوريا وإلى وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي في الحكومة السورية والجهات الحكومية الأخرى لتعاونها الوثيق المستمر مع فريقنا أثناء فترة إجراء البحث والدراسات الميدانية في سوريا.

المخلص لكم،



هارو تسوناشيا

رئيس فريق الدراسة

دراسة تحسين نوعية المنتجات الزراعية
في الجمهورية العربية السورية

جدول المحتويات

| | | |
|-------|--|----|
| ١ | الفصل الأول: مقدمة | ١ |
| ١-١ | خلفية الدراسة | ١ |
| ٢-١ | أهداف الدراسة | ١ |
| ٣-١ | منطقة الدراسة | ١ |
| ٤-١ | مجال ومحتويات الدراسة | ١ |
| ٣ | الفصل الثاني: خلفية | ٣ |
| ١-٢ | الاقتصاد السوري | ٢ |
| ١-١-٢ | البنية والنمو | ٢ |
| ٢-١-٢ | عدد السكان والاستخدام | ٢ |
| ٣-١-٢ | التجارة | ٤ |
| ٤-١-٢ | الأسعار | ٤ |
| ٢-٢ | قطاع الزراعة | ٤ |
| ١-٢-٢ | القطاع الفرعي للمحاصيل | ٤ |
| ٢-٢-٢ | القطاع الفرعي للمواشي | ٥ |
| ٣-٢ | الفواكه والخضار | ٦ |
| ١-٣-٢ | الفواكه | ٦ |
| ٢-٣-٢ | الخضار | ٧ |
| ٨ | الفصل الثالث: إعادة النظر في الفواكه والخضار | ٨ |
| ١-٣ | الإنتاج الزراعي والشحن | ٨ |
| ١-١-٣ | إنتاج الفواكه | ٨ |
| ٢-١-٣ | إنتاج الخضار | ٩ |
| ٣-١-٣ | الحصاد والشحن | ١٠ |
| ٢-٣ | التسويق والتصنيع | ١١ |
| ١-٢-٣ | المنظر العام في تسويق الفواكه والخضار | ١١ |
| ٢-٢-٣ | أسواق الجملة | ١٢ |
| ٣-٢-٣ | السعر | ١٣ |
| ٤-٢-٣ | التصنيع | ١٤ |
| ٥-٢-٣ | التصدير | ١٥ |
| ٦-٢-٣ | المعايير | ١٥ |
| ١٦ | الفصل الرابع: نتائج دراسات السلع | ١٦ |
| ١-٤ | البرتقال | ١٦ |
| ١-١-٤ | الإنتاج | ١٦ |

| | | |
|---------|--|-------|
| ١٦..... | الحصاد والشحن..... | ٢-١-٤ |
| ١٧..... | التسويق والتصنيع..... | ٣-١-٤ |
| ١٧..... | التنبؤات بالعرض والطلب..... | ٤-١-٤ |
| ١٧..... | الاحتمال..... | ٥-١-٤ |
| ١٨..... | البطاطا..... | ٢-٤ |
| ١٨..... | الإنتاج..... | ١-٢-٤ |
| ١٨..... | الحصاد والشحن..... | ٢-٢-٤ |
| ١٩..... | التسويق والتصنيع..... | ٣-٢-٤ |
| ١٩..... | التنبؤات بالعرض والطلب..... | ٤-٢-٤ |
| ١٩..... | الاحتمال..... | ٥-٢-٤ |
| ٢٠..... | التفاح..... | ٣-٤ |
| ٢٠..... | الإنتاج..... | ١-٣-٤ |
| ٢٠..... | الحصاد والشحن..... | ٢-٣-٤ |
| ٢١..... | التسويق..... | ٣-٣-٤ |
| ٢١..... | التنبؤات بالعرض والطلب..... | ٤-٣-٤ |
| ٢٢..... | الاحتمال..... | ٥-٣-٤ |
| ٢٢..... | البنندورة..... | ٤-٤ |
| ٢٣..... | الإنتاج..... | ١-٤-٤ |
| ٢٣..... | الحصاد والشحن..... | ٢-٤-٤ |
| ٢٣..... | التسويق والتصنيع..... | ٣-٤-٤ |
| ٢٤..... | التنبؤات بالعرض والطلب..... | ٤-٤-٤ |
| ٢٤..... | الاحتمال..... | ٥-٤-٤ |
| ٢٥..... | الزيتون/ زيت الزيتون..... | ٥-٤ |
| ٢٥..... | الإنتاج..... | ١-٥-٤ |
| ٢٦..... | التسويق..... | ٢-٥-٤ |
| ٢٧..... | التنبؤات بالعرض والطلب..... | ٣-٥-٤ |
| ٢٨..... | الاحتمال..... | ٤-٥-٤ |
| ٣٠..... | الفصل الخامس: نظام معلومات السوق: | |
| ٣٠..... | الوضع الراهن..... | ١-٥ |
| ٣١..... | نظام معلومات السوق النموذجي..... | ٢-٥ |
| ٣٤..... | الفصل السادس: الاستراتيجيات لتحسين نوعية المنتجات الزراعية..... | |
| ٢٤..... | الإنتاج..... | ١-٦ |
| ٣٥..... | التسويق..... | ٢-٦ |
| ٣٧..... | المسائل المؤسسية أو القانونية..... | ٣-٦ |

الفصل السابع: إختيار المشاريع ذات الأولوية ٣٩

- ١-٧ قواعد التقييم..... ٣٩
٢-٧ تقييم مركبات الاستراتيجية الرئيسية (المشروع/ المسألة) ٣٩
٣-٧ إختيار المشاريع ذات الأولوية..... ٤٠

الفصل الثامن: المسائل ذات الأولوية لتحسين النوعية..... ٤١

- ١-٨ التسويق الجماعي من قبل المنتجين ٤١
١-١-٨ خلفية وضرورة التسويق الجماعي من قبل المنتجين..... ٤١
٢-١-٨ إختيار منطقة الهدف في اللاذقية..... ٤٢
٣-١-٨ ورشة العمل حول تحسين تسويق الحمضيات ٤٣
٤-١-٨ خطة التسويق الجماعي من قبل المنتجين..... ٤٧
٥-١-٨ خطة نظام الدعم للتسويق الجماعي..... ٤٩
٦-١-٨ خطة التنفيذ..... ٥١
٧-١-٨ التوصيات ٥٢
٢-٨ تحسين سوق الجملة..... ٥٢
١-٢-٨ الخلفية ٥٢
٢-٢-٨ المفهوم الأساسي لخطة التحسين..... ٥٢
٣-٢-٨ الوضع الراهن لسوق الجملة في مدينة بعشق ٥٣
٤-٢-٨ الأفكار المقترحة حول سوق الجملة الجديدة..... ٥٣
٥-٢-٨ التوصيات ٦١
٣-٨ مشروع خدمة معلومات السوق..... ٦٢
١-٣-٨ أهداف المشروع..... ٦٢
٢-٣-٨ مجموعة الهدف للمشروع..... ٦٢
٣-٣-٨ موجز مشروع خدمة معلومات السوق..... ٦٢
٤-٣-٨ خطة التنفيذ..... ٦٧
٥-٣-٨ الهيكل التنظيمي لتنفيذ، تشغيل/ إدارة المشروع..... ٦٩
٦-٣-٨ المدخلات الضرورية لتنفيذ المشروع..... ٧٠
٧-٣-٨ التوصيات ٧١

الفصل التاسع: التوصيات الإجمالية..... ٧٢

- ١-٩ المشاريع ذات الأولوية ٧٢
١-١-٩ مشروع التسويق الجماعي من قبل المنتجين..... ٧٢
٢-١-٩ خطة تحسين سوق الجملة..... ٧٣
٣-١-٩ مشروع خدمات معلومات السوق..... ٧٣
٢-٩ المسائل الأخرى والمشاريع ٧٤

خريطة موقع منطقة الدراسة



مجموعة الصور



مكتب فريق الدراسة في MAAR



وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي (MAAR)



درس ميداني في حقل بطاطا في منطقة إدلب



درس ميداني في سوق حلب بالجملة



معمل التخطيط التشاركي



الحلقة الدراسية للتقرير النهائي الأولي

الفصل الأول: مقدمة

١-١ خلفية الدراسة:

بدأت دراسة تحسين نوعية المنتجات الزراعية في الجمهورية العربية السورية بناء على مجال العمل المتفق عليه بتاريخ ٢١ أيلول ٢٠٠٠م بين وكالة التعاون الدولي اليابانية/جايسكا، الوكالة الرسمية المسؤولة عن تنفيذ برامج التعاون الفني لحكومة اليابان وبين وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بالجمهورية العربية السورية.

تمتد فترة الدراسة ١٧ شهراً وتتضمن مرحلتين (ثلاث فترات) من الدراسة الميدانية في الجمهورية العربية السورية وأربع فترات من الدراسة في اليابان. قد أجريت الدراسة الميدانية الأولى من منتصف شهر كانون الثاني ٢٠٠١م حتى منتصف آذار ٢٠٠١م وتبعتها الدراسة الميدانية الثانية بدأت من بداية شهر أيار ٢٠٠١م حتى أواسط شهر تموز ٢٠٠١م. بدأت المرحلة الثانية من الدراسة الميدانية (الفترة الثالثة) في أواسط شهر تشرين الثاني ٢٠٠١م وانتهت في أواسط شهر شباط ٢٠٠٢م.

٢-١ أهداف الدراسة:

أهداف الدراسة هي:

- (١) إعداد تقارير الدراسة حول (أ) البرتقال، (ب) التفاح، (ت) الزيتون وزيت الزيتون، (ث) البندورة، (ج) البطاطا والتي سيشار إليها فيما بعد (السلع).
- (٢) صياغة خطة تنفيذ و/أو خطة تشغيل المشروع (المشاريع) ذو الأولوية والمقترح (المقترحة) في تقارير الدراسة.
- (٣) نقل التكنولوجيا إلى فريق النظراء السوريين من خلال مراحل الدراسة.

٣-١ منطقة الدراسة:

منطقة الدراسة تغطي منطقة الزراعة الرئيسية، مناطق تصنيع السلع ومناطق تسويق السلع. ولكن، إن تحليل المعطيات سيغطي كافة المحافظات السورية والدول الأخرى ذات العلاقة مع السلع السورية اعتماداً على ضرورة أهداف الدراسة.

٤-١ مجال ومحتويات الدراسة:

المحتويات الرئيسية في الدراسة هي:

إعداد خطط تحسين النوعية لخمسة سلع زراعية (البرتقال، التفاح، الزيتون وزيت الزيتون، البندورة والبطاطا) متضمناً النقاط التالية:

- مسح الشحن ومسح السوق داخل سورية وخارجها.
- تقارير السلع للسلع الخمس.
- خطط تحسين النوعية بناء على تقارير السلع المذكورة أعلاه.

• استيعاب الكفاءة ونقل التكنولوجيا المتعلقة بما ذكر أعلاه.

هذا الخطط تهدف إلى :

- تمكين الحكومة السورية من تزويد الأطراف المعنية بمعلومات السوق بشكل متواصل.
- تمكين التجار من حفظ النوعية وخفض الفوائد أثناء التوزيع.
- تمكين المنتجين من تنفيذ مراقبة النوعية بناء على معيار التدرج، استجابة لمتطلبات السوق وخفض الفوائد.

الفصل الثاني: خلفية

١-٢ الاقتصاد السوري:

١-١-٢ البنية والنمو:

قد تغيرت البنية الاقتصادية قليلا في السنوات الثلاثين الماضية برغم أن الاعتماد على القطاعين الرئيسيين أي قطاع الزراعة وقطاع التعدين والتصنيع زاد بشكل مطرد. شغل قطاع الزراعة بحوالي ٢٠٪ من إجمالي الناتج الداخلي من ١٩٧٠ إلى ١٩٨٥ وبعد ذلك بين ٢٠٪ ~ ٣٠٪. توسع قطاع التعدين والتصنيع من ١٥٪ ~ ٢٠٪ من إجمالي الناتج الداخلي في السبعينات إلى ٢٥٪ ~ ٣٠٪، سبب التوسع الرئيسي هو زيادة إنتاج النفط.

انخفضت تجارة البيع بالجملة والبيع بالمفرق وبقي قطاع النقل والاتصالات ثابتا. كان التركيب القطاعي لإجمالي الناتج الداخلي في ١٩٩٩ موزعا على الزراعة ٢٤٪، على التعدين والتصنيع ٢٧٪ وعلى التجارة بالجملة والمفرق ١٩٪، على النقل والاتصالات ١٢٪ وعلى الخدمات الأخرى ١٧٪.

بلغ معدل النمو السنوي في إجمالي الناتج الداخلي بين ١٩٩٠ ~ ١٩٩٩ ٦.١٪ مع ١٣.٥٪ كحد أقصى و ١.٨٪ كحد أدنى.

تسببت جميع التغيرات تقريبا في إجمالي الناتج الداخلي عن الأحوال المناخية، التقلبات المحولة في إنتاج المحصول الشجري وتغير الأسعار التي شهدتها الزراعة.

حيث أن الزراعة تشغل بـ ٢٥٪ في إجمالي الناتج الداخلي فإن التغيير بنسبة ١.٠٪ في خرج الزراعة يؤدي إلى تغير بنسبة ٠.٢٥٪ في إجمالي الناتج الداخلي. بلغ معدل النمو السنوي لقطاع الزراعة ٥.١٪ بين ١٩٩٠ وبين ١٩٩٩ وكان يتراوح بين ٢٢٪ كحد أقصى و بين ١٧٪ كحد أدنى.

يحد نمو السكان السريع من تحسين مستويات المعيشة. ازداد عدد السكان بـ ٢٢٪ من ١٩٩٠ إلى ١٩٩٩ وحدد ارتفاع إجمالي الناتج الداخلي للشخص الواحد بـ ٢٩٪. تشير الإحصاءات الرسمية إلى أن إجمالي الناتج الداخلي للشخص الواحد في ١٩٩٩ يبلغ ٨٩٥ دولار أمريكي. يقدر البنك العالمي إجمالي الناتج الداخلي للشخص الواحد في سورية بـ ٩٧٠ دولار أمريكي وتحتل سورية المرتبة المئة الخامسة والثلاثين بين ٢٠٧ دولة تمت مقارنتها مع سورية.

٢-١-٢ عدد السكان والاستخدام

السكان في سورية حديث الأجيال ويشير تعداد السكان الأخير في ١٩٩٤ إلى أن ٥٦٪ من إجمالي السكان السوري يتكون من مجموعات أعمارها أقل من عشرين سنة. نمت السكان سنويا بنسبة ٣.٤٪ من ١٩٧٠ إلى ١٩٨١ وبنسبة ٣.٢٪ من ذلك الحين حتى ١٩٩٤. يبلغ العمر المرتقب عند الولادة ٦٩ سنة. يتم تصنيف أكثر من نصف إجمالي السكان (٥٠.٥٪) من المناطق الريفية. يقدر البنك العالمي عدد السكان السوري في ١٩٩٩ بـ ١٥.٧ مليون ويتوقع أن معدل النمو السنوي سيبلغ ٢.١٪ من ١٩٩٩ إلى ٢٠١٥.

كانت إجمالي القوى العاملة في ١٩٩٩ حوالي ٤.١ مليون شخص، بينهم ٣.٤ مليون شخص من الذكور و ٠.٧ مليون شخص من الإناث. قطاع الزراعة مقدم فرص العمل الرئيسي مستخدماً ٢٩٪ من إجمالي القوى العاملة، ٢٤٪ من إجمالي القوى العاملة ذكور و ٥١٪ من إجمالي القوى العاملة إناث.

٣-١-٢ التجارة

تبقى إجمالي التجارة السورية التي تساوي تقريباً ١٠٪ من إجمالي الناتج الداخلي في حالة العجز بشكل ثابت بنسبة حوالي ٢٪ من إجمالي الناتج الداخلي رغم وجود الفائض في ٢٠٠٠. عوضت مقبوضات الخدمات والتحويلات المالية من العمال الساكنين خارج سورية والتحويلات الخاصة عن العجز مما أدى إلى إحداث ميزان الحساب الحالي الإيجابي والصغير.

إن أساس التصدير ضيق جداً حيث أن النفط الخام يشغل بـ ٥٥٪ ~ ٦٥٪ من إجمالي التصدير وتتبعه المواد الكبيرة الثلاث (المنسوجات، القطن، الفواكه والخضار) التي تبلغ نسبها بين ٢٠٪ ~ ٢٥٪ من إجمالي التصدير. مقصد التصدير الرئيسي هو الاتحاد الأوروبي (أكثر من ٦٠٪ بكثير من الإجمالي) مع كون إيطاليا، المملكة المتحدة وإسبانيا الدول المشتري الرئيسية بسبب صادرات النفط إليها بشكل رئيسي. الأسواق الإقليمية الأكبر، هي مهمة أكثر بالنسبة للصادرات غيرالنفط مثل السلع الزراعية خاصة الفواكه والخضار، هي تركيا (بين ٩٪ ~ ١٠٪ من إجمالي الصادرات)، المملكة العربية السعودية (٦٪ ~ ٨٪) ولبنان (٤٪). قد بلغت قيمة الصادرات الزراعية لكل ١٩٩٧ و ١٩٩٨ حوالي ١.٠٠٠ مليون دولار أمريكي وكانت تمثل هذه القيمة حوالي ٢٠٪ من جميع الصادرات.

أكبر مصادر الاستيراد هي الاتحاد الأوروبي (٢٠٪ من الإجمالي)، تشغل ألمانيا والمملكة المتحدة وإيطاليا بـ ٦٥٪ من إجمالي صادرات الاتحاد الأوروبي الموجهة إلى سورية. الدول الموردة الرئيسية الأخرى هي تركيا، الولايات المتحدة الأمريكية واليابان تشغل كل منها بحوالي ٥٪. في ٢٠٠٠، كانت حوالي ٦٤٪ من الواردات السلع الاستهلاكية نصف الجاهزة و ١٢٪ منها السلع الاستهلاكية النهائية و ٢٢٪ منها السلع الرأسمالية.

٤-١-٢ الأسعار

بلغت الزيادة السنوية في مؤشرات أسعار الجملة والمفرق المعدة من قبل مكتب الإحصاءات المركزي ٥,٢٪ لفترة ١٩٩٠ ~ ١٩٩٩. ارتفعت مؤشرات أسعار الجملة والمفرق بـ ٩,١٪ سنوياً لفترة ١٩٩٠ ~ ١٩٩٥ و ١,٠٪ لفترة ١٩٩٥ ~ ١٩٩٩.

٢-٢ قطاع الزراعة

١-٢-٢ القطاع الفرعي للمحاصيل

حوالي ٢٠٪ من إجمالي الأراضي السورية البالغة مساحتها ١٨,٥ مليون هكتار غير صالحة للزراعة بسبب كونها صخرية أو رملية، تحتلها الأنهار والبحيرات أو مستخدمة للمباني والطرق العامة. تغطي الغابات والسهوب/المراعي

٨,٦ مليون هكتار، تبقى المساحة ٦ مليون هكتار صالحة للزراعة و ٩٢٪ منها مسجلة مزروعة.

في ٢٠٠٠، شغلت المحاصيل الحقلية ٤,٧ مليون هكتار أو ٨٠٪ من إجمالي المساحة المزروعة. استخدمت الأشجار المثمرة ٠,٨ مليون هكتار واستخدمت الخضار ٠,١ مليون هكتار. قد شهدت التسعينات تخفيضا قليلا في المساحة المزروعة بالخضار وزيادة قليلة في المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة وتغيرا صغيرا في المساحة المزروعة بالمحاصيل الحقلية. إن القمح والشعير مستخدمان أكبر الأراضي الزراعية. وكانا مزروعين في المساحة البالغة نسبتها ٦٤٪ من إجمالي الأراضي المزروعة. كانت الزيتون (١٠٪ من إجمالي الأراضي الزراعية)، القطن (٦٪) والعدس (٣٪) مستخدمة مهمة للأراضي الزراعية بعد القمح والشعير.

قد بدأت الحكومة السورية العمل لتأمين الإنتاج ورفع الغلال بواسطة زيادة المساحة المروية. زادت المساحة المزروعة تحت الري من ٠,٨٣ مليون هكتار (١٥٪ من إجمالي المساحة المزروعة) في ١٩٩٠ إلى ١,٣٣ مليون هكتار (٢٨٪) في ٢٠٠٠. أستخدمت جميع المساحة المروية المزيدة تقريبا من أجل المحاصيل الحقلية.

يولد القطاع الفرعي للمحصول ٧٠٪ من إنتاج القطاع. زاد إنتاج جميع المحاصيل الرئيسية ما عدا الشعير زيادة أكثر من نمو السكان في التسعينات ورفع الاعتماد الذاتي السوري على الغذاء. كانت الاتجاهات الرئيسية في الإنتاج هي (أ) توسع إنتاج القمح أسرع من نمو السكان بشكل مستمر، (ب) استجاب إنتاج المحاصيل الصناعية من القطن وشمندر السكر لمبادرة الحكومة السورية لزيادة تزويد مياه الري، (ج) زاد إنتاج الفواكه بشكل حاد قاده إنتاج البرتقال والزيتون (د) زاد إنتاج معظم الخضار بشكل مطرد.

٢-٢-٢ القطاع الفرعي للمواشي

إن المواشي (في الأغلب، البقر، الخروف، المواز والدواجن) التي يربيتها سكان المناطق الريفية تحت أنظمة الزراعة المختلطة بوجه التقريب مصدر هام للدخل بالنسبة للمزارعين ومصدر الغذاء بالنسبة لكافة السكان. قد زادت سورية في السنوات الأخيرة عدد رؤوس الحيوانات والإنتاجية مما أدى إلى تقديم الخرج الأعلى.

أزداد عدد رؤوس البقر بنسبة ٢٥٪ بين ١٩٩٠ وبين ١٩٩٩، أي من ٧٨٧,٠٠٠ رأس إلى ٩٧٨,٠٠٠ رأس. قد تغير تركيب القطعان الوطنية بشكل ملحوظ حيث أن السلالات المدخلة قد تم لها التهجين مع السلالات المحلية لإنتاج السلالات (المحسنة) العالية الإنتاجية التي ارتفعت من ٢٨٪ إلى ٦٠٪ من إجمالي القطعان الوطنية. أدى المعدل المرتفع في نوعية القطعان الوطنية إلى زيادة كبيرة في كلا إنتاجية والإنتاج. بقي عدد رؤوس الخروف (يبلغ حوالي ١,٥ مليون رأس) وعدد رؤوس المواز (يبلغ حوالي ١٤ مليون رأس) ثابتا خلال التسعينات.

الدواجن مهمة بالنسبة للمؤسسات التجارية والأسر الزراعية لإنتاج المحلي. ازداد عدد الدجاج من ١٤,٨ مليون إلى ٢١,٠ مليون بين ١٩٩٠ وبين ١٩٩٩، وارتفع الخرج من اللحوم من ٦٠,٠٠٠ طن إلى ١٠٤,٠٠٠ طن وارتفع الخرج من البيض من ١,٥ مليون إلى ٢,٥ مليون. تصدر حوالي ٨٠٪ ~ ٨٥٪ من إجمالي اللحوم عن الدجاج وتصدر حوالي ٨٠٪ ~ ٨٥٪ من إجمالي البيض عن المزارع التجارية والنسبة المتبقية تأتي من الطيور التي يجري تربيتها محليا. تتضمن الدواجن أيضا البط وعددها ٥٤٠٠٠ والوز وعددها ٥٢٠٠٠ والديك الرومي وعدده ٢٥٥٠٠٠.

٣-٢ الفواكه والخضار

١-٣-٢ الفواكه

(١) المساحة

توسعت مساحة معظم الأصناف طوال التسعينات وكانت تغيرات كبيرة في تركيب إجمالي المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة حيث أن المزارعين قد استجابوا للأسعار وسياسة الحكومة. أصبح اثنان من المحاصيل الثلاثة الهدف في هذه الدراسة مهمين أكثر. ازدادت حصة الزيتون من ٥٢٪ إلى ٦٠٪ من الإجمالي وحصة البرتقال ازدادت من ١٠,٣٪ إلى ١١,٧٪. هبطت حصة التفاح من ٦,٤٪ إلى ٦,٢٪.

الجدول ١٠٦. سورية: مساحات الأشجار المثمرة

| المساحة (النسبة المئوية من الإجمالي) | | المحصول |
|--------------------------------------|-------|----------------------------|
| ١٩٩٩ | ١٩٩٠ | |
| ٥٩,٩ | ٥٢,٢ | الزيتون |
| ٦,٢ | ٦,٤ | التفاح |
| ١,٧ | ١,٣ | البرتقال |
| ١,٨ | ١,٥ | الفواكه الأخرى |
| ٨,٧ | ١٤,٤ | العنب |
| ٧,٤ | ٨,٦ | الفسق |
| ١٤,٢ | ١٥,٤ | الأخرى |
| ١٠٠,٠ | ١٠٠,٠ | الإجمالي |
| ٨٠٠,٢ | ٧٤٨,٩ | إجمالي المساحة (ألف هكتار) |

(٢) الإنتاج

زاد إنتاج معظم الفواكه كثيرا في التسعينات. زاد الإنتاج من المحاصيل الثلاثة وهي هدف الدراسة زيادة كبيرة. نسبة زيادة الإنتاج من الزيتون ٧٠٪ حتى بلغ إنتاجه ٦٠٠.٠٠٠ طن (معدل العامين)، نسبة زيادة الإنتاج من البرتقال أكبر من ١٠٠٪ حتى بلغ إنتاجه ٤٠٧.٠٠٠ طن ونسبة زيادة الإنتاج من التفاح ٥٠٪ حتى بلغ ٢٩٠.٠٠٠ طن. توسع العدد الإجمالي من الأشجار المثمرة لمعظم الأصناف في التسعينات ماعدا العنب. أدى الغرس الجديد المتواصل إلى وجود الحصة العالية (حوالي الثلث) من جميع الأشجار غير المنتجة بعد. ٦٧٪ من إجمالي أشجار الزيتون منتجة الآن، ٧٥٪ من إجمالي أشجار البرتقال و ٦٦٪ من إجمالي أشجار التفاح منتجة الآن. سيتوسع الإنتاج في بعض السنوات القادمة حيث أن الأشجار الحديثة تبدأ إثمار الثمار والأشجار المثمرة حاليا تكون ناضجة أكثر وتعطي غلة أكثر.

٢-٣-٢ الخضار

(١) المساحة

تشير التقديرات الرسمية إلى أن الخضار تشغل بـ ١٠٪ ~ ١٢٪ من قيمة إنتاج القطاع الفرعي للمحصول. ولكن، تطبق سورية تعريفا غير تقليدي لتصنيف الخضار. لذا تبقى قيمة الإنتاج الدقيقة غير واضحة. تتنوع زراعة الخضار كبيرا من ٢٠ نوع على الأقل وكل واحد منها يشغل أكثر من ١٪ من المساحة المزروعة. الأنواع المهمة الأكثر بشأن المساحة، البطاطا (٢١٪ من إجمالي المساحة المزروعة بالخضار)، البندورة (١٤٪)، البطيخ الأحمر (١٠٪) الخيار (٧٪) والباذنجان (٦٪).

هبطت إجمالي المساحة المزروعة بالخضار من ١٦٢٠٠٠ هكتار في ١٩٩٠ إلى ١١٧,٠٠٠ هكتار في ٢٠٠٠. هبطت مساحة جميع المحاصيل تقريبا مع هبوط مساحات البطيخ الأحمر، البطيخ الأصفر، الخيار، القرع والبصل التي سجلت هبوطا حادا. بقيت المساحة المزروعة بالبطاطا ثابتة تقريبا وهبطت المساحة المزروعة بالبندورة هبوطا كبيرا، ولكن فقد تم تعويض هذا الهبوط بالانتقال إلى زراعة البندورة البلاستيكية المكثفة أكثر.

(٢) الإنتاج

رغم انخفاض المساحات المزروعة زاد إنتاج معظم الخضار حيث أن الزراعة الأحسن رفعت غللا. كان الري عاملا هاما في تحسين الزراعة حيث أن المساحة المزودة بالري ارتفعت من ٦٢٪ إلى ٧٢٪ من إجمالي المساحة.

الجدول ٢٠١ سورية: إنتاج الخضار الرئيسي (ألف طن)

| المحصول | ١٩٩١ | | | ٢٠٠٠ | | |
|----------------------|----------|----------|----------|-------|------|--------|
| | مروي | بعلي | إجمالي | مروي | بعلي | إجمالي |
| البطاطا | ٣٨٢,٨ | ١٥,٤ | ٣٩٨,٢ | ٤٧٩,٤ | ٥,٣ | ٤٨٤,٧ |
| البندورة الحقلية | غير متاح | غير متاح | غير متاح | ٤٤٩,٧ | ٢٤,٣ | ٤٧٤,٠ |
| البندورة البلاستيكية | غير متاح | غير متاح | غير متاح | ٢٧٩,٢ | ٠ | ٢٧٩,٢ |
| البطيخ الأحمر | ١١٦,٨ | ١٣٢,٩ | ٢٤٩,٧ | ١٣٦,٩ | ٦٤,٦ | ٢٠١,٥ |
| الخيار | ٨٦,٨ | ٧,١ | ٩٣,٩ | ٨٢,٨ | ٨,٤ | ٩١,٢ |
| الباذنجان | ١١٤,٦ | ٠ | ١١٤,٦ | ١٢٢,٧ | ٠ | ١٢٢,٧ |

الفصل الثالث: إعادة النظر في الفواكه والخضار

١-٣ الإنتاج الزراعي والشحن

١-١-٣ إنتاج الفواكه

كانت إجمالي المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة في ٢٠٠٠ حوالي ٨٠٠,٠٠٠ هكتار التي تبلغ نسبتها ٤,٢٪ من إجمالي الأراضي السورية. يشغل الزيتون بحوالي ٦٠٪ من إجمالي المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة والعنب، الفستق، التفاح والحمضيات بـ ٩٪، ٧٪، ٦٪، و ٢٪ على التوالي. تتركز الأشجار المثمرة في المحافظات الغربية حلب، ادلب، طرطوس واللاذقية بسبب الظروف المناخية المناسبة فيها. تتركز الأشجار المثمرة أي العنب، اللوز، التفاح والكرز في المحافظات الوسطى والجنوبية الغربية حمص، ريف دمشق، والسويداء بشكل رئيسي. أما الفستق فهو يتركز رئيسيا في محافظتي حماة وحلب. تتركز أشجار الحمضيات في الإقليم الساحلي للبحر الأبيض المتوسط مثل اللاذقية وطرطوس.

كان إجمالي إنتاج الفواكه ٢,٢ مليون طن في ١٩٩٩ و ٢,٩ مليون طن في ٢٠٠٠. شهدت السنة ١٩٩٩ حصادا فقيرا من الزيتون والفواكه مثل الكرز، التفاح، الفستق والبرتقال. كانت زيادة كبيرة في إنتاج معظم الفواكه منذ ١٩٩٢. نتجت زيادة الإنتاج من الزيتون، التفاح، اللوز، الكرز والبرتقال عن زيادة المساحة المزروعة بها بشكل رئيسي ونتجت زيادة الإنتاج من البرتقال، المندرين، الرمان، اللوز، الفستق، الكرز والكمثرى عن زيادة الغلة بشكل رئيسي.

زادت غلال الفواكه بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة حيث أن التحسين الكبير أنجز للبرتقال والحمضيات الأخرى (المندرين رئيسيا). غلال البرتقال، المندرين، الليمون، الخوخ والتين أعلى بكثير من الغلال في أوروبا والعالم بينما غلال التفاح، الكمثرى، الزيتون والفستق أخفض من المستوى العالمي.

إن عدد الأسر الزراعية المنتجة للفواكه وأحجام مزارعها غير واضحة. تختلف أحجام المزارع حسب أصناف الفواكه تزرع، عادة تكون مزارع الزيتون أكبر من مزارع الفواكه الأخرى وحجم مزارع الحمضيات صغير جدا، أغليبتهم أقل من ١ هكتار.

بينما يدخل كثير من المزارعين المكافحة البيولوجية والزراعة العضوية لإنتاج المنتجات السليمة والقابلة للتسويق. أنهم غير مستهفين بكثير لإنتاج المنتجات المسوقة ذات مظهر طيب. على سبيل المثال، لا يقوم معظم المزارعين بتخفيف الأشجار الحديثة أو بتشذيب الأغصان المهملة، مما يؤدي إلى إحداث التغيرات الكبيرة في النوعية أي الشكل، اللون والنوع.

تزرع الحمضيات والدراق مروية في الأغلب. بينما تزرع الفواكه مثل الزيتون، الفستق، العنب والتفاح بتغذية الأمطار في الأغلب. تبلغ المساحة المروية للزيتون فقط ٦٪ من إجمالي المساحة. أما المساحات المروية للفستق، العنب والتفاح ٥٪، ١٥٪ و ٢٤٪ على التوالي.

تجري وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي حاليا تنمية الأراضي الزراعية الجديدة حيث يجري فيها إدخال الأنواع الكثيرة من الأشجار المثمرة. عند اختيار أنواع الأشجار المثمرة لهذه المناطق يجب الأخذ بعين الاعتبار تكاليف مرافق الري والاحتياج من القوى العاملة أكثر.

إن إنتاج الزيتون، البرتقال، المندرين، التفاح والعنب متزايد ويعادل عرض معظم الفواكه هذه الطلب تقريبا أو أكثر من الطلب. تتوصل الأشجار الحديثة التي زرعت في السنوات الأخيرة إلى عمر إثمار الثمار حاليا. لذا، بجانب الظروف الطبيعية يجب الأخذ بعين الاعتبار تفضيل المستهلكين في اختيار أنواع الفواكه للمناطق التي تمت تنميتها حديثا.

فيما يتعلق بالتصدير فتكون النوعية العالية والتكاليف المنخفضة خطيرة الشأن لكسب الأسواق. تكون الإرشادات المعززة من قبل وحدات الإرشاد الزراعي والمديريات بما فيه الإرشادات حول الممارسات الزراعية ومعلومات التسويق ضرورية.

٣-١-٢ إنتاج الخضار

تعريف (الخضار) في سورية غير تقليدي. تتضمن الخضار في سورية الورقة، الفاكهة، الخضار الجذرية وبعض الفاصولياء الطازجة ولكن باستثناء الزيت والمحاصيل الصناعية مثل فول الصويا وشمندر السكر. كانت إجمالي المساحة المزروعة بالخضار في ٢٠٠٠ حوالي ١١٤,٠٠٠ هكتار أو ٠,٦٪ من إجمالي الأراضي السورية. الخضار الرئيسية هي البطاطا، البندورة، البطيخ الأحمر، الخيار، الباذنجان، البطيخ الأصفر والباقلی ممثلة على التوالي ٢٠٪، ١٨٪، ١٢٪، ٦٪، ٥٪، ٤٪، و ٤٪ من إجمالي المساحة. تتركز الخضار في المحافظات الغربية حلب، ادلب، طرطوس، اللاذقية، حماة ودمشق التي تتمتع بتساقط الأمطار، مياه الري وأحوال التربة. انخفضت إجمالي المساحة المزروعة بالخضار تدريجيا في السنوات الأخيرة. من جهة أخرى ارتفع الإنتاج بسبب الزيادات في الغلة.

كان إجمالي إنتاج الخضار ٢,٠٥ مليون طن لعامين ١٩٩١ ~ ١٩٩٢ و ٢,١٨ مليون طن للعامين ١٩٩٩ ~ ٢٠٠٠، أي نسبة الزيادة فقط ٦٪ خلال ٨ سنوات. تحتفظ البندورة، البطاطا، البطيخ الأحمر، الباذنجان والخيار بالحصص الكبيرة معطية على التوالي ٢٥٪، ٢٢٪، ٩٪، ٦٪، و ٤٪ من إجمالي الوزن. زاد إنتاج البندورة، البطاطا، الثوم الجاف والخص. بينما بقي إنتاج البطيخ الأحمر، الباذنجان، الخيار والبصل الجاف في نفس المستوى أو هبط قليلا.

تتزايد غلال معظم الخضار تدريجيا. غلال القرنبيط السوري والفاصولية السورية أعلى من تلك في أوروبا والعالم. بينما غلال البندورة، الباذنجان، البطاطا، البصل الجاف والقرعة أعلى من المستوى العالمي ولكنها أدنى من الغلال في أوروبا. يحتفظ حوالي نصف الخضار بمعدل الغلال أعلى من تلك في العالم ولكن أدنى من تلك في أوروبا.

تؤثر البذار العالية الأسعار في تكاليف إنتاج الخضار بشكل خطير. معظم بذار البندورة هجينة مستوردة تحقق الغلة العالية وتتجنب أمراض الفيروس الضارة. يتم استيراد بذار البطاطا الخالية من الفيروس من هولندا والدول الأوروبية الأخرى. ولكن، في المستقبل القريب، يجب إنتاج بذار البطاطا في المؤسسة العامة لإكثار البذار.

٣-١-٣ الحصاد والشحن

يتم حصاد معظم الفواكه والخضار باليد والحصاد الآلي محدود. فيما يتعلق بسلع الهدف فيتم حصاد البطاطا فقط آليا ولكنه جزئيا - بواسطة حفارات البطاطا. تسبب المعاملة الخشنة أو المعاملة غير المحترسة أضرارا في الثمار والدرنات فيزيائيا مما يؤدي إلى زيادة التنفس وانخفاض الرطوبة بسبب الحرارة، غزوالميكروبات وبالتالي الأضرار الأخرى في مراحل لاحقة وإلى رداءة المظهر. كما أن الأضرار المادية في كثير من الأحيان تبقى غير واضحة فورا بعد حدوثها وتكون واضحة بعد وقت طويل من حدوثها أو تظهر عند تقشيرها فقط.

عادة، يقوم المزارعون السوريون بشحن الفواكه والخضار بعد الحصاد إلى أسواق الجملة مباشرة على انفراد. يقوم المزارعون بعد الحصاد بفرز منتجاتهم بالنظر وحسب الحجم في مزارعهم. استخدام الأدوات والمكنات لفرز محدود جدا ولا تطبق المعايير والمواصفات بدقة. على العموم، المنتجات الكبيرة الحجم موجهة للبيع والمنتجات الصغيرة الحجم موجهة للاستهلاك المنزلي أو لأغذية الحيوانات. يقوم المزارعون برحلات متكررة (أكثر من عشرة رحلات في كل موسم) إلى السوق بشاحنات مكشوفة صغيرة مما يؤدي إلى إحداث الأضرار في المنتجات وزيادة التكاليف وقضاء أوقات أكثر.

يتم تصنيع ثمار الزيتون الطازج عادة إلى الزيت أو زيتون المائدة للاستهلاك. يتم استخدام ثمار الأصناف الزيتية أو الثمار الصغيرة الحجم، الثمار المنخفضة الدرجة لاستخراج الزيت. مثل السلع الأخرى، يتم شحن أغلب الثمار الطازجة لزيتون المائدة إلى أسواق الجملة بعد الحصاد بقليل.

(٣) الفوائد

تحدث فوائد الفواكه والخضار في جميع المراحل بين الحقل والمستهلك. ولكن، تعريف (الفاقد) غير واضح والمعطيات المحدودة فقط متوفرة، لتوضيح فوائد سلع الهدف، أجري مسح تقييم الفاقد الصغيرة. تكشف نتائج المسح:

- الفوائد الناتجة عن عملية الحصاد (الضرر المادي) كبيرة في البرتقال (١,٨٪ ~ ٦,٠٪)، البندورة (١,٤٪ ~ ٤,٢٪) للبندورة الحقلية و ٣,٠٪ ~ ٥,٦٪ للبندورة البلاستيكية) والبطاطا (٢,٥٪ ~ ٤,٠٪)، ولكن الفوائد ليست كبيرة في التفاح (١,٥٪ ~ ٢,٠٪). يمكن تخفيض مثل هذه الفوائد بطريقة معاملة الفواكه المحترسة أكثر أو معاملة الدرنات المحترسة أكثر أثناء عملية الحصاد.
- الفوائد الناتجة عن الأضرار الأخرى غير الناتجة عن عملية الحصاد تجعل المنتجات غير قابلة للتسويق أو قابلة للتسويق بأسعار منخفضة جدا فقط. مثل هذه الأضرار الناتجة عن الأمراض، الحشرات، التشوه الخطير وعدم النضوج كبيرة في التفاح، البرتقال (٢٠٪ ~ ٣٠٪ لكل منها) و الزيتون (٢٠٪ ~ ٥٠٪). يعتمد تخفيض مثل هذه الأضرار على تحسين التكنولوجيا ما قبل الحصاد.

فيما يتعلق بالفوائد التي تحدث أثناء التخزين والنقل فتتفرح نتائج المقابلة أجريت مع الأطراف المعنية بما فيه المزارعين أن:

- فاقدة الوزن (فاقدة الرطوبة) أثناء التخزين كبيرة تبلغ ٥٪ لمدة ٤ ~ ٥ شهور للسفاح و ٣٪ ~ ٤٪ لمدة ٣ شهور للبطاطا.
- فاقدة الوزن أثناء نقل البطاطا على مسافة طويلة ٣٪ ~ ٤٪.
- قد تكون فواقد النوعية أكثر خطورة من فاقد الوزن.

٢-٣ التسويق والتصنيع

١-٢-٣ المنظر العام في تسويق الفواكه والخضار

كانت تجارة الفواكه الطازجة والخضار الطازجة في أيدي القطاع الخاص لمدة طويلة. تم تأسيس أسواق الجملة في الستينات. كان استيراد الفواكه والخضار من قبل القطاع الخاص مسموحاً منذ ١٩٨٥ والتصدير منذ ١٩٨٧. في الوقت الحاضر، يتم جميع التجارة الخارجية في الفواكه الطازجة والخضار الطازجة تقريباً من قبل القطاع الخاص. كان يتم تصنيع البندورة إلى معجون البندورة والزيتون إلى زيت الزيتون والأخرى من قبل الشركات العامة حتى النصف الأخير من الثمانينات. بعد أن سن قانون الاستثمار في ١٩٩١ وحيث أن إنتاج هذه السلع زاد بشكل سريع قد تم اندماج المعامل الكثيرة لتصنيع العصير، المعجون والمنتجات الأخرى في القطاع الخاص.

مرت حوالي ٢,٢ مليون طن من الفواكه والخضار بأسواق الجملة في ٢٠٠. قنوات التسويق الأخرى هي المبيعات المباشرة من قبل المزارعين إلى المصنعين، المصدرين والمستهلكين. حيث أنه لا يوجد في سورية السوبرماركيتات الكبيرة الحجم أو سلسلة الباعة بالمفرق، تعتبر أسواق الجملة قنوات رئيسية رابطة بين المنتجين والمستهلكين. يبيع معظم المزارعين منتجاتهم في أسواق الجملة على انفراد، من جهة أخرى، هناك الوسطاء الذين يجمعون المنتجات ويسلمونها إلى أسواق الجملة.

التدفق الرئيسي في تجارة الفواكه الطازجة والخضار الطازجة هو من المنتج إلى سوق الجملة، من سوق الجملة إلى الباعة بالمفرق، المصنعين والمصدرين ومن الباعة بالمفرق إلى المستهلكين. يحضر المزارعون والوسطاء المنتجات إلى الباعة بالجملة للبيع بالسعر المتفق عليه أو بالعمولة. يبدو أن الباعة بالجملة يحفظون موقفاً أقوى لتحديد الأسعار حيث أنهم يحوزون خبرة أوسع ومعرفة أكثر بشأن أحوال السوق. يبدو أن الباعة بالجملة يتحفظون الصلات الوثيقة مع الموردين المحددين، ولكن ليست مع مستهلكيهم.

اللاعبون المهمون في نظام السوق هم (الضمان) الذين يشترون المنتجات قبل الحصاد. في نقطة كل صفقة، يدفعون الضمان المبلغ المتفق عليه بالنقد أو بالمادة ومن ثم يتم نقل ملكية المنتجات (المحصول المتوقع) إلى الضمان. بعد إنهاء الصفقة يكونون الضمان مسؤولين عن العناية بالمحصول. قد يفضل المزارعون الذين يواجههم نقص الأموال والقوى العاملة أن يبيعوا المنتجات إلى الضمان للحصول على النقد مقدماً. يخاطرون الضمان بالحصاد الفعلي (الحجم والنوعية) وسعر السوق الذي يتحقق. وظائف الضمان متعددة حيث أنهم أحياناً الباعة بالجملة، المصدرون أو الآخرون. يبدو أن هذا النظام يطبق على نحو واسع، ولكن حجمه غير واضح.

٣-٢-٢ أسواق الجملة

(١) المنظر العام في أسواق الجملة في سورية

يوجد ١٢ سوق الجملة في كل محافظات القطر ماعدا السويداء والقنيطرة. يوجد أيضا أسواق الجملة الصغيرة الحجم في المحافظات المنتجة الرئيسية مثل محافظتي حلب واللاذقية. ملاك أسواق الجملة الإدارات المحلية (المحافظات)، هي مسؤولة عن صيانة مرافق أسواق الجملة.

يبلغ معدل مساحة الأرض للسوق ٣,٢ هكتار ويبلغ معدل المساحة للمباني ٦,٠٠٠ متر مربع. يبلغ معدل عدد المشتركين في أعمال السوق ٧٤ بائع بالجملة، ١٥٥ بائع نصف الجملة و ٨٢٠ شاحن (مورد). يبلغ عدد المشترين حوالي ٢٤٠ مشتر بمعدل، ولكنه يختلف حسب السوق على نحو واسع. عادة، يستأجر الباعة بالجملة محلاتهم (يدعى بالحجيرات Booths) البالغة مساحتها ٣٠ ~ ٥٠ متر مربع. تبلغ الأجرة عادة ١٥.٠٠٠ ~ ٣٠.٠٠٠ ليرة سورية سنويا وهي تتزايد. أما في الأسواق الصغيرة فتسبب الإدارات المحلية الحجيرات إلى الباعة بالجملة.

الإدارات المحلية مسؤولة عن إبرام عقود الإيجار، تحصيل الرسوم والنفقات، الأنظمة وحركة المرور داخل الأسواق الخ. يوجد في كل سوق الجملة لجنة السوق (تتشكل من ٤ ~ ١٢ عضو الذين يتم انتخابهم من بين الباعة بالجملة والباعة نصف الجملة) تقوم لجنة السوق بالاتصالات والمفاوضات مع الإدارات المحلية ويحل الخلافات بين المشتركين في أعمال السوق. من الضروري أن يحمل الباعة بالجملة الشهادات الصادرة عن غرفة التجارة.

(٢) الحجم الذي يتم تعامله في ١٢ سوق الجملة الرئيسية

تبلغ إجمالي الكمية من الصفقات اليومية في ١٢ سوق الجملة ١٢.٦٠٠ طن بالتقدير. تشغل سوق الجملة بمدينة دمشق بأكبر كمية تبلغ ٣.٩٠٠ طن تتبعها سوق الجملة في حلب (١.٤٠٠ طن)، سوق الجملة في اللاذقية (١.١٠٠ طن) وسوق الجملة في حماة (١.١٠٠ طن). تمثل سلع الهدف الخمس حوالي ٥٠٪ من إجمالي الكمية.

(٣) اللاعبون الرئيسيون في أسواق الجملة

يبدو أن الفرق الواضح لا يوجد بين بائع بالجملة وبين بائع نصف الجملة بلغة الدور والوظيفة. ولكن يملك بائع الجملة أموالا أكثر وخبرة أوسع ويتمتع بالثقة أكثر من بائع نصف الجملة. يبيع الباعة بالجملة والباعة نصف الجملة المنتجات إلى المشترين (الباعة بالمفرق، المصدرين، المصنعين الخ) عند طلب الشاحنين مقابل العمولة عادة. يمتاز كثير من الباعة بالجملة والباعة نصف الجملة بالخصائص المتعددة الوظائف. هم يقومون بالأعمال المتعلقة به مثل التصدير، التصنيع والبيع بالمفرق.

يبلغ إجمالي عدد الباعة بالجملة والباعة نصف الجملة في ١٢ سوق الجملة الرئيسية حوالي ١.٥٠٠ بائع، يعمل في كل سوق الجملة الفردية ٢٨ ~ ٤٠٠ بائع. كان معدل الحجم المتجر يوميا من قبل البائع بالجملة ٥٨ طن كان أعلى في الصيف (٦٩ طن) وأدنى في الشتاء (٥٠ طن).

يتكون الشاحنون إلى أسواق الجملة بشكل رئيسي من المنتجين (٨٢٪) والوسطاء (٩٪). يوجد متعهدو النقل

الذين ينقلون المنتجات إلى أسواق الجملة عند طلب المنتجين. يسلم الشاحنون معظم منتجاتهم (٦٢٪) من إجمالي المنتجات) إلى الأسواق الواقعة في محافظاتهم ويتم تسليم بقية المنتجات إلى الأسواق الأخرى في أماكن أخرى. تتجاوز مسافة النقل أكثر من ١٠٠ كيلومتر أحيانا.

يتكون المشترون من أصحاب متاجر البقال (٨٧٪)، أصحاب محلات العصير (٨٪) والآخرين. يسكن حوالي ٥٨٪ من المشترين ضمن ٥ كيلومترات من السوق و ٢٦٪ ضمن ٥ ~ ١٠ كيلومترات من السوق. يسكن حوالي ١١٪ من المشترين وراء ١٠ كيلومترات من السوق. يتم نقل المنتجات من الأسواق إلى متاجرهم بواسطة الشاحنات بيك أب المستأجرة أو العربات المقلدة المستأجرة. يملك ١١٪ من المشترين فقط مركباتهم الخاصة.

(٣) الفوائد في التسويق

إن الفوائد في أسواق الجملة التي تحدث في مراحل تفريغ وتقسيم الشحنة محدودة جدا حيث أن السلع عادة يتم تصريفها في نفس اليوم. أما مرحلة البيع بالمفرق فتحدث الفوائد أثناء النقل، التخزين والبيع. من الممكن أن تكون الفوائد الناتجة عن التنفس أثناء التخزين، اعتمادا على مدة التخزين، كبيرة. المعطيات المتعلقة بفوائد الفواكه والخضار في هذه المرحلة متوفرة بشكل قليل جدا. قد أجري المسح حول الفوائد في مرحلة البيع بالمفرق بواسطة الاستبيانات مع الباعة بالمفرق عددهم ١٠ من كل المحافظات السبع. تحدث الفوائد أثناء عمليات النقل والتخزين وتحدث أيضا في المنتجات الغير مباعة والأخرى. كانت إجمالي الفوائد في مرحلة التسويق ٨٪ للبندورة، ٦,٧٪ للبرتقال، ٤,٩٪ للثفاح و ٤,٦٪ للبطاطا بالتقدير.

٣-٢-٣ السعر

من الصعب في الواقع فهم أسعار باب المزرعة للفواكه والخضار الطازجة بشكل دقيق في سورية حيث أن معظم المزارعين يقومون بشحن منتجاتهم إلى أسواق الجملة مباشرة. يمكن حساب أسعار باب المزرعة بطرح تكاليف النقل وعمولة البائع بالجملة من السعر الذي يتحقق في أسواق الجملة.

يتم تحقيق أسعار الجملة وجها بوجه بين الباعة و المشترين بناء على السعر المتفق عليه مع الشاحنين. في تحديد سعر العرض للبيع بالجملة، عادة يحفظ الباعة بالجملة المبادرات والمزايا أكثر من الشاحنين.

يتم تحديد سعر المفرق بإضافة تكاليف وأرباح الباعة بالمفرق إلى سعر الجملة. ينظم القانون عمولة الباعة بالجملة وحد الباعة بالمفرق وتشرفها وزارة التموين والتجارة الداخلية، ولكن يبدو أن تطبيق الأنظمة غير صارم.

تختلف اتجاهات أسعار الجملة خلال السنوات عشرة الماضية حسب السلعة، بقيت أسعار الجملة للبرتقال والبطاطا ثابتة إلى حد ما، بينما ارتفعت أسعار الجملة للثفاح وزيت الزيتون ارتفاعا كبيرا. انخفض سعر الجملة للبندورة تدريجيا. تتبع الاتجاهات الطويلة الأمد في أسعار المفرق وتقلباتها الموسمية الاتجاهات الطويلة الأمد في أسعار الجملة على نحو ملئز.

التقلبات الموسمية بارزة خاصة في حالة البندورة والبرتقال. تكون التقلبات الموسمية للبندورة الشتوية التي تزرع في البيوت البلاستيكية أعلى بكثير من تلك للبندورة التي تزرع في الحقول المكشوفة. حيث أن التفاح، زيت الزيتون والبطاطا يمكن تخزينها لمدة طويلة فالتقلبات الموسمية في أسعارها أقل بالمقارنة مع تلك للفواكه والخضار القابلة للفساد مثل البرتقال والبندورة.

٣-٢-٤ التصنيع

يتكون التاريخ الحديث في تصنيع الفواكه والخضار الطازجة في سورية من ثلاثة مراحل. تمتد المرحلة الأولى من ١٩٤٦ إلى ١٩٥٩. تم تشجيع خلالها التصنيع لاستبدال الاستيراد. تمتد المرحلة الثانية من ١٩٦٠ إلى ١٩٨٥. أعطيت خلالها المعاملات التفضيلية لشركات الدولة ولم يتم تنفيذ تحديث المرافق وتحسين نوعية المنتجات ولم يتم التلبية لمطالب المستهلكين. في المرحلة الثالثة التي بدأت في ١٩٨٥، قد حدث تغير كبير. شجعت السياسة الاقتصادية الموجهة إلى السوق القطاع الخاص على الاشتراك في صناعة التصنيع. حتى نهاية ١٩٩٨، حصلت حوالي ٣٢٨ شركة على الرخص لتصنيع الأغذية.

يوجد حاليا ١٠ شركات الدولة لتصنيع الفواكه والخضار الطازجة بينما يبلغ عدد الشركات الخاصة حوالي ٤٠ شركة. تسود شركات الدولة تصنيع الحبوب والزيت الصالح للأكل. في حالة تصنيع الفواكه والخضار الطازجة فالقطاع الخاص يشغل أغلبية تصنيعها ماعدا معجون البندورة.

يوجد في سورية ١٥ شركة خاصة لإنتاج العصير الطبيعي والعصير المركز من البرتقال، التفاح، البندورة، العنب والأخرى.

يتم تصنيع حوالي ٥٠,٠٠٠ طن من البندورة الطازجة سنويا. تتضمن المنتجات من تصنيع البندورة المعجون، الكنشاب والعصير، ولكن كمية إنتاج العصير محدودة جدا. يعتبر تصنيع معجون البندورة أحد صناعات تصنيع الأغذية الرئيسية في سورية. تقوم ٦ شركة الدولة بتصنيع معجون البندورة رئيسيا.

يتم استخدام حوالي ٨٠٪ ~ ٨٥٪ من الزيتون الطازج لاستخراج الزيت. يبلغ عدد المعاصر الإجمالي في سورية في نهاية ٢٠٠١م ٨٠٨ معصرة. رغم زيادة إنتاج الزيتون لم يتغير عدد المعاصر بكثير في خمس سنوات الماضية. ولكن بواسطة استبدال معاصر المكابس بمعاصر الطرد المركزي المتواصل، زادت الطاقة وتم تحسين نوعية الزيت.

إن إنتاج رقائق البطاطا حديث في سورية. يوجد ٥ شركات تنتج رقائق البطاطا، الشركة الواحدة في حلب والشركات الأربع في دمشق. مثلا، الشركة الواحدة في دمشق تنتج يوميا طنا واحدا من الرقائق باستخدام ٤ ~ ٥ أطنان من البطاطا الطازج و يتم شراء البطاطا الطازج كالمواد الخام من سوق الجملة ويبلغ عدد المستخدمين الإجمالي في الشركة ١٥٠ مستخدم و ١٢٠ منهم عمال في المعمل.

٣-٢-٥ التصدير

(١) التجارة الخارجية للفواكه والخضار الطازجة

في مبكر الثمانينات، كان تصدير واستيراد الفواكه والخضار الطازجة يتم من قبل شركات الدولة، كانت المواد المستوردة الرئيسية هي الحمضيات والتفاح بينما كانت المواد المصدرة هي البندورة والبطاطا. في ١٩٨٥، سُمح للقطاع الخاص باستيراد الأجهزة الصناعية والمواد الصناعية وفي ١٩٨٧، باستيراد الفواكه الطازجة والخضار الطازجة. قانون الاستثمار رقم ١٠ الصادر في ١٩٩١ شجع أيضا القطاع الخاص على الدخول إلى أعمال التصنيع والتصدير.

حيث أن سورية حققت الاكتفاء الذاتي في الغذاء وتزايدت الطاقة التصديرية للفواكه والخضار، أصبح ترويج التصدير الآن موضوعا ذا أولوية. ولكن، حيث أن تصدير معظم الفواكه والخضار بدأ في التسعينات فخبرة المصدرين ومعارفهم حول هذه السلع محدودة.

تتزايد حصة الفواكه والخضار في الصادرات السورية. في ١٩٩٩، بلغت قيمة المنتجات الزراعية المصدرة ٦,٥ بليون ليرة سورية من بين إجمالي الصادرات البالغة قيمتها ٢٨,٩ بليون ليرة سورية أو ١٦,٧٪ من إجمالي قيمة الصادرات وبلغت قيمة الفواكه الطازجة والخضار الطازجة ٤,١ بليون ليرة سورية أو ١١,١٪ من الإجمالي. النفط والمنتجات النفطية هي مواد التصدير السائدة من سورية تبلغ قيمتها ٢٦,١ بليون ليرة سورية أو ٦٧٪ من إجمالي قيمة الصادرات. الصادرات من المنتجات الزراعية خاصة الفواكه والخضار تشكل جزءا كبيرا بين الصادرات غير النفط.

في محاذاة زيادة تصدير الفواكه والخضار زاد عدد المصدرين. في ٢٠٠٠، قيل إن عدد المصدرين الإجمالي بلغ ١٧٨ مصدر ويسكن أكثر من ٤٠٪ منهم في دمشق. يوجد ١١٠ شركة للتعبئة من أجل تصدير الفواكه والخضار. يمكن تعديل توريد السلع إلى الأسواق بواسطة التخزين في المخازن الباردة حسباً لوضع السوق خاصة السعر. يمكن تطبيق هذه الفكرة أيضا في حالة التصدير. عادة يتم تخزين التفاح والبطاطا مدة أطول. يوجد ٧١٢ مخزن بالإجمال. تتبع ٦٨٤ مخزن منها للقطاع الخاص و٢٩ مخزن الباقي لشركات الدولة. تبلغ إجمالي الطاقة التخزينية في القطاع الخاص ١,١٦٦,٠٠٠ طن بالتقدير وفي شركات الدولة ٦٠,٠٠٠ طن.

٣-٢-٦ المعايير

قامت الحكومة السورية بتطوير المعايير لمدى المنتجات مغطية بكل من سلع الهدف وذلك عن طريق هيئة المواصفات والمقاييس العربية السورية وبالرجوع إلى المعايير التي طورتها الأمم المتحدة، اللجنة الأوربية للاقتصاد، منظمة الأغذية والزراعة، منظمة الصحة العالمية. ولكن الوضع الفعلي لتطبيق ومراعاة المعايير هذه غير واضح. من الحالات العديدة خاصة في حالة التصدير يتبع التجار المواصفات المذكورة في العقود بالرغم من أن هذه المواصفات عادة ما تكون أكثر صرامة من معايير هيئة المواصفات والمقاييس العربية السورية. يجب إعطاء الانتباه أكثر إلى معايير النوعية لتحسين نوعية المنتجات السورية خاصة لغرض التصدير.

الفصل الرابع: نتائج دراسات السلع

١-٤ البرتقال

استفاد المنتجون والمستهلكون من نجاح سورية في إنتاج البرتقال في العقود الثلاث الماضية وأحدث هذا النجاح الفرص للاستخدام الأخر ولكنه من جهة أخرى أحدث أيضا التحديات في تحسين الإنتاج وأنظمة التسويق. ستكون الزيادة الكبيرة الأخرى في الإنتاج في المستقبل القريب حيث أن الأشجار التي زُرعت مؤخرا تتوصل إلى عمر أثمار الثمار والأشجار المثمرة حاليا تكون ناضجة أكثر. ولكن سيكون معدل التوسع الجديد في المساحة المزروعة بالبرتقال غير كبير حيث أن الأرض المناسبة للتوسع محدودة في محافظتي اللاذقية وطرطوس وستكون المنافسة المتزايدة من جانب المستخدمين الآخرين للأراضي. لذا، يتوقف الاحتمال لزيادة قيمة إنتاج البرتقال في الأغلب على تحسين نوعية المنتجات وفعالية المعاملات في المزرعة وسلسلة التسويق على حد سواء.

١-١-٤ الإنتاج

إنتاج البرتقال الذي يمثل حوالي نصف من إجمالي إنتاج الحمضيات كلها زاد ضعفين في العقود الثلاث الماضية وبلغ ٢٨٢,٠٠٠ طن بمعدل العامين ١٩٩٩ - ٢٠٠٠. يملك معظم المزارعين البالغ عددهم ٢٧,٠٠٠ مزارع المزارع التي تبلغ مساحتها أقل من ١ هكتار ورغم أن الغلال مرتفعة بالمقارنة مع المستوى العالمي فإيراداتهم محدودة بسبب محوزاتهم الصغيرة.

نوعية ثمار البرتقال وتوافقها المشحونة من المزارع محدودة بسبب عدد من الممارسات الزراعية. لا يتمكن معظم المزارعين من الانتباه الكافي إلى احتياجات الأصناف المنفردة من الأسمدة والمياه حيث أنهم يزرعون أصناف الحمضيات مختلطة في بساتينهم. ينتبه قليل جدا من المزارعين إلى التقنيات الزراعية المهمة للأشجار مثل التشذيب والتخفيف. التشذيب ضروري لتشكيل أوراق الأشجار الحديثة بشكل مناسب، لتحقيق الغلة العالية من الأشجار المثمرة الثمار ولتجديد الأشجار القديمة.

تسمح مدة الحصاد الطويلة جدا وزراعة الأصناف بشكل مختلط عرض البرتقال الطازج في الأسواق من شهر تشرين الثاني إلى شهر حزيران. ولكن يوجد قليل جدا من المزارعات من الأصناف المتأخرة النضج للإشباع بمطالب المستهلكين لفترة من شهر نيسان إلى شهر حزيران.

٢-١-٤ الحصاد والشحن

كان المزارعون بطاءا في تبني تقنيات الحصاد والمعاملة المحترسة التي تعتبر ضرورية في الإنتاج التنافسي والإنتاج التجاري. تؤثر أساليب الحصاد والتجميع الراهنة عكسيا على نوعية البرتقال. على سبيل المثال، تؤدي عملية الحصاد الواسعة الانتشار أي إسقاط الثمار على الأرض مباشرة، مهما يتم استخدام الحصائر لتخميد الصدم، إلى ضرر مادي بسبب الصدم.

قد تمكن بعض المزارعين خاصة المزارعين لهم محوزات كبيرة من زيادة المردودات بشكل كبير بواسطة تدريج ثمارهم قبل الشحن. من ناحية ثانية، لم يتم قبول عملية فرز البرتقال بشكل واسع من قبل المزارعين. يقوم المزارعون بنقل البرتقال إلى سوق الجملة بشاحنات مكشوفة حيث يتعرض البرتقال للعوامل الجوية مما يؤدي إلى نقص الرطوبة والتدهور الكلي. يضطر المزارعون الصغير الحجم إلى القيام برحلات متكررة إلى الأسواق لنقل المنتجات إليها مما يؤدي إلى زيادة التكاليف وتقييد قوة مساومتهم مع المشترين.

٤-١-٣ التسويق والتصنيع

كمثل الاستهلاك الداخلي للشخص الواحد في الدول المنتجة الأخرى، ارتفع الاستهلاك الداخلي للشخص الواحد في سورية بالغاً ٢٠.١ كغ في ٢٠٠٠ ويتم استهلاك معظم البرتقال طازجاً. يقع التصنيع التجاري من البرتقال إلى العصير، المرملة، العربي والزيت في مرحلة طفولية. يتم استهلاك الكمية الكبيرة من العصير المعصر من البرتقال الطازج مباشرة في محلات العصير، معظمها في دمشق والمدن الكبيرة الأخرى.

قد وسعت سورية صادرات البرتقال في السنوات الأخيرة أي بين ٢٠.٠٠٠ طن ~ ٢٥.٠٠٠ طن أو ٥٪ ~ ٦٪ من إجمالي الإنتاج وتبقى دول الخليج العربي مقاصد سائدة. حصة البرتقال السوري في أسواق دول الخليج العربي منخفضة معطية الاحتمال في زيادة الصادرات إليها. من ناحية ثانية، تواجه سورية الصعوبات ككونها دولة منتجة مرتفعة التكاليف.

٤-١-٤ التنبؤات بالعرض والطلب

قدم إجمالي الإنتاج البالغ ٢٨٢.٠٠٠ طن لـ ١٩٩٩ - ٢٠٠٠ عرضاً يبلغ حوالي ٢٤٤.٠٠٠ طن من البرتقال بعد طرح الفوائد بين الأشجار وبين المستهلكين. من المتنبأ به أن يكون الإنتاج في ٢٠١٠ حوالي ٥٧٠.٠٠٠ طن الذي قد يقدم عرضاً يبلغ حوالي ٥١٣.٠٠٠ طن من البرتقال. من المحتمل أن يكون إجمالي الطلب الداخلي في ٢٠١٠ بين ٤٣٢.٠٠٠ طن ~ ٤٩٧.٠٠٠ طن توقعاً على تأثير زيادة الدخل في الطلب. توحى التنبؤات أن عرض البرتقال في ٢٠١٠ يتجاوز الطلب في مكان ما بين المدى المتراوح بين ١٨.٠٠٠ طن ~ ٨٣.٠٠٠ طن. حيث أن الصادرات تبلغ حالياً ٢٠.٠٠٠ طن ~ ٢٥.٠٠٠ طن فالثغرة بين العرض والطلب صغيرة. مع ذلك، يكون توسيع الصادرات بعض الشيء أو تطوير السوق الداخلية الآخر ضرورياً للتوازن بين العرض والطلب.

٤-١-٥ الاحتمال

احتمالات إنتاج البرتقال، التصنيع والتسويق ساطعة على الجملة. ولكن سيقع المزارعون تحت بعض الضغوط حيث أن الأسعار الهابطة تؤثر على الربحية. يمكن زيادة إنتاج البرتقال وقيمتها بالنسبة للمزارعين بواسطة التكنولوجيا الزراعي الأفضل وأساليب المعاملة الأحسن في المزارع التي يجب تشجيعها من قبل خدمات الإرشاد الزراعي على حد سواء.

يمكن رفع نوعية البرتقال ورفع قيمة إنتاج البرتقال بواسطة تحسين المعاملة في كل مرحلة من مراحل بين مرحلة الحصاد ومرحلة سوق الجملة. يمكن لممارسات التجميع الأفضل والفرز الأفضل وتقنيات النقل المحسنة تخفيض

ضرر الثمار وفاقدها. يمكن تقليل كثير من مشاكل التسويق بالنسبة للمزارعين بواسطة إدخال التسويق الجماعي الذي يمكنه أن يزيد فرص الاختيار لوقت التسويق، تخفيض تكاليف النقل وتعزز قوة المساومة مع المشترين.

يمثل احتمال تصدير البرتقال احتمالات تصدير جميع سلع الهدف الخمس. يعتمد احتفاظ سورية بأسواق التصدير التي تملكها سورية حالياً وتطويرها على تحسين القوة التنافسية وتلبية الاحتياجات المحددة من جانب المستهلكين في دول المقاصد. النقطتان المهمتان لتحسين القوة التنافسية هما: (أ) تخفيض تكاليف الإنتاج والتسويق لتحقيق عرض الأسعار المنخفضة. (ب) الرفع الأكثر في نوعية المنتجات. تعتمد تلبية احتياجات المستهلكين وبالتالي تأمين الأسواق وتخفيض الأسعار إلى الحد الأدنى على جمع أخبار السوق الدقيقة وذات العلاقة في دول المقاصد في وقت مناسب لغرض نشرها بين المزارعين، التجار والمصنعين داخل سورية.

٢-٤ البطاطا

شهدت زراعة البطاطا في سورية وتسويقه إنجازاً بشكل مطرد طوال العقد الأخير ولكن زيادة النجاج منه كان بطيئاً بأقل من معدل نمو السكان. قد حدث خلال هذا العقد التغييران في مجال الزراعة والتسويق. الأول: قد انتقل الإنتاج بشكل كبير من الخريف إلى الربيع/ مبكر الصيف مما أدى إلى تحقيق الغلة المتوسطة الكلية الأرفع. الثاني: استجابة للمطالب القوية من جانب المستهلكين السوريين انتقلت مبيعات البطاطا من التصدير إلى الأسواق الداخلية. يبدو أن البطاطا يتمتع بالمتسقبل النامي حيث أن الطلب الداخلي يتوقع أن يرتفع كبيراً بسبب نمو السكان وفرض التصدير الصغيرة.

١-٢-٤ الإنتاج

كان البطاطا كالمحصول الدوراني محصولاً مربحاً بشكل مطرد. زاد إجمالي الإنتاج بنسبة حوال ١٧٪ سنوياً من ٤٦١,٠٠٠ طن في ١٩٩١ إلى ٤٩١,٠٠٠ طن في ١٩٩٩ (معدل ثلاثة سنوات). زادت الغلة بشكل ثابت من ١٧,٧ طن إلى ٢١,٢ طن/هكتار. ذلك بسبب انتقال الإنتاج من الخريف إلى الربيع/ مبكر الصيف رئيسياً.

٢-٢-٤ الحصاد والشحن

تؤدي أساليب الحصاد الحالية والمعاملة الراهنة في المزارع إلى حدوث بعض الأضرار في البطاطا وإلى تخفيض القابلية للتسويق. سيرفع تحسين جميع العمليات التي يقوم بها المزارعون من مرحلة زراعة المحصول إلى مرحلة التسويق الفعلية ويعطي المنتجات الأحسن مع تخفيض الفوائد. يمكن أن تتضمن التحسينات تقنيات الحصاد وأجهزة الحصاد، المعاملة في المزارع والتخزين القصير الأمد والنقل إلى الأسواق. بزيادة الطاقة التخزينية الباردة، قد يتمكن المزارعون من حصاد المحصول في وقته الأمثل أكثر من وقت الضرورة ومن بيع المحصول عندما تكون الأسعار أعلى. سوف تزيد الممارسة الأفضل في فرز المنتجات إلى درجات معترف به على نحو واسع وإلى درجات مقبولة قيمة المحصول الكلية.

٤-٢-٣ التسويق والتصنيع

نمط استهلاك البطاطا المفضل أكثر في سورية هو استهلاك طازج ولم يكن البطاطا المصنّع شائعاً بين عامة الناس. قد زاد الاستهلاك الداخلي بنسبة حوالي ٢٠٪ طوال عشرة سنوات ماضية وبلغ حوالي ٢٤ كغ للشخص الواحد. نتج من هذا الانتقال الكبير من التصدير إلى البيع الداخلي. ستعتمد الزيادة الأخرى في الطلب الداخلي على بشكل رئيسي نمو السكان مع احتمال توليد الكميات المحدودة من العرض بواسطة الإيرادات المتزايدة.

قد تقلبت صادرات البطاطا من سورية خلال عشرة سنوات ماضية. الدول المشتريّة المهمة أكثر باطراد هي دول الخليج العربي. بالإضافة إلى ذلك يتم تحقيق المبيعات المفردة الكبيرة المناسبة إلى الدول المختلفة. أقامت سورية موطن القدم الصغير في سوق الاتحاد الأوربي خاصة في ألمانيا لأن سورية تستطيع أن تزود البطاطا حين وجود المنافسة القليلة. يوجد الصعوبات المهمة في تصدير البطاطا: الأول: لا يتم تجارة البطاطا بشكل واسع على مستوى العالم بسبب قيمتها المنخفضة جداً بالقياس إلى الكمية وبسبب إمكان زراعتها في كثير من البيئات المختلفة لإشباع الطلب الداخلي في معظم الدول. الثاني: سورية دولة منتجة رخيصة التكاليف حيث أن سعر الجملة في السنوات الأخيرة قريب جداً من سعر التصدير العالمي وأعلى منه أحياناً.

٤-٢-٤ التنبؤات بالعرض والطلب

يبلغ التنبؤ الأساسي بالطلب في ٢٠١٠ حوالي ٥٢٥,٠٠٠ طن مع ارتفاع الاستهلاك للشخص الواحد إلى ٢٧ كغ. سوف يكون الإنتاج المطلوب لإشباع الطلب البالغة كميته ٥٢٥,٠٠٠ طن سامحاً بالاحتفاظ بالبذار والفواقد بين الحقل وبين المستهلك حوالي ٦٣٠,٠٠٠ طن. إذا يمكن المحافظة على الصادرات الراهنة البالغة ٢٠٠,٠٠٠ طن سيجد العرض من إجمالي الإنتاج البالغ ٦٦٠,٠٠٠ طن من البطاطا أسواقاً داخل سورية أو خارجها بدون هبوط كبير في الأسعار. يبدو أن هناك خطراً صغيراً، إما إنتاج البطاطا سيتوسع لدرجة أن هناك الصعوبة الكبيرة في إيجاد الأسواق بأسعار مقبولة أو سيكون الإنتاج غير كاف لإشباع الاحتياجات الغذائية من جانب الشعب السوري.

٤-٢-٥ الاحتمال

احتمالات إنتاج البطاطا بالنجاح والتسويق الداخلي ساطعة. من المحتمل أن يواصل الإنتاج في التوسع الثابت حيث أن البطاطا يعتبر محصولاً مربحاً بالنسبة للمزارعين. مع وجود الاحتمالات الطيبة جداً فيما يتعلق بالسوق الداخلية والاحتمالات المحدودة فيما يتعلق بالتصدير فيأتي الاحتمال المهمة الأكثر لتطوير البطاطا من إمكانية الزيادة في قيمته بواسطة تخفيض تكاليف الإنتاج والتسويق وبواسطة رفع نوعية المنتجات الأكثر للبطاطا الطازج والبطاطا المصنّع على حد سواء.

يوجد الاحتمال بالنسبة للمزارعين في زيادة النتاج ورفع النوعية بواسطة تحسين معاملة المحصول في كل مرحلة، تحت مراقبة أنفسهم، من الحقل إلى سوق الجملة. يمكن استخدام جميع تقنيات الحصاد الأفضل، التجميع الأفضل، الفرز الأفضل والنقل الأفضل لتخفيض الأضرار والفواقد. يمكن أن تلعب خدمات الإرشاد الزراعي دوراً هاماً لتزويد المزارعين بالمعارف الضرورية بواسطة تحسين هذه التقنيات.

ستؤدي زيادة عدد السكان إلى استمرار توسع الطلب الداخلي على البطاطا ولكنه بشكل متواضع. يوجد المجال لزيادة الطلب على البطاطا من خلال الطرق مثل التدرج وتجزئة الأسواق. سيعتمد توسع السوق الداخلية على مبادرات القطاع الخاص إلى ترويج المنتجات الجديدة التي هي جذابة بالنسبة للمستهلكين مثل البطاطا المقلية التي قد بدأ إنتاجها الآن.

يوجد المجال المحدود في توسع الصادرات لأنه لا يتراءى لسورية أن تملك ميزة تنافسية في إنتاج البطاطا. يجب على سورية التركيز على الأسواق التي تقع بالقرب من سورية وتكاليف النقل إليها منخفضة. أو على الأسواق التي قد تم تأسيسها بالنسبة لصادرات البطاطا من سورية. قد أوجد المصدرون السوريون أسواقا في الدول القريبة منها خاصة دول الخليج العربي وألمانيا حيث استفادوا من موسمية العرض.

٣-٤ التفاح

زاد إنتاج التفاح في سورية زيادة معتدلة خلال عشرة سنوات ماضية وتوصل الإنتاج ذورته في ١٩٩٨ بكمية ٣٦٢,٠٠٠ طن من ثم هبط الإنتاج حتى ٢٨٧,٠٠٠ طن في ٢٠٠٠. قد تحد الأحوال الطبيعية مثل الارتفاع وتساقط الأمطار من توسع زرع أشجار التفاح الجديدة. بقيت زراعة التفاح مربحة في السنوات الأخيرة بسبب بشكل رئيسي الطلب الداخلي القوي وزيادة أحجام التصدير رغم أنها صغيرة وغير ثابتة. حيث أن الاستهلاك للشخص الواحد مرتفع الآن، سيأتي الزيادات المستقبلية في الطلب الداخلي من بشكل رئيسي عدد السكان المتزايد أكثر من زيادة الدخل. ستعتمد احتمالات توسع إنتاج التفاح في سورية على الأسواق الخارجية جزئياً حيث يوجد المنافسة الشديدة فيها.

١-٣-٤ الإنتاج

العناية بالأشجار والري هي واقعة بين مسائل التكنولوجيات العديدة التي يجب توجيهها. لا يمارس المنتجون التشذيب والتخفيف الآن بشكل فعال رغم ضرورتهما لتثبيت الغلة ولتأمين الثمار العالية النوعية. بينما الري هام جدا لتحقيق الغلة العالية والنوعية المرتفعة، الموارد المائية في سورية محدودة جدا. يوجد الضرورة في تطوير تكنولوجيا الري الموفرة في المياه ضمن سياق التحسين لاستخدام الموارد المائية بشكل كلي.

تتمتع الأصناف الرئيسية مثل غولدن وستاركن بالإغلال المرتفع والنضج المبكر ولها بشكل عام قوام طيب وذوق طيب. يتغير قوام هذه الأصناف تحت درجة الحرارة العادية ولا تتمتع هذه الأصناف بالقابلية العالية للتخزين التي تحد من قابليتها للتسويق داخل سورية وخارجها.

إن تكاليف إنتاج التفاح في سورية عادة أعلى من تكاليف الإنتاج من قبل المنافسين الآخرين في الإقليم. سيعتمد الاحتفاظ بالصادرات القائمة وتطوير الأسواق الجديدة على تخفيض التكاليف لجعل التفاح السوري منافسا في الأسواق الإقليمية و الأسواق الأخرى.

٢-٣-٤ الحصاد والشحن

رغم أن مزارعي التفاح عادة أكثر احتراس في الحصاد والمعاملة من مزارعي الفواكه الأخرى، تبقى الضرورة في

تحسين الأساليب المستخدمة. لا تشبع مرافق التخزين البارد القائمة متطلبات المنتجين من ناحية الطاقة. المواقع والنوعية. لذا يضطر المزارعون مرارا إلى بيع المنتجات بعد الحصاد مباشرة بدون الفرصة للاحتفاظ بمنتجاتهم للبيع في الوقت المناسب وبالأسعار الأحسن.

٤-٣-٣ التسويق

تمكّن القابلية العالية للتخزين في بعض أصناف التفاح من عرضها طوال السنة تقريبا وتنعكس هذه على استقرار السعر الموسمي. يساهم هذا في المقبولية القوية من قبل المستهلكين ويؤدي إلى المربحية المحتملة الأكثر بالنسبة للمنتجين. يشير وجود التفاح في الأسواق على مدار السنة تقريبا إلى أن المستهلكين يفضلون المنتجات الطازجة تفضيلا كبيرا. تضمنت بعض معامل عصير الفواكه عصير التفاح في مدى المنتجات. تنتج الشركات المصنّعة الأغذية مربى التفاح والمرملاد.

رغم أن إجمالي حجم التصدير لا يزال أقل ١٠٪ من إجمالي الإنتاج، تقدم الزيادة الحادة في تصدير التفاح في السنتين الماضيتين أو السنوات الثلاث الماضية قاعدة نافعة للتوسع المستقبلي. مقاصد التصدير هي في الأغلب الدول العربية منعكسا عن المناقشة الشديدة في مكان آخر. يتم التصدير بشكل رئيسي من قبل تجار القطاع الخاص بمجموعة صغيرة في الأغلب.

٤-٣-٤ التنبؤات بالعرض والطلب

في السنة ٢٠٠٠، بلغ عدد أشجار التفاح المزروعة في سورية ١٦,٢ مليون و٦٦٪ منها الأشجار المثمرة الثمار و ٢٤٪ منها غير مثمرة بعد وكان الإنتاج ٢٨٧,٠٠٠ طن. كان معدل الغلة لجميع الأشجار المثمرة الثمار في ٢٠٠٠ م ٢٤ كغ للشجرة المروية الواحدة و ٢٢ كغ للشجرة البعلية الواحدة. تعطي محاكاة أعمار الأشجار والغلال تنبؤ بالإنتاج يبلغ حوالي ٤٤٠,٠٠٠ طن في ٢٠١٠.

سوف تضيف الزيادة المتنبأ بها في عدد السكان من ١٩٩٩ إلى ٢٠١٠ والتي تبلغ ٤,١ مليون شخص ٦٥,٠٠٠ طن من التفاح إلى الطلب الداخلي على التفاح إذا بقي الاستهلاك للشخص الواحد في ١٦,٥ كغ. توجي المعطيات المتاحة أن مرونة الطلب بسبب الدخل على التفاح في سورية خلال التسعينات حوالي ٠,٢٥. إذا يواصل الدخل في الارتفاع بـ ٢٪ سنويا كما شوهد خلال التسعينات ستكون إجمالي الزيادة في الدخل بين الفترة من ١٩٩٩ إلى ٢٠١٠ حوالي ٢٨٪. إذا تكون مرونة الطلب بسبب الدخل ٠,٢٥ خلال السنوات العشر القادمة سوف يكون هناك زيادة في الطلب الداخلي للشخص الواحد بحوالي ١٠٪ أو ١,٦ كغ. يمكن ترجمة هذا إلى الزيادة في إجمالي الطلب بحوالي ٢٠,٠٠٠ طن. لذا قد يكون إجمالي الطلب الداخلي في ٢٠١٠ حوالي ٢٨٠,٠٠٠ طن.

يشير التنبؤ الأساسي بالإنتاج إلى أن الإنتاج في ٢٠١٠ سيبلغ ٤٤٠,٠٠٠ طن التي قد تعطي العرض. بعد طرح الفوائد بين الأشجار وبين المستهلكين، حوالي ٤٠٠,٠٠٠ طن مقارنة مع الطلب الداخلي البالغ حوالي ٢٨٠,٠٠٠ طن. يوحي التحليل الأولي هذا أن العرض في ٢٠١٠ قد يتجاوز الطلب الداخلي بحوالي ٢٠,٠٠٠ طن التي تعادل مستوى الصادرات الحالية تقريبا.

٤-٣-٥ الاحتمال

لم تضع الزيادات في إنتاج التفاح خلال السنوات العشر الماضية ضغطاً على الطلب الداخلي لدرجة أن الأسعار قد هبطت. الغلة مرتفعة بكل معنى الكلمة رغم التقييدات الطبيعية مثل المياه أو درجة الحرارة. يوجد الاحتمال لتثبيت الغلة السنوية بواسطة التكنولوجيات الزراعية المحسنة. ستساهم الجهود المبذولة الحالية من قبل وحدات الإرشاد الزراعي والمزارعين لتشجيع المكافحة البيولوجية للآفات والأمراض أو إدارة الوباء المتكاملة في إنتاج التفاح اللطيف للبيئة وفي النوعية المطلوبة من قبل المستهلكين الشاعرين بالصحة. تساهم جميع الميزات هذه في جعل المنظر ساطعاً لزيادة الإنتاج.

لرفع القوة التنافسية في الأسواق الخارجية بالنسبة للتفاح السوري يجب تخفيض تكاليف الإنتاج والتسويق. تتضمن أساليب تخفيض التكاليف التكنولوجيات الزراعية المحسنة (التشذيب، التخفيف، المكافحة البيولوجية) وممارسات التسويق الفعال أكثر.

حيث أن تصدير التفاح السوري محدودة في الكمية والأسواق متنافسة جداً يجب تركيز الاستراتيجية التسويقية للتصدير على دول الخليج العربي والدول العربية الأخرى بإحكام وهي الآن الأسواق الهامة الأكثر بالنسبة للتفاح السوري. الخطوة الأولى هي القيام بمسح الكميات والأسعار في الأسواق وتحديد تفضيلات المستهلكين بخصوص الذوق والقوام. من ثم يمكن الشروع في العمل للضمان أن الأصناف السورية هي أحسن الأصناف المناسبة لاحتياجات الأسواق. للقيام بالأعمال المطلوبة من قبل المصدرين السوريين يتوجب جمع أخبار السوق بشكل مستمر فيما يتعلق بالعوامل مثل الأصناف المستوردة، الأحجام، الأسعار وإنجازات المنافسين الآخرين. يجب تطوير وتطبيق معايير النوعية باستمرار لحفظ المنتجات السورية في موضع آمن في الأسواق المتنافسة.

٤-٤ البندورة

قد توسع إنتاج البندورة توسعاً كبيراً في السنوات العشرة الماضية وتعتبر الآن إحدى أهم المحاصيل في سورية. يرفع الاستثمار من قبل المزارعين في البيوت البلاستيكية في محافظتي اللاذقية وطرطوس في الأغلب اللتين شوهد فيهما زراعة البندورة بهذه الطريقة حصة البندورة البلاستيكية إلى ٤٠٪ تقريباً من إجمالي الإنتاج. رغم زيادة الإنتاج الكبيرة يواجه المزارعون الآن ضغطاً بشأن الربحية حيث أن الأسعار اضطرت أن تبقى هابطة. لم تقدم الأسعار المنحدرة بعد تأثيراً سلبياً على الإنتاج، كانت استجابة العرض للأسعار الهابطة في السنوات الأخيرة زيادة الإنتاج الكبيرة. ولكن تُدرك الأسعار المنخفضة الآن كالتهديد بالنسبة لربحية زراعة البندورة ويوجد الآن بعض الإمكانيات أن المزارعين سيستجيبون له عن طريق تخفيض العرض.

قد أدت الأسعار الهابطة إلى جعل المستهلكين السوريين أن يشتروا البندورة أكثر بقليل. زادت الصادرات بشكل مطرد وتتجاوز الآن ربعاً من إجمالي الإنتاج. قد تمكن المنتجون السوريون من عرض الكميات الكبيرة إلى الأسواق القريبة من سورية خاصة دول الخليج العربي بالأسعار التنافسية. حيث أن السوق الداخلية مزودة بالعرض بوضوح وأسواق التصدير الممكنة تمتاز بالمنافسة الشديدة، يوجد التحدي لتخفيض تكاليف الإنتاج والتسويق ورفع نوعية المنتجات ليتمكن إنتاج البندورة من أن يكون مربحاً بالنسبة للمزارعين.

٤-٤-١ الإنتاج

قد توسع العرض الإجمالي وطول موسم عرض البندورة خاصة بسبب زيادة الإنتاج في البيوت البلاستيكية. يتم إنتاج البندورة الحقلية في الصيف والمحاصيل الربيعية والخريفية محدودة مما يؤدي إلى التقلبات الموسمية في العرض والسعر. ترتفع أسعار الجملة والمفرق بشكل حاد من شهر كانون الثاني إلى شهر آذار. تهبط بشكل حاد في شهر تموز وشهر آب. سوف يبسر توزيع العرض من الزراعة الحقلية وإنتاج البندورة المزيد بالبيوت البلاستيكية بشكل مستو أكثر التقلب الشديد في الأسعار ضمن كل سنة.

يوجد ٣٠ معمل تصنيع البندورة في سورية بما فيه ستة معامل تشغلها شركات الدولة وتنتج معظم المعامل معجون البندورة. تواجه بعض الشركات المصنعة الصعوبة في شراء الإمدادات من البندورة كمادة خام. يواجه بعض المزارعين خاصة الذين ينتجون البندورة الصيفية الصعوبة في إيجاد الأسواق. يمكن أن توجه الزراعة حسب العقد هذه المشاكل.

زراعة البندورة مستمرة في مناطق الإنتاج الرئيسية. رغم أن معظم المزارعين يستعملون البذار الهجينة المقاومة للأمراض الرئيسية فيتم استخدام أنواع كثيرة من الكيماويات. يجب استبدال زرع البندورة المتواصل بالزرع الدوراني ذلك لتجنب استخدام الكيماويات الزراعية بشكل مفرط وللمساهمة في سلامة الغذاء أكثر والمقبولية من قبل المستهلكين. إن معظم بذار البطاطا في الوقت الحاضر هي بذار هجينة مستوردة مرتفعة التكاليف التي تؤدي إلى تكاليف الإنتاج أرفع. يجب أخذ إنتاج البذار المحسنة داخل سورية بعين الاعتبار لتخفيف التكاليف ورفع نوعيتها وزيادة العرض.

٤-٤-٢ الحصاد والشحن

الفوائد الناتجة عن عمليات الحصاد كبيرة خاصة في حالة الإنتاج في البيوت البلاستيكية. يميل العمال الذين يعملون في أماكن ضيقة إلى إضرار البندورة بالمعاملة الخشنة الناتجة عن جهودهم لزيادة نسبة الحصاد.

٤-٤-٣ التسويق والتصنيع

بالمقارنة مع المعدل العالمي البالغ حوالي ١٩ كغ، الاستهلاك الداخلي في سورية مرتفع الآن أي ٢٤.٦ كغ للشخص الواحد (متوسط السنوات الثلاث للعام ١٩٩٩). بينما يستهلك السوريون كمية كبيرة من البندورة الطازجة، يصبح تصنيع البندورة الآن مهما أكثر خاصة معجون البندورة القابل للتخزين أطول ويملك بعض احتمالات التصدير. يتم إرسال حوالي ٥٠.٠٠٠ طن من البندورة إلى الشركات المصنعة للأغذية التي تنتج المعجون بين المنتجات الغذائية الأخرى. بالإضافة إلى ذلك، يتم تصنيع حوالي ٥٠.٠٠٠ طن إلى المعجون من قبل ربّات البيوت للاستهلاك المنزلي والتجارة الصغيرة الحجم. يوجد بعض الاحتمالات في زيادة المبيعات من منتجات البندورة المصنعة في السوق الداخلية.

حققت سورية في السنوات القليلة الماضية تقدماً ملحوظاً في صادرات البندورة التي ارتفعت حتى حوالي ١٧٦.٠٠٠ طن أو ٢٨٪ من إجمالي الإنتاج في ٢٠٠٠. مقاصد الصادرات الرئيسية هي الدول القريبة من سورية خاصة المملكة العربية السعودية.

٤-٤-٤ التنبؤات بالعرض والطلب

من المتنبأ به أن الطلب الداخلي يرتفع إلى حوالي ٥٨٠,٠٠٠ طن في ٢٠١٠ باستهلاك ٢٩ كغ للشخص الواحد الذي تكون أعلى مستوى في السنوات العشر الماضية. سوف يكون الإنتاج المطلوب لإشباع هذا الطلب سامحا تخفيضات الوزن بين الحقل وبين المستهلك حوالي ٦٨٠,٠٠٠ طن. سيجب على أي إنتاج يتجاوز ٦٨٠,٠٠٠ طن إيجاد أسواق التصدير أو تصريفه في الأسواق الداخلية بالأسعار المنخفضة. إذا يمكن المحافظة على الصادرات بكمية حوالي ١٧٦,٠٠٠ طن سيجد العرض من إجمالي الإنتاج البالغ ٨٦٠,٠٠٠ طن من البندورة أسواقا داخل سورية أو خارجها بدون حدوث هبوط السعر الكبير.

٤-٤-٥ الاحتمال

زاد إنتاج البندورة البلاستيكية بشكل سريع في السنوات الأخيرة وحل محل البندورة الحقلية جزئيا. هذا حقق عرض البندورة طوال السنة تقريبا.

بسبب التكنولوجيات الزراعية المحسنة زادت غلة البندورة الحقلية في سورية أثناء السنوات العشر الماضية. قد تم تقوية الإنتاج أيضا بتوسع البيوت البلاستيكية التي تعطي غلة مرتفعة جدا. يمكن تحقيق الزيادات الأخرى في غلة البندورة وإنتاجها في المستقبل على شرط أن الزيادات تتبرر بدلائل المستقبل في الأسواق داخل سورية وخارجها.

ستؤدي زيادة عدد السكان إلى توسع الطلب الداخلي الكبير على البندورة. حيث أن الاستهلاك للشخص الواحد في سورية مرتفع الآن ستكون الزيادة الأخرى الناتجة عن الدخل الأرفع في الاستهلاك للشخص الواحد صغيرة وستوجه رئيسيا إلى البندورة المصنعة.

قد أسس المنتجون السوريون منافذ التصدير الكبيرة في السنوات الأخيرة. مثلت الصادرات من البندورة الطازجة السورية إلى دول الخليج العربي في ١٩٩٩ التي بلغت ١٢٠,٠٠٠ طن فوق ٤٠٪ مباشرة من إجمالي الواردات إلى الإقليم. كانت الحصة السورية في السوق، من ١٠٠,٠٠٠ طن، مرتفعة خاصة في المملكة العربية السعودية بثلاثين من إجمالي الواردات. صدرت سورية أيضا كميات مختلفة من معجون البندورة إلى دول الخليج العربي. يحدث الاستهلاك المنخفض الحالي للشخص الواحد في هذه الدول إمكانية تحقيق التصدير الكبير في المستقبل إذا يمكن تطوير هذه الأسواق أكثر. من المهم جدا أن سورية تصون الموقع الذي أسستها سورية في هذه الأسواق.

يقدم أوروبا الشرقية احتمالا كمقصد التصدير. يمكن تحقيق الفرصة الأكبر بالاعتماد على النجاح الذي حققته سورية مؤخرا في الاتحاد الروسي حيث كسبت الصادرات السورية من البندورة التي بلغت ١٩,١٠٠ طن في ١٩٩٩ م ١٠٪ من إجمالي سوق الاستيراد فيه. إنه من بين الأولويات العالية بالنسبة للحكومة السورية أن تسهل تجارة القطاع الخاص الموجهة إلى الاتحاد الروسي. يجد التقصي التفصيلي في الفرص مبرراته. يجب على الحكومة السورية المشاورة مع مصدري البندورة لتحديد التقييدات في التصدير إلى الاتحاد الروسي والشروع في العمل لدعمهم.

يبدو أن فرص سوق التصدير الأفضل بالنسبة للبندورة السورية تكون (أ) الاعتماد على ما تحقق في السنوات الأخيرة في منطقة الخليج العربي وأوروبا الشرقية و (ب) الاستفادة من الفرص التي تم إيجادها في الدول القريبة من خلال اتفاقيات (الروزنامة الزراعية) التابعة لمنطقة التجارة الحرة العربية الكبرى. من المحتمل أن تكون الفرص القريبة صغيرة ولكنها مهمة في أوقات مختارة لكل السنة.

٤-٥ الزيتون/زيت الزيتون

طرحت التغييرات الداخلية في إنتاج الزيتون وزيت الزيتون في سورية في العقد الأخير تحديات كبيرة إذا تتوصل الصناعة إلى طاقتها الإنتاجية كاملة. أدى التشجيع النشط من قبل الحكومة السورية إلى زرع الأشجار المتواصل ومن المتوقع أن الإنتاج يرتفع بشكل قوي في المستقبل القريب والمستقبل القابل للتنبؤ به حيث أن كثيرا من الأشجار سبق أن زُرعت مؤخرا وتتواصل تدريجيا إلى أعمارها لإثمار الثمار وتكون الأشجار المثمرة الثمار حاليا ناضجة أكثر. كانت أغلبية زيادة العرض ممتصة من قبل الطلب الداخلي تاركة حصة صغيرة جدا للتصدير. ولكن يشير الاحتمال الحالي إلى أن الإنتاج يتجاوز الطلب الداخلي بكثير. يكون توسيع الصادرات مسألة ملحة بالنسبة لصناعة الزيتون السورية.

بدأ تصدير زيت الزيتون من سورية في ١٩٩٥ فقط وكان حجم التصدير منذ ذلك الوقت بين ٢.٠٠٠ طن ~ ٥.٠٠٠ طن. الأسواق الرئيسية لزيت الزيتون السوري هي لبنان، المملكة العربية السعودية وإسبانيا. إسبانيا وإيطاليا هما أيضا دولتان منتجتان رائدتان ودولتان مصدرتان في السوق العالمية. بسبب حرية وصولها المحدودة إلى سوق الاتحاد الأوروبي وكونها الواقدة المتأخرة، تواجه سورية منافسة شديدة في أسواق العالم. إذا يوجد الرغبة في جعل صادرات زيت الزيتون صالحة من الناحية الاقتصادية فيجب بيع الكميات الكبيرة من الزيت بأفضل السعر الممكن. سيتطلب هذا استراتيجية التصدير المناسبة والهجومية.

٤-٥-١ الإنتاج

(١) الزراعة

وسعت سورية بشكل مستمر غرس أشجار الزيتون التي تُعتبر بين المحاصيل الشجرية أكبر مستخدمة للأرض بكثير. بينما الأشجار المزروعة متواجدة في المناطق الملائمة جدا ويجري حاليا الغرس الجديد في مناطق أزيلت منها الأحجار، أحيانا في أرض غير مخصصة، يجب إجراء تحليل التكاليف والعائدات بشكل محترس قبل القيام بزرع أشجار الزيتون الجديدة في الأراضي الهامشية هذه حيث أن هناك توقع الزيادة السريعة في العرض في المستقبل القريب ما يؤدي إلى انخفاض سعر الزيتون.

فترة الحصاد في السنة محدودة الآن ذلك بسبب بشكل رئيسي زراعة نقص الأصناف أو زراعة الأصناف العشوائية من قبل المزارعين كافة. هذا يجعل أعمال الحصاد واستخراج الزيت متركزة في فترة محدودة مؤدية إلى المعاملة غير الفعالة بكثير والتصنيع غير فعال.

الري ذو قيمة جدا لرفع غلة الزيتون. ولكن أكثر من ٩٠٪ من أشجار الزيتون مزروعة بعلية. بينما أنه من الصعب في سورية مع الموارد المائية المحدودة أن تقدم الري الفعال التكاليف فيطلب الأمر النظر إليه. كالخطوة الأولى، يجب ألا تزرع أشجار الزيتون في تلك المناطق حيث الوصول إلى الموارد المائية بتكاليف مقبولة غير ممكن.

تشذيب أشجار الزيتون عمل ضروري لتشكيل أوراق الأشجار الحديثة بشكل ملائم وللغلة المرتفعة من الأشجار المنتجة ولتجديد الأشجار القديمة العمر. ولكن لا يجري حاليا ممارسة التشذيب بشكل مرجو من قبل المزارعين.

(٢) نظام استخراج زيت الزيتون

لا يوجد الحوافز بالنسبة للمزارعين وأصحاب المعاصر إلا بقليل على رفع نوعية الزيت الذي ينتجونه. قد يعود هذا السبب جزئيا إلى أن أغلبية الزيت المنتج موجه إلى السوق الداخلية حيث الاهتمام بالنوعية لا يلفت النظر إليها كثيرا. ربما قد أصبح المستهلكون متعودين على نوعية الزيت الحالية كمنتج تقليدي قابل للأكل. المعاصر، حيث أنها تستخرج الزيت مقابل أجور الاستخراج إما بالنقد أو الزيت المستخرج تهتم بكمية الزيت المستخرج أكثر من نوعية الزيت المستخرج.

يتكون ثلاثة أرباع من أنظمة التصنيع لاستخراج الزيت من الطرز القديمة في الوقت الحاضر مثل الاستخراج الدفعي والاستخراج بالكبس. يجب استبدال هذه الأنظمة بنظام الطرد المركزي الحديث لتحقيق الاستخراج الفعال أكثر وتحسين نوعية الزيت.

لم تتوزع مواقع مرافق المعاصر القائمة بشكل ملائم لإشباع متطلبات المزارعين وطاقتها أقل بكثير من الطاقة المطلوبة خاصة في السنوات المرتفعة الغلال. هذا يسبب تلف زيتون المواد الخام بسبب أوقات الانتظار الطويلة مؤديا إلى خفض درجة الزيت المستخرج.

(٣) تخزين زيت الزيتون

يبقى معظم زيت الزيتون المستخرج في أيدي المنتجين/المزارعين. ممارسة تخزين الزيت في عبوة قصديرية سعتها ١٦ كغ بدون الطلية المقاومة للصدأ هي مشكلة خطيرة للحفاظ على النوعية في فترات التخزين الطويلة.

٤-٥-٢ التسويق

(١) قنوات التسويق

يختلف تسويق الزيتون وزيت الزيتون عن الأخرى اختلافا كبيرا. يتم شحن حوالي ٧٠٪ من الثمار الطازجة لزيتون المائدة إلى أسواق الجملة الإقليمية من قبل المزارعين وتباع النسبة الباقية ٣٠٪ إلى المصنعين (ينتجون الزيتون المملح أو المخلل) أو إلى المستهلكين مباشرة. يتم معاملة الزيتون لاستخراج الزيت بطريقة مختلفة جدا. يقوم المزارعون بنقل الزيتون إلى المعاصر التي تستخرج الزيت مقابل الأجور إما بالنقد أو بالزيت. من ثم يسترد المزارعون الزيت المستخرج إلى مزارعهم بعبوة سعتها ١٦ كغ لغرض التخزين والبيع. يتم بيع الزيت تدريجيا. يبيع المزارعون حوالي ٢٠٪ من الزيت خلال شهر واحد ويواصلون في البيع خلال سنة واحدة. يتم البيع في الأغلب إلى المستودعات

الاختصاصية في زيت الزيتون والمتواجدة في المدن الرئيسية حيث يتعامل الباعة بالجملة مع الباعة بالمفرق نيابة عن المزارعين. تحصل المستودعات على حوالي ٧٥٪ من توريداتهم مباشرة من المزارعين والبقية من مختلف التجار.

(٢) السوق الداخلية

يتم استعمال الأغلبية الساحقة (حوالي ٨٢٪) من ثمار الزيتون لاستخراج الزيت والنسبة الباقية (١٨٪) لزيتون المائدة، الزيتون المخللة أو الزيتون المملحة. الإستهلاك للشخص الواحد مرتفع جدا، في ١٩٩٩ - ٢٠٠٠ شكّل المعدل البالغ ٢٩,٢ كغ/شخص من مشتقات ثمار الزيتون ٧,٦ كغ من الزيت و ٦,٦ كغ من الثمار للشخص الواحد. كان الاستهلاك للشخص الواحد في ١٩٩٠ - ١٩٩١ م ٢٧,٢ كغ/شخص. كان المعدل العالمي في استهلاك زيت الزيتون (١٩٩٧ - ١٩٩٩) ٠,٤ كغ/شخص وكان الاستهلاك في أربعة دول، اليونان، إسبانيا، إيطاليا والبرتغال يتجاوز الاستهلاك في سورية.

(٣) تصدير زيت الزيتون

لم يتم انعكاس التوسع الكبير جدا في إنتاج الزيتون على التصدير بعد حيث أن المستهلكين داخل القطر يرغبون في دفع الأسعار أعلى من تلك في الأسواق الخارجية. تشير الإحصاءات الرسمية إلى أن تصدير زيت الزيتون بحجم كبير قد بدأ فقط في ١٩٩٥ ولم تتحقق بعد ذلك الزيادة الجوهرية ولم يتم تحديد المقاصد الثابتة حتى الآن.

(٤) معايير النوعية

ضمان نوعية المنتج للمستهلكين هو أحد الشؤون الأهم لتطوير صناعة زيت الزيتون. يوجد معايير نوعية زيت الزيتون في سورية. ولكن تقييم النوعية والمعايير بالنسبة لزيت الزيتون في السوق العالمية خاصة في الاتحاد الأوروبي متحرك إلى الأمام بسرعة. الاتحاد الأوروبي الذي يسود سوق زيت الزيتون العالمية يسعى بشكل مستمر إلى تحسين معايير زيت الزيتون بالتعاون مع منظمة الأغذية والزراعة، منظمة الصحة العالمية والمجلس الدولي لزيت الزيتون. سيعتمد نجاح سورية في التصدير على المجاراة مع هذه الجهود.

٤-٥-٣ التنبؤات بالعرض والطلب

في عام ٢٠٠٠ م، كانت ٦٤,٢ مليون شجرة الزيتون، ٦٢٪ منها مثمرة و ٣٧٪ الباقية غير مثمرة بعد. كان معدل الإنتاج للعامين ١٩٩٩ - ٢٠٠٠ م ٦٢٢,٠٠٠ طن. يتم التنبؤ بالإنتاج بواسطة محاكاة تركيب أعمار مخزونات أشجار الزيتون الحالية في سورية وإسقاط تركيب الأعمار حتى العام ٢٠١٠ وتطبيق الغلال المفترضة. تشير النتائج إلى أن الإنتاج المتنبأ به للعام ٢٠١٠ يكون ١,٠٦٥ مليون طن تقريبا، حوالي أكثر من العام ٢٠٠٠ م بنسبة ٦٨٪ في معدل العامين.

كان الاستهلاك للشخص الواحد للعام ٢٠٠٠ (معدل العامين) حوالي ٢٩,٢ كغ. من المتنبأ به أن عدد السكان يزيد خلال الفترة بين العام ٢٠٠٠ وبين العام ٢٠١٠ بحوالي ٣,٧ مليون نسمة. مع عدم التغير في الاستهلاك للشخص الواحد نتيجة التغيرات في الدخل أو العوامل الأخرى، قد يؤدي نمو السكان وحده إلى الزيادة في الطلب بحوالي ١٤٥,٠٠٠ طن من جميع مشتقات الزيتون (معدل العامين).

العلاقات بين الطلب، السعر والدخل غير واضحة. لذا، تم أخذ المدى (من ٠.٢ إلى ٠.٧) بعين الاعتبار لمرونة الطلب بسبب الدخل عند التنبؤ بالطلب. إذا يرتفع الدخل للشخص الواحد بنسبة ٢٪ (كما شوهد في التسعينات)، ستكون الزيادة في الدخل من ٢٠٠٠ إلى ٢٠١٠ م ٢٤٪. مع بقاء مرونة الطلب بسبب الدخل في الطرف المنخفض في المدى المختار قد تكون الزيادة في الطلب في ٢٠١٠ م ٦.٨٪ أو ٢.٦ كغ للشخص الواحد أو حوالي ٥٠,٠٠٠ طن. مع بقاء مرونة الطلب بسبب الدخل في الطرف المرتفع في المدى المختار قد تكون الزيادة في الطلب في ٢٠١٠ م ٢٤٪ (أو ٩.٢ كغ للشخص الواحد) أو ١٨٥,٠٠٠ طن. من المتوقع أن تأثيرات عدد السكان والدخل ترفع الطلب الداخلي المتواجد في مكان ما في المدى ١٩٥,٠٠٠ ~ ٢٢٠,٠٠٠ طن إلى المدى بين ٨٢٥,٠٠٠ طن ~ ٩٦٠,٠٠٠ طن.

٤-٥-٤ الاحتمال

إن صناعة زيت الزيتون في سورية كبيرة الحجم بالقياس إلى المستويات العالمية ولها الاحتمال في توليد الدخل الكبير جدا. أسس الاحتمال هي المزروعات الكبيرة من أشجار الزيتون والطلب الداخلي القوي على الزيتون وزيت الزيتون. يمكن إضافة أحوال السوق العالمية إلى الاحتمال ولكنها تطرح في نفس الوقت الاختيارات الاستراتيجية الصعبة. يوجد الاحتمال في تحسين الزراعة، التصنيع والتسويق داخل سورية وخارجها.

تم زرع أشجار الزيتون الجديدة في المناطق الكثيرة التي تُعتبر غير صالحة لزراعة معظم المحاصيل الأخرى حيث أن الزيتون يملك عامة قابلية التكيف العالية في صرامة أحوال التراب والمياه. لا يستخدم مزارعو الزيتون السوريون مبيدات الحشرات، هم معتمدون على المكافحة البيولوجية. هذا يعبر عن إحدى مزايا الزيتون السوري كونه خاليا من المخلفات الكميائية ومتفاديا من الآثار السلبية على البيئة.

إن تكاليف إنتاج زيت الزيتون في سورية متساوية تلك في الدول المنتجة الرئيسية بالاتحاد الأوروبي رغم وجود الفروق الواسعة في أجور العمال. يمكن تحسين كفاءة الزراعة بواسطة الإدارة الأفضل والتكنولوجيا الأفضل. يوجد المجال في رفع كفاءة استخراج الزيت وتحسين نوعيتها بواسطة تغيير الأجهزة الموجودة في المعاصر من الطراز القديم (الاستخراج الدفعي وبالكبس) إلى الطراز الحديث (الاستخراج بالطرد المركزي). يمكن تعزيز الأساس التكنولوجي للزراعة والتصنيع على حد سواء من خلال البحوث العلمية الشاملة للزيتون وزيت الزيتون. مكتب الزيتون في إدلب مناسب للدلالة على الطريق في تطوير الصناعة.

يوجد الاحتمال في تحسين التصنيع بتنسيق أعمال المزارعين والمعاصر لتخفيض وقت الانتظار لاستخراج الزيت إلى الحد الأدنى ولتجنب تلف المنتج. ستمكن وحدات الإرشاد الزراعي من تقديم النصائح اللازمة والمساعدة لتأسيس إطار التنسيق.

امتص الطلب الداخلي أغلبية إنتاج الزيتون وزيت الزيتون. إن الطلب قوي، لم تضغط الزيادة الكبيرة في الناتج في التسعينات والاستهلاك المرتفع أكثر على الأسعار لا يمكن تحديد آثار زيادة عدد السكان وزيادة الدخل للشخص الواحد على الطلب على زيت الزيتون. من الواضح أن الطلب قوي جدا ويقدم أساسا جيدا لصناعة الزيتون جملة. بينما من الواضح أن السوق الداخلية ستنمو كبيرا وتبقى أساس السوق لزيت الزيتون، سيكون التصدير مهما على نحو متزايد. تسود الدول المنتجة في الاتحاد الأوروبي (خاصة إيطاليا وإسبانيا) الأسواق العالمية ولكن يوجد

الاحتمال في التصدير من خلال أحد الشكلين أساسيا. الأول: يمكن بيع الزيت بالشحنة السائبة (غير معبأ في زجاجات) إلى شركات إيطالية أو إسبانية للتكرير والبيع داخل الاتحاد الأوروبي أو بالتصدير. ستعتمد هذه المقاربة على إبرام سورية الاتفاقية مع الاتحاد الأوروبي لتحسين إمكانية الوصول إليه بالنسبة لسورية. الثاني: قد يبادر المصنعون السوريون إلى المقاربة الرفيعة الخطر والرفيعة الكسب بإنتاج الزيت العالي النوعية الذي يحمل العلامة التجارية السورية والصورة لبيع الزيت في الأسواق المحايدة في الأغلب تحت ظروف المنافسة مع المصدرين الإيطاليين والإسبانيين. ويمكن توحيد المقاربتين معا.

استجابة للانتقال السياسي من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق أصبح القطاع الخاص أن يشترك بنشاط وعلى نحو متزايد في التصدير. رغم أن كثيرا من المصدرين يديرون أعمال صغيرة الحجم ولم يتم التنظيم والتنسيق بينهم بشكل مرجو. تساهم الجهود الإبداعية من قبل المزارع المنفردة في تحديد الأسواق لزيت الزيتون. تكون طاقة هذه القطاعات الخاصة وخبرتها عنصرا مهما ذا قيمة لتحديد احتمال تطوير صناعة زيت الزيتون في سورية.

الفصل الخامس: نظام معلومات السوق

١-٥ الوضع الراهن

(١) العام

قد أحدث الانتقال من اقتصاد التخطيط المركزي إلى الاقتصاد الموجه للسوق زيادة كبيرة في دور القطاع الخاص في تسويق السلع الزراعية. في إطار الاقتصاد الموجه مركزيا، لم يضطر المزارعون إلى القلق بشأن تسويق منتجاتهم حيث أن الحكومة حددت المشتري والسعر. ولكن منذ إدخال اقتصاد السوق، أصبح المزارعون أن يواجهوا المشكلة لإيجاد الأسواق لمنتجاتهم. لاتخاذ أفضل القرارات فيما يتعلق بالتسويق يحتاج المزارعون إلى المعلومات المفصلة في وقت مناسب حول الأسعار والأمور الأخرى.

يتزايد عدد السكان المديني سريعا في معظم أجزاء سورية. يصبح الناس أكثر الآن معتمدين على المزارعين في توريد احتياجاتهم من الأغذية عن طريق السوق. المزارعون سبق أن أنتجوا المنتجات الغذائية خاصة للسوق قد أصبحوا أكثر تجاري والمزارعون الذين كانوا يبيعون الفواكه من متطلبات العيش قد أصبحوا الآن موجّهين أكثر للسوق. يزيد الاعتماد الأكبر على السوق من قبل المزارعين خطرا، لتخفيف الخطر إلى الحد الأدنى، يحتاج المزارعون إلى اتخاذ قرارات الإنتاج المُعلّمة بناء على معلومات أكثر ما يمكن.

إن استقرار أسعار المستهلكين أحد أهم أهداف سياسة الحكومة السورية لامن الغذاء. انه مهم خاصة للأغذية القابلة للفساد لأن إنتاجها وعرضها من ثم سعرها عرضة لمضيف العوامل مثل الجو، الحفظ المخطئ، التلف والفساد. لتحقيق استقرار أسعار المستهلكين تجاه مثل هذه الخلفية يجب تأسيس حالة التوازن بين الطلب والعرض في صفوفات السوق اليومية في المراكز الاستهلاكية. اطلعا على هذه الحقيقة يجب على الحكومة السورية تنفيذ التدابير الفعالة بالهدف إلى الإنتاج المستقر والتوزيع الرشيد للأغذية القابلة للفساد.

تتضمن هذه التدابير تحديد مناطق منتجة رئيسية للخضار، دمج وتحديث أسواق الجملة، الدعم الموسساتي للمستوى الأمثل في أسعار المستهلكين وتوحيد الأحصاءات والمعلومات حول التوزيع. لا يوجد في الوقت الحاضر نظام فعال في سورية لجعل معلومات السوق اليومية والشاملة متاحة إلى الأطراف المعنية. سيساهم إحداث النظام الفعال في زيادة المردودات الصافية إلى المزارعين وسيؤدي إلى كفاءة السوق أكبر.

(٢) معلومات السوق

(١) الفواكه والخضار

يبيع معظم المزارعين الفواكه والخضار في أسواق الجملة المتواجدة في المراكز المدينية الرئيسية إلى حيث ينقلون الفواكه والخضار بالشاحنات المكشوفة. يقصد المزارعون إلى السوق المحتملة أكثر أن تعطي أعلى المردودات الصافية.

تتغير الأسعار في أسواق الجملة من يوم إلى يوم. قبل تحديد مقاصد بيع الفواكه والخضار، يخاطب المزارعون تلفونيا الوكلاء، وهم يعملون مقابل العمولة، المتواجدين في الأسواق العديدة للحصول على دلالة السعر. يسأل المزارعون الآخرون جيرانهم عن معلومات الأسعار. ولكن لا يمكن الاعتماد على التجار دائما كمصدر معلومات السوق ومعلومات الجيران ليست حديثة ومحدودة في بعض الأحيان. لا يوجد نظام رسمي يعطي المزارعين معلومات السوق الدقيقة حول الفواكه والخضار.

لا تملك أسواق الجملة أية مرافق مثل جسور القبان ولا تقوم سلطات الأسواق جمع السجلات المتعلقة بالإنتاجات والأسعار. تقوم مديرية الاقتصاد الزراعي التابعة لوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بمسح أسعار الفواكه والخضار في أسواق الجملة الرئيسية وأسواق المفرق في ١٤ مدينة رئيسية بشكل روتيني. تجمع وزارة التموين والتجارة الداخلية أيضا الأسعار في أسواق الجملة ولكن لم يتم نشر معلومات الأسعار بعد.

٢) الزيتون وزيت الزيتون

يتم استهلاك أربعة أخماس ثمار الزيتون في سورية لاستخراج الزيت والربع الباقي لزيتون المائدة. تسويق الزيتون الطازج والمخلل يشابه تسويق الفواكه والخضار الأخرى أي يتم تسويق الجزء الأكبر منها عبر أسواق الجملة. يبيع معظم المزارعين زيت الزيتون إلى الباعة بالجملة في المستودعات المتخصصة بزيت الزيتون والمتواجدة في المناطق المنتجة الرئيسية. ولكن لم يغط مسح الأسعار من قبل وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي ووزارة التموين والتجارة الداخلية بأسعار زيت الزيتون.

٣) المعلومات الأخرى

يتم جمع المعلومات الإحصائية حول المحاصيل والعواشي من قبل موظفي المكاتب الفرعية للإرشاد الزراعي ثم يتم تحليلها وتصنيفها في مديرية الشؤون الزراعية. يتم جمع المعلومات حول استيراد وتصدير المنتجات الزراعية من قبل مديرية وقاية المزروعات عن طريق المحاجر الصحية الزراعية. يتم جمع المعلومات حول الأحوال الجوية من قبل مؤسسة الأرصاد الجوية التابعة لوزارة الدفاع ومن قبل مشروع الاستمطار بوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.

ولكن، إن ما ذكر أعلاه قد تم الأخذ بعين الاعتبار من ناحية الإدارة والإحصاءات. لم يتم أخذ المزارعين والتجار بعين الاعتبار ككونهم مجموعة الهدف أو تم أخذهم بعين الاعتبار ثانويا. إمكانية الوصول إلى لوحات المعلومات محدودة بالنسبة للشعب. المعطيات المنشورة من هذه الخدمات عادة قديمة التاريخ جدا وقليلة الاتصال بالمعلومات المطلوبة من قبل المشتركين في أعمال السوق وأنها ذات قيمة مشكوك فيها.

٢-٥ نظام معلومات السوق النموذجي

لتطوير نظام معلومات السوق للمنتجين والأطراف المعنية، قد بدأ تأسيس شبكة الكمبيوتر النموذجية تحت هذه الدراسة. أجريت المناقشات التحضيرية مع الجهات المعنية في وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي ومع الأطراف المعنية الأخرى. تم التشديد على العمل التعاوني لتأسيس الشبكة النموذجية خاصة مع مديرية الإرشاد الزراعي للربط بوسائل الاتصال الجماهيري. لم تتضمن الشبكة النموذجية الوزارات الأخرى والمؤسسات مثل وزارة

التموين والتجارة الداخلية، وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية ومكتب الأرصاد الجوية الآن.

(١) أهداف نظام معلومات السوق النموذجي

لا يوجد نظام فعال في سورية لجعل معلومات السوق الشاملة متاحة للأطراف المعنية بما فيه المزارعين، التجار والمستهلكين بشكل يومي.

يهدف (نظام معلومات السوق النموذجي) إلى تأسيس نموذج لمديرية الاقتصاد الزراعي التي تكون مركز النظام لجمع معلومات السوق وتقديمها إلى الأطراف المعنية عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري. هذا هو الأساس بالنسبة إلى (خدمات معلومات السوق المحتملة).

(٢) مصادر ومحتويات المعلومات

معالجة المعلومات للنموذج بدأت بواسطة فرز المعلومات المفيدة والموجودة في وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي. مصادر ومحتويات المعلومات المتوقعة تزويدها تتضمن ما يلي:

| المحتويات | المصادر |
|--|----------------------------|
| أسعار السلع الرئيسية في أسواق الجملة والمفرق | أ: مديرية الاقتصاد الزراعي |
| الكميات المستوردة والمصدرة من السلع الرئيسية | ب: المحجر الصحي الزراعي |
| معطيات الإنتاج وتوقعات المحصول | ج: مديرية الشؤون الزراعية |
| سجلات تساقط الأمطار أسبوعياً أو شهرياً | د: مشروع الاستمطار |
| المعلومات الخارجية | ي: الانترنت |

يمكن استخدام الأساليب المختلفة لتقديم المعلومات إلى الأطراف المعنية بما فيه الشعب (المستهلكين) بشكل منظم ودوري معاً. تتكفل هذه الأساليب جميعاً على وسائل الاتصال الجماهيري بما فيه التلفزيون، الراديو والجراند. تم تصميم الاستثمارات لتقديم المعلومات إلى وسائل الاتصال الجماهيري.

(٣) أساليب تقديم معلومات السوق

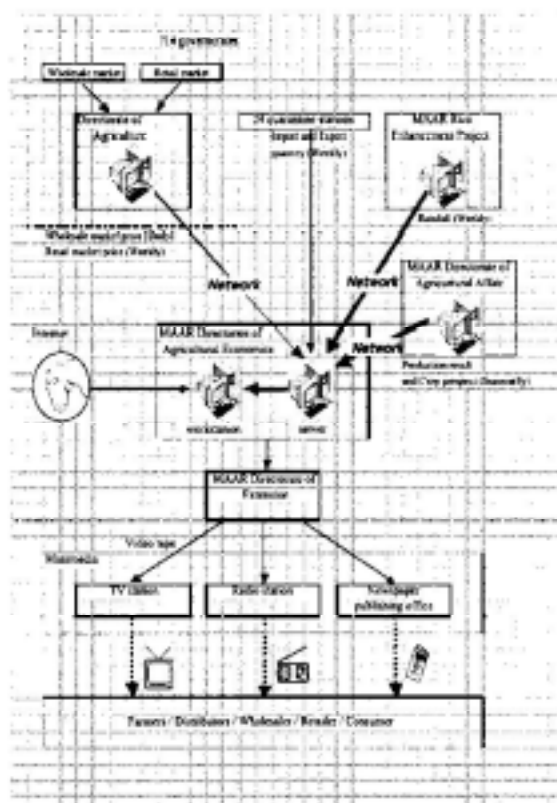
ستكون مديرية الاقتصاد الزراعي مركزاً للشبكة حيث سيتم جمع جميع المعلومات اللازمة عن طريق الاتصال الهاتفي، الفاكس وشبكة الكمبيوتر. لذا، تكون مديرية الاقتصاد الزراعي مرتبطة بمديريات الزراعة في المحافظات، مديرية الشؤون الزراعية بالوزارة، مشروع الاستمطار بالوزارة والمحاجر الصحية الزراعية. ستوزع مديرية الإرشاد الزراعي المعلومات بين المنتجين والمستهلكين عن طريق برنامج التلفزيون النظامي، الراديو والجراند اليومية.

يتم في مديرية الاقتصاد الزراعي تركيب نظام الحاسوب المخدم الذي يتلقى ويركز المعطيات المرسله من كل مديرية. بالإضافة إلى ذلك، يتم أيضاً تركيب نظام الحاسوب لمحطة العمل من أجل إدارة واستخدام معلومات الحاسوب المخدم بالارتباط بالحاسوب المخدم بشبكة الاتصال المحلي بإنترنت.

نظام التشغيل الذي تستخدمه جميع الحواسيب هو (النافذ Windows). ويتم إقامة (التوصيل الوارد Incoming Connection) على الحاسوب المخدم. يتم توصيل الشبكة بالحاسوب المخدم بواسطة النداء من كل حاسوب تابع.

البرتوكول الذي يتم استخدامه للاتصالات هو (شبكة ميكروسوفت Microsoft Network) بواسطة (برتوكول التحكم في الإرسال/ بروتوكول إنترنت TCP/IP) المشمول في النوافذ عادة. يتم إدخال تبادل معلومات أسعار السوق بين مكتب مديرية الاقتصاد الزراعي وبين مكاتب المديرية بالمحافظات بواسطة الوظيفة التزامنية الموجودة في قاعدة بيانات (توصل ميكروسوفت Microsoft Access).

يتم تبادل المعلومات بين المديرية الأخرى بواسطة استنساخ الملف الإلكتروني إلى ملف (تشارك البيانات Share data). يوضح الشكل التالي الترتيبات المؤقتة لنظام الشبكة:



الشكل رقم ١-٥ نظام معلومات السوق النموذجي

الفصل السادس: الاستراتيجيات لتحسين نوعية المنتجات الزراعية

يجب على الاستراتيجيات لتحسين نوعية المنتجات الزراعية خاصة الفواكه والخضار أن تغطي بالمدى الواسع من المسائل ذات العلاقات المتبادلة في المجالات العامة من الإنتاج، التسويق والعوامل المؤسسية والقانونية. بعض المسائل كما تم إيجازها في الفصول السابقة هي عامة بالنسبة لجميع الفواكه والخضار وكذلك لجميع المحاصيل. والمسائل الأخرى هي خاصة بالسلعة المحددة. سيتطلب من الحكومة السورية في مرحلة صياغة السياسة لتحسين نوعية الفواكه والخضار أن تعد البرنامج والسياسات لتحقيق الاستراتيجيات، سيكون من الضروري القيام بكثير من الأعمال لإعداد البرامج المناسبة والمشروعات ضمن كل إستراتيجية.

١-٦ الإنتاج

يعتمد تحسين نوعية الفواكه والخضار بشكل كلي حتى تستفيد منها جميع الأطراف المعنية على أن يسلم المزارعون إلى الأسواق المنتجات العالية النوعية والموحدة التي تشبع المواصفات المفضلة من قبل المستهلكين. يعتمد إنجاز هذا على تحسين إنتاج المحاصيل والانظمة التي يتم عن طريقها شحن النتاج إلى الأسواق. يطلب تحسين نوعية المنتجات الداخلة إلى الأسواق الجهود المختلفة من قبل المزارعين والخدمات التي تدعمهم أي من اختيار البذار إلى مرحلتي الحصاد والشحن بما فيه فرز وتدرج المنتجات في المزارع.

(١) إنتاج البذار وتزويده

تزويد البذار السليمة والعالية الإغلال بشكل مناسب ومنظم هو الأساس لإنتاج الفواكه والخضار العالية النوعية. تمثل تكاليف البذار، مع أنها متغيرة، جزءا كبيرا من إجمالي تكاليف إنتاج الخضار. يجري حاليا استيراد كثير من بذار الخضار بما فيه بذار البطاطا من الخارج. قد يخفّض إنتاج البذار محليا بشكل أكبر تكاليف الإنتاج ويضمن التزويد الكافي من البذار العالية الدرجة. فيما يتعلق بالبطاطا، يجري الآن تنفيذ مشروع إنتاج البذار الخالية من الفيروس من قبل المؤسسة العامة لإكثار البذار. يوجد الضرورة في القيام بالدراسة في إمكانية إنتاج البذار محليا لزراعة البندورة المتوسعة والمتنوعة. يوجد الضرورة في تقييم احتمال إنتاج البذار محليا لمحاصيل الخضار بلغة تخفيض التكاليف وضمان التوريدات إلى المزارعين.

(٢) اختيار ونشر الأصناف الجديدة من الأعراس

قامت مراكز البحوث والاختبار المعنية التابعة لوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بإدخال غريلة، إكثار ونشر الكثير من الأصناف الواعدة من المحاصيل الشجرية بما فيه الزيتون، التفاح والبرتقال. حتى الآن، تم وضع التشديد في اختيار الأصناف بشكل قوي على احتمال الغلة تحت الظروف الزراعية السورية. ولكن الآن يجب تطبيق مجموعة القواعد أوسع على اختيار وتطوير الأصناف. يوجد الضرورة الخاصة في عكس متطلبات الأسواق داخليا وخارجيا في اختيار الأصناف كالجزة المهم من الجهود لضمان قابلية المنتجات السورية للتسويق.

(٣) الري

إن الري هو أحد الممارسات الزراعية الأهم لزيادة واستقرار الغلة والإنتاج. ولكن الموارد المائية المتاحة محدودة

وتخصيصها موضوع ملح. التكنولوجيا الموفرة على المياه في الري هي خطوة أولى هامة يجب تشجيعها ربما بواسطة الإعانات المالية إلى المزارعين لغرض الاستثمار في الأنظمة المناسبة. يجب مقارنة مسألة الري أيضا بشكل عريض أكثر بلغة الأولويات الوطنية الكلية لاستخدام المياه. من المهم إجراء الدراسة لتحديد العزبة النسبية لأنظمة الري حسب المناطق والمحصول ولتحديد الأولويات داخل قطاع الزراعة.

(٤) زراعة المحصول

حققت سورية تقدما ملحوظا في تحسين زراعة المحصول خاصة في مجالات المكافحة البيولوجية للأفات والزراعة العضوية اللتين تم إدخالهما بنجاح ويجب تشجيعها أكثر. من حيث الاهتمامات البيئية وحيث أن المستهلكين في العالم يصبحون شاعرين أكثر بسلامة الغذاء فيجب تشجيع التكنولوجيا الزراعية هذه. تعطي التكنولوجيات المميزة السوقية التي يمكن استقلالها بواسطة وضع البطاقات على المنتجات السورية مشيرة إلى أنها خالية من الكيماويات.

يقوم المزارعون الذين ينتجون المحاصيل الدائمة بالاستثمار الكبير في الأرض والأشجار التي تحتاج إلى عدة سنوات لاسترجاع الرأسمال ولكن تواصل في الإنتاج في السنوات العديدة. سيحصل المزارعون على أفضل مردودات الاستثمارات إذا تعطي الأشجار الغلال العالية والمطرودة من المنتجات الموحدة والعالية النوعية أطول ما يمكن. يتطلب هذا أن المزارعين ينتبهون بشكل خاص إلى العناية بالأشجار. الممارستان المهمتان اللتان ضروريتان لتحسين النوعية ولكن لم يتم تطبيقهما واسعا في سورية هما التخفيف (ما عدا الزيتون) والتشذيب. يمكن يرفع البرنامج على مستوى القطر الذي تنفذها خدمات الإرشاد الزراعي لإرشاد المزارعين في تحسين العناية بالأشجار إنتاجية محاصيلهم واستدامتها ويؤدي إلى نوعية الإنتاج أعلى.

٢-٦ التسويق

(١) التسويق الجماعي من قبل المنتجين

يتم زرع الأغلبية الساحقة من الفواكه والخضار من قبل المزارعين الصغير المحوزات مما يؤدي إلى الصعوبات الكبيرة في الإنتاج، المعاملة والتسويق. من وجهة نظر الإنتاج التكاليف أعلى والمنتج أكثر متغير بكثير من تلك في المزارع الكبيرة. إن المراحل من مرحلة الحصاد إلى مرحلة النقل ومرحلة التسويق غير فعالة ومكلفة. عند التسويق، لا يملك المزارعون قوة المساومة مع مشتري المحاصيل إلا قليلا. تسويق المحاصيل الجماعي من قبل المزارعين هو اختيار مهم بالاحتمال للتغلب على كثير من الصعوبات. وقد يكون الفرز الجماعي والتعبئة الجماعية في مناطق الزرع هامة لزيادة قيمة المنتج.

(٢) أسواق الجملة

بالرغم من أن أسواق الجملة قد قدمت خدمات طيبة في سنوات عديدة هي تقع الآن تحت ضغط نتيجة الأحجام المتزايدة من الأعمال، التقدم بمرافقها السن وزيادة المنافسة في الأرض للأهداف المدنية. تحتاج أسواق الجملة إلى تحسينها بلغة العمليات والإدارة ويجب تحديث مرافقها. إن المرافق المحسنة، في بعض الحالات تحتاج إلى إعادة تحديد موقعها، هي الأساس الضروري لتطوير الأنظمة لتحقيق الشفافية في التجارة ولتكوين السعر العادل.

(٣) معلومات السوق

النظام الحالي لتزويد الأطراف المعنية بمعلومات السوق غير رسمي كثيرا وتتكون معلومات السوق في الأغلب من الاتصالات الفردية بالذات أو بالهاتف. يجب تقديم معلومات السوق سريعا وعلى نحو منتظم إلى جميع الأطراف المعنية خاصة إلى المنتجين. يجب أن تتضمن المعلومات المقدمة التي يجب أن تكون شاملة لإشباع احتياجات جميع الأطراف المعنية أسعار الجملة، الكميات المتجزة، الأسعار والكميات في أسواق التصدير ومعطيات الإنتاج القصيرة الأمد والطويلة الأمد.

مراقبة أسواق السلع ومراقبة الإنتاج هي موضوع مهم لتحسين نوعية الفواكه والخضار. تقدم معلومات السوق الأساس لاتخاذ القرارات من قبل المنتجين، التجار، المصنعين، المستهلكين والآخرين وتعلم الإدارة لتفكيكها بتدابير السياسة لتنظيم وإشراف التسويق.

(٤) معيار النوعية

قد تم تأسيس كثير من معايير الفواكه والخضار في سورية وتم الاعتراف بأهمية المعايير لتحسين النوعية. ومع ذلك، في معظم الصفقات خاصة في صفقات الفواكه الطازجة والخضار للأسواق الداخلية لم يتم مراعاة المعايير على نحو مناسب. يجب إعطاء الانتباه المناسب إلى معايير السلع حيث أنها ضرورية لتحسين نوعية المنتجات. يتطلب هذا الفهم العام بخصوص أهمية وفعالية المعايير. ستكون البرامج التعليمية لحفز الناس مفيدة لمراعاة المعايير على نحو أفضل واحترامها على نحو مناسب. في نفس الوقت، يجب فرض العقوبات على انتهاك الأنظمة المتعلقة بالمعايير. سيتطلب هذا تعزيز أنظمة معاينة النوعية بما فيه تجهيز المخابر لتحليل وتقييم نوعية المنتج.

(٥) صناعة التصنيع

يملك تصنيع الفواكه والخضار في سورية تاريخا قصيرا نسبيا ومحدود في الوقت الحاضر من ناحية المجال والحجم. على توازي هبوط حصة شركات الدولة، قد كسب القطاع الخاص دورا قائدا. ولكن بسبب عدم وجود سوق الرأس مال، معظم شركات التصنيع تدير أعمالها منفردة أو بشكل الأعمال العائلية ضمن الحجم المحدود نسبيا. استجابة لتنوع نمط الغذاء بالنسبة للناس وخاصة بسبب التمدن، سيزيد الطلب على الغذاء المصنوع في السنوات القادمة. ستكون القيمة المضافة الناتجة من التصنيع كبيرة أيضا. سيمتص التصنيع الفوائض من الأسواق للتصدير. يمكن يجد تصدير الغذاء المصنوع فرصا أيضا. من الناحية طويلة الأمد، يولد افتتاح أسواق الرأس مال أموالا للاستثمار في جميع القطاعات. ولكن، سيكون الاستثمار في وقت ما قبل أن تكون مثل هذه الأموال متاحة لمصنعي الغذاء. لذا من الناحية قصيرة الأمد يوجد ضرورة في تقديم التسليف الرسمي لدعم مبادرات القطاع الخاص في تصنيع الغذاء.

(٦) تحديث النقل

تعاني سورية عددا من الصعوبات في نقل منتجاتها دوليا. مثلا، الشاحنات المبردة السورية غير مؤهلة بالدخول إلى الأرض الإقليمية التركية في طريقها إلى القارة الأوروبية ذلك بسبب عدم مطابقتها على قواعد المركبات الدولية. لذا، يجب انتقال الفواكه والخضار المحملة على الشاحنات المبردة السورية بقصد تصديرها برا إلى الدول الأوروبية إلى

الشاحنات المبردة التركية في الحدود ولنقلها إلى دول المقاصد. تحدث أعمال التفريغ والتحميل في الحدود التكاليف الإضافية وتلف المنتجات. يجب تعزيز المراقبة القانونية على مواصفة سرير الشاحنات المبردة المنتجة محليا لتمكين الشاحنات المبردة السورية من المطاوعة على الأنظمة الدولية. من الناحية قصيرة الأمد، يجب الأخذ بعين الاعتبار اتخاذ الإجراءات بشكل ملح لتخفيض الضرر الناتج عن التفريغ والتحميل. تتضمن هذه الإجراءات استخدام الشاحنات الأجنبية رخيصة الأجر.

(٧) الوصول المحسن إلى السوق الخارجية وتوسيعها

حتى الآن بقيت الصادرات من الفواكه والخضار محدودة من ناحية الحجم والقيمة بالمقارنة مع الطاقة العامة في القطر مع أن هناك بعض الفروق بين السلع. يتم تصدير جزء كبير من الصادرات إلى دول الخليج العربي والدول المجاورة لسورية. الإنجازات السنوية في التصدير حسب السلعة والمقصد غير ثابتة بوضوح. يجب تحقيق النقاط المميزة بالنسبة للمنتجات السورية في هذه الدول إلى الحد الأقصى ذلك خلال الجهود الشاملة من قبل الحكومة السورية والقطاع الخاص. في نفس الوقت، التغلغل في سوق الاتحاد الأوروبي مسألة مهمة يجب متابعتها تحت المفاوضات الجارية في اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي. بعض الخطوات من أجل توسيع واستقرار الصادرات ومقاصدها التي يجب أخذها بعين الاعتبار هي:

- جمع أخبار السوق على نحو نظامي في دول الخليج العربي ودول الاتحاد الأوروبي من قبل الملحق الزراعي/الملحق التجاري.
- إقامة المنتدى العام لتبادل معلومات السوق على نحو منتظم بين الحكومة والقطاع الخاص.
- إحداه وتعزيز جمعيات المصدرين.
- دراسة الإمكانيات في تأسيس العلامة التجارية المشتركة السورية.
- إجراء حملة التصدير/المبيعة بشكل متحد للسلعة ذات أولوية.
- إجراء الأعمال المنسقة مع صناعة السياحة لترويج المنتج السوري.

٣-٦ المسائل المؤسسية أو القانونية

(١) إسقاط العرض/الطلب الطويل الأمد

مع تقدم تحرير الوصول إليه تحت اقتصاد السوق ومع زيادة الإنتاج المحلي في السلع الكثيرة لتتكافئ الطلب الداخلي والمنافسة الدولية المتزايدة ستكون ضرورة المتزايدة بالنسبة للحكومة السورية في صياغة أو إعادة صياغة الاستراتيجيات بشأن الفواكه والخضار. من الضروري لصياغة السياسة بنجاح في البيئة المتغيرة أن الحكومة السورية تقوم بإسقاط دلائل الطلب والعرض استمرارا لجميع السلع الرئيسية. ستكون الإسقاطات مفيدة بالنسبة للأطراف المعنية الأخرى بما فيه المنتجين، التجار والمصنعين.

(٢) البحوث والإرشاد الزراعي

يحتاج نظام البحوث الزراعية الوطنية الحالي إلى تعزيزه بواسطة الربط الوثيق بالإرشاد الزراعي. يجب أن تكون

البحوث مستهدفة بالإحكام بأعلى الأولويات في إنتاج الفواكه والخضار. وفي نفس الوقت، يجب توسيع فعاليات البحوث والإرشاد الزراعي إلى المظهر الاجتماعي الاقتصادي بالنسبة للمنتجين وإلى المعاملة والنقل، التصنيع والتسويق. يجب اشتراك جهات البحوث والإرشاد الزراعي في ممارسات اشتراكا أكثر لإعداد التنبؤات بأحداث ذات علاقات وتطورات مثلا.

(٣) تشريع القانون الشامل حول أسواق الجملة

توجي أهمية دور أسواق الجملة في قنوات تسويق الفواكه الطازجة والخضار أن القانون الوطني الشامل الذي ينظم أسواق الجملة سيكون ضروريا. إن وضع المظاهر المختلفة من الصلاحيات لتنظيم وإشراف السوق في الوزارات المختلفة سيكون غير مساعد لتحقيق تدفقات السلع في أسواق الجملة بشكل فعال وشفاف. تم تأسيس أسواق الجملة الرئيسية مستقلة وتدير أعمالها ضمن المحافظات الخصوصية بدون أية آلية التنسيق. يمكن تحقيق تعديل الطلب والعرض بشكل فعال من خلال التجارة بين أسواق الجملة المتواجدة على مستوى القطر بواسطة الترتيبات القانونية المتناسكة فقط.

(٤) تكامل المسؤولية عن إنتاج الغذاء، العرض والتسويق

حيث أن الانتقال من التخطيط المركزي إلى صنع السياسة الموجهة للسوق يستمر، تتزايد أدوار ومبادرات القطاع الخاص. لتشجيع مبادرات القطاع الخاص ولتبسيط الإدارة والإجراءات في نفس الوقت، يجب الأخذ بعين الاعتبار تمركز المسؤوليات عن إنتاج الغذاء كله وتسويقه في وزارة واحدة، مثلا، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.

(٥) التسليف للتسويق

يقدم المصرف التعاوني الزراعي قروضا للإنتاج فقط ليست للتسويق. لذا كثيرا ما يعتمد المنتجون على القروض من الوسطاء أو الباعة بالجملة أو الضمان لتأمين الأموال قبل الحصاد. هذا كثيرا ما يقود المنتجين إلى المواقف غير المؤاتية بشأن الأسعار. يجب تعديل نظام التسليف الرسمي ليستجيب على نحو أفضل لمتطلبات المنتجين وكذلك ليتضمن التكاليف الجارية، تكاليف الاستثمار في التصنيع والتسويق.

الفصل السابع: إختيار المشاريع ذات الأولوية

يتم دراسة الاستراتيجيات/المسائل المعروضة في الفصول السابقة حسب أولويتها للشروع في عمل مستقبلي. للتقييم، قد تم استخدام القواعد التالية.

١-٧ قواعد التقييم

- ① استدامة المشروع والأثر البيئي
- ② ستتاح الأولوية أعلى إلى المشروع المقترح/المسألة المقترحة ذات أولوية عالية وعديمة الأثر البيئي السلبي.
- ③ فائدة المزارعين
- ④ ستتاح الأولوية أعلى إلى المشروع ذي استجابة أعلى لاحتياجات المزارعين و/أو المساهمة في دخل المزارعين.
- ⑤ الانسجام مع اتجاه السياسة الحالية
- ⑥ ستتاح الأولوية أعلى إلى تماسك وانسجام المشروع/المسألة مع سياسة الحكومة الحالية.
- ⑦ الجنوى
- ⑧ ستتاح الأولوية إلى المشروع/المسألة لا يوجد أية عقبات خطيرة محتملة في التنفيذ
- ⑨ الآثار الاجتماعية الاقتصادية
- ⑩ ستتاح الأولوية إلى الآثار الاجتماعية الاقتصادية الإيجابية مثل إبادة الفقر و/أو تحسين تباين الدخل يمكن أن تكون نموذج الجهود التنموية في مناطق أخرى
- ⑪ ستتاح الأولوية أعلى إلى المشروع/المسألة المتوقعة أن تكون نموذجا تنمويا للمناطق الأخرى.
- ⑫ الآثار الاقتصادية
- ⑬ ستتاح الأولوية أعلى إلى المشروع/المسألة ذات مردود اقتصادي عالٍ
- ⑭ تأثير المضاعف
- ⑮ ستتاح الأولوية أعلى إلى المشروع/المسألة المتوقعة أن تنتج تأثيرا متموجا في التطوير.

٢-٧ تقييم مركبات الاستراتيجية الرئيسية (المشروع/المسألة)

بناء على القواعد المذكورة أعلاه، يتم تقييم كل مشروع/مسألة بتصنيف أ، ب و ج

- أ: أولوية عالية
ب: أولوية متوسطة
ج: أولوية منخفضة

الجدول رقم ٧-١ تقييم مركبات الاستراتيجية الرئيسية

| الإجمالي | ٨ | ٧ | ٦ | ٥ | ٤ | ٣ | ٢ | ١ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ١. الإنتاج | | | | | | | | |
| إنتاج الجار | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| التصدير | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| الري | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| المكافحة البيولوجية، التخفيف والتشذيب الخ | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| ٢. التسويق | | | | | | | | |
| التسويق الجماعي من قبل المنتجين | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| تحسين أسواق الجملة | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| خدمات معلومات السوق | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| معايير النوعية والحرفية | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| تشجيع صناعة التصنيع | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| النقل | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| الوصول المصنعي إلى الأسواق الخارجية | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| ٣. المسائل القانونية والمؤسسية | | | | | | | | |
| إسقاط الطلب/العرض حسب السلعة | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| تعزيز البحوث والإرشاد الزراعي | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| القانون الشامل من أسواق الجملة | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| تكامل المسؤولية عن سلامة الغذاء | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |
| التصنيف للتسويق | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب | ب |

٣-٧ إختيار المشاريع ذات الأولوية

بناء على التقييم المذكورة أعلاه، يتم اختيار المشاريع الثلاث التالية كالمشاريع ذات الأولوية

- (١) التسويق الجماعي من قبل المنتجين
- (٢) تحسين أسواق الجملة
- (٣) مشروع خدمات معلومات السوق

الفصل الثامن: المسائل ذات الأولوية لتحسين النوعية

٨-١ التسويق الجماعي من قبل المنتجين

كما تم الذكر في تقارير السلع، يبيع معظم المزارعين على انفراد منتجاتهم مباشرة إلى أسواق الجملة. بسبب صغارة حجم المزارع، يكون المنتج المتوقع شحنه صغيرا ويكون مقسما إلى مجموعات كثيرة أحيانا بدون الفرز والتدريج. تزيد هذه العوامل تكاليف التسويق بالنسبة للمزارعين وقوة مساومتهم محدودة بالطبع. للتعويض عن هذه المساوي يتم اقتراح تنظيم التسويق الجماعي من قبل مجموعات المنتجين.

يتم الذكر فيما يلي الإجراءات المتخذة لدراسة المسألة والأفكار لتطوير الخطة.

٨-١-١ خلفية وضرورة التسويق الجماعي من قبل المنتجين

(١) الوضع الراهن في التسويق من قبل المزارعين

يوجد في سورية أكثر من ٢٧.٠٠٠ مزارع الحمضيات. يملك الأغلبية الساحقة منهم (٨٠٪ من العدد الإجمالي) مزرعة الحمضيات البالغة مساحتها أقل من واحد هكتار. لا يوجد أنظمة يتم تجميع منتجاتهم من خلالها محليا قبل قبل الشحن إلى الأسواق في المدن. هذا يحدث المساوي التالية:

- ١) يقضي المزارعون المزيد من الأوقات وترتفع تكاليف النقل لشحن منتجاتهم.
- ٢) يواجه كثير من المزارعين الصعوبة في الحصول على معلومات السوق خاصة المعلومات عن السوق حيث من المتوقع أن تكون فيها الأسعار المجزية أكثر.
- ٣) نظرا للكمية المحدودة من المنتجات التي يسلمها المزارعون كل مرة، ستكون قوة مساومة المزارعين في التسويق محدودة.
- ٤) من الصعب إلى حد ما أن يتم فرز المنتجات وتدرجها في المزارع على انفراد. بشكل مطلوب في الأسواق.

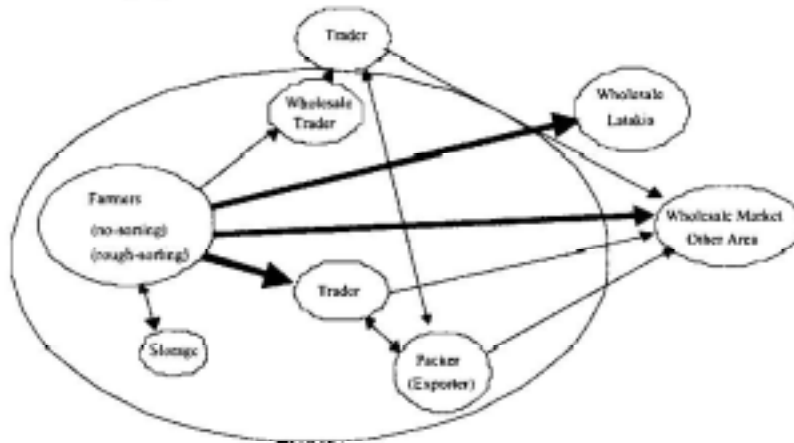
(٢) ضرورة تأسيس الثقة من جانب التجار والمستهلكين

إن إنتاج البرتقال العالمي في اتجاه متزايد ويوجد قليل من الاحتمالات في ارتفاع السعر. تكون المنافسة بين الموردين الرئيسيين شديدة على نحو متزايد بلغة النوعية والكمية. استجابة الزيادة السريعة في الإنتاج المتنبأ به في السنوات القادمة، يكون توسع الاستهلاك الداخلي والتوصل المحسن إلى الأسواق الخارجية الواعدة أحد مسائل الاهتمام. حيث أن سورية دولة موردة صغيرة في الأسواق العالمية فيتطلب منها بذل الجهود المحددة لتأسيس سوق متينة خارج القطر لكسب ثقة المستهلكين. سيكون تأسيس «العلامة التجارية السورية» أحد الخيارات الهامة الذي سيكون البرتقال العالي النوعية بالسعر المنخفض شرطا لتحقيقه أي تأسيس العلامة التجارية السورية.

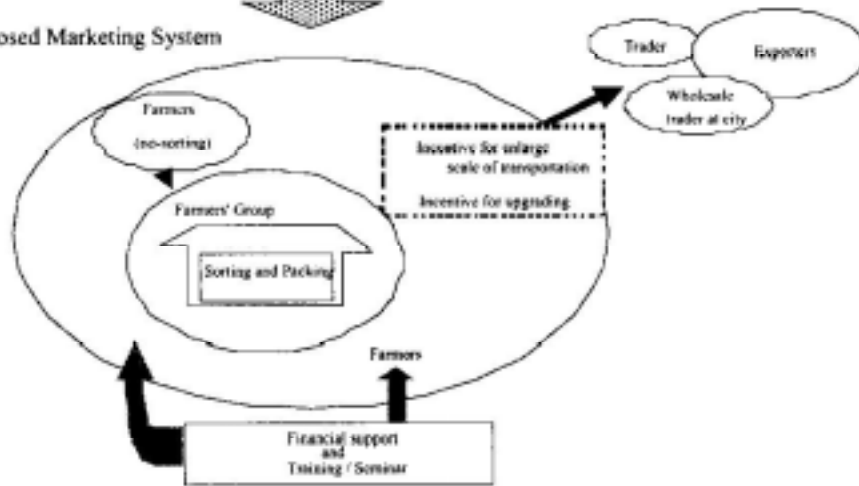
(٣) ضرورة التسويق الجماعي بواسطة تنظيم المنتجين

من الصعب المزارعين المنفردين تحقيق ما ذكر أعلاه بجهودهم وحدها خاصة بالنسبة للمزارعين الصغير الحجم. سيكون التسويق الجماعي بواسطة تنظيمات المزارعين أنفسهم أحد أهم المسائل الملحة.

Present Marketing System of Citrus



Proposed Marketing System



الشكل رقم ٨-١ نظام التسويق الراهن/ المقترح للحمضيات

٢-١-٨ إختيار منطقة الهدف في اللاذقية

(١) إختيار المنطقة

تم اختيار المنطقة النموذجية من محافظة اللاذقية حيث أنها تشغل بحوالي ٧٠٪ من إجمالي إنتاج الحمضيات في القطر. أولاً تم وضع المناطق الأربع المرشحة في القائمة ويتم تغطية كل منطقة من هذه المناطق بوحدة الإرشاد الزراعي. في مرحلة اختيار الواحدة من هذه المناطق الأربع المرشحة فتم الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:

- كمية الإنتاج من الحمضيات
- عدد المزارعين المنتجين للحمضيات
- طريقة بيع الحمضيات و
- الموقع

الجدول رقم ٨-١ وحدة الارشاد الزراعي المختارة

| المسافة من السوق / كم | قنوات التسويق | عدد الأسر الزراعية للحمضيات | إنتاج الحمضيات / طن | وحدة الإرشاد الزراعي |
|-----------------------|---------------|-----------------------------|---------------------|----------------------|
| ١٧ | معقد | ١,٢٨٨ | ٩٠,٥٠٠ | برج القصب |
| ٥ | بسيط | ١,١٥٠ | ١١,٥٠٠ | دوير الخطيب |
| ١٤ | معقد | ٦٣٩ | ١٢,٦٥٠ | سوت خيرس |
| ١٥ | معقد | ٧٥٠ | ١٢,٤٠٠ | آيم الأروس |

في نهاية الأمر، تم اختيار برج القصب ودمسرخو حسب الاعتبارات المذكورة أعلاه.

(٢) الطاقة المقترحة للتنظيم

تم تحديد الحجم المؤقت للتنظيم حسب الوضع الراهن في منطقة الهدف أي إنتاج الحمضيات، عدد المزارعين، قنوات التسويق والمساحة إلى سوق الجملة القائمة وتم أيضاً الأخذ بعين الاعتبار الجمعيات التعاونية القائمة للفلاحين. فيما يلي الطاقة المقترحة:

| | |
|-----------------------------------|--|
| طاقة مرافق الفرز | : ١٠٠ طن من الحمضيات/يوم |
| طاقة معاملة الشحن | : ١٠٠,٠٠٠ طن/موسم |
| إجمالي المساحة المزروعة بالحمضيات | : ٢٢,٣٦٤ دونم (٢,٢٣٦ هكتار) |
| إجمالي إنتاج الحمضيات | : ٩٠,٠٠٠ طن (بينها، ٤٨,٨٠٠ طن من البرتقال) |

٨-١-٣ ورشة العمل حول تحسين تسويق الحمضيات

(١) ضرورة المقاربة المشتركة

في التنمية الريفية، قد يكون لسكان منطقة معينة تنوع واسع من الاهتمامات والآراء فيما يخص أهداف وأساليب برامج التنمية، ولتحقيق أكبر قدر ممكن من المتطلبات المختلفة، قد تم تشجيع الناس الذين يعيشون في المناطق المستهدفة في التنمية للمشاركة في عملية صياغة المشروع وتعتبر هذه المقاربة الآن واحدة من أكثر الطرق فعالية في تحقيق التنمية المستدامة في الريف.

في دراسة (تحسين نوعية المنتجات الزراعية) تم استخدام أسلوب المقاربة المشتركة على شكل ورشة العمل مع مشاركة الناس المعنيين في منطقة إنتاج الحمضيات الواحدة. وفي ورشة العمل تم تطبيق هذا الأسلوب في تحليل المشاكل الموجودة في تسويق الحمضيات وفي صياغة خطة مؤقتة بإمكانها أن تساهم في التغلب على مشاكل معينة. وقد تم اختيار وحدة الإرشاد الزراعي التي تضم قريتي برج القصب ودمسرخو في محافظة اللاذقية كمنطقة الهدف.

(٢) التخطيط المشترك

يتكون التخطيط المشترك من المرحلتين أي التحليل والتخطيط الذين يتم ممارستهما باشتراك ممثلي الناس المعنيين. قبل إجراء التخطيط المشترك يتم إجراء تقييم مشترك لتحليل المشاكل الموجودة من قبل الأشخاص المحليين بمساعدة من الباحثين والمهندسين والاختصاصيين في التخطيط التئموي من خارج المنطقة.

بالاستناد إلى نتائج هذا التقييم تتم صياغة المشروع/الخطة عن طريق التخطيط المشترك. ويتم استخدام البيانات والمعلومات الناتجة عن التقييم في ورشة العمل حول التخطيط المشترك ويتم دمجها في المخططات البيانية العديدة التي يتم إنشاؤها أثناء المناقشات التي تجري في ورشة العمل. تتضمن مرحلة التحليل في التخطيط المشترك أربع خطوات: التحليل المشترك، تحليل المشاكل، تحليل الأهداف، اختيار المشروع. مهمة الخطوات هذه تعقب مراحل التخطيط: تصميم المشروع وخطة التشغيل.

(٣) ورشة العمل حول التخطيط المشترك

(١) الأهداف:

من خلال ورشة العمل حول التخطيط المشترك يتم تشجيع الحاضرين من منطقة الهدف على المشاركة في عملية صياغة المشروع ويتطلب منهم على فهم دور المجتمع المذكور في المنطقة الهدف في تشغيل وصيانة ومراقبة وتقييم المشروع المتوقع.

تكون الأهداف الرئيسية تحديد مشاكل تواجه تسويق الحمضيات والبحث عن الإجراءات اللازمة للتحسين.

(٢) المشاركون:

- ٩ مزارعين من منتجي الحمضيات في قريتي برج القصب ودمسرخو في اللاذقية.
- ١٣ من الأشخاص الرسميين المعنيين بشكل مباشر بالتنمية الزراعية في اللاذقية من القطاعين العام والخاص.
- ٢ أشخاص رسميين من الإدارة المركزية في وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي.
- ٤ باحثين واختصاصيين في تخطيط التنمية من خارج المنطقة.

٣) مكان إقامة ورشة العمل

قاعة الاجتماعات في مكتب الدراسات الاقتصادية التابعة لوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي في اللاذقية.

٤) برامج وأساليب ورشة العمل:

| أسلوب العمل | اليوم | البرنامج |
|---|----------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • تحديد اللاعبين الأساسيين في إنتاج وتسويق الحمضيات. • تحليل النظام والاطار الاجتماعي ورسم مخطط بياني اجتماعي • تحديد المشاكل المتعلقة بتسويق الحمضيات | الأول | الافتتاح ٨.٤٥ |
| | ١٦ كانون الثاني ٢٠٠٢ | التحليل المشترك ٩.٠٠ |
| | | تحليل المشاكل ١١.٠٠ |
| <ul style="list-style-type: none"> • تحديد المشاكل المتعلقة بتسويق الحمضيات ومناقشتها. | | تحليل المشاكل ٢.٢٠ |
| | | الاختتام ٤.٣٠ |
| <ul style="list-style-type: none"> • تحديد المشاكل المتعلقة بالتسويق ورسم شجرة المشاكل. • تحديد السبل والإجراءات اللازمة لحل هذه المشاكل. • تحديد السبل والإجراءات لحل المشاكل ومناقشة المقاربات المقدمة إليها من قبل مجموعات المشاركين. | الثاني | تحليل المشاكل ٩.٠٠ |
| | ١٧ كانون الثاني ٢٠٠٢ | تحليل الأهداف ١١.٠٠ |
| | | تحليل الأهداف وتقديم عرض من قبل المجموعات المشاركة. |
| <ul style="list-style-type: none"> • تحديد السبل والإجراءات لحل المشاكل واختيار المقاربات كإشباع نموذجية. • تحديد نقاط الضعف والقوة والفرص والمخاطر لكل مقاربة. | | تحليل الأهداف وتقديم عرض من قبل مجموعات المشاركين ١.٢٠ |
| | | تحليل نقاط الضعف والقوة والفرص والمخاطر ٢.٢٠ |
| | | الاختتام ٣.٣٠ |

٤) نتائج ورشة العمل:

١) التحليل المشترك:

في مرحلة التحليل المشترك تم تقسيم المشاركين إلى مجموعات وإجراء تحليل الخصائص. وتم وضع قائمة وفرز للأفراد والمجموعات والمنظمات والمؤسسات الموجودة ضمن إطار الخطة المؤقتة للمشروع المتوقع. وتم تحديد اللاعبين الأساسيين في التنمية الريفية في المجتمع وتحديد أدوارهم والميزات التنظيمية. ومن خلال مناقشة خصائص كل مجموعة تم تحديد المجموعة المستفيدة التي لها علاقة عميقة بمشاكل تسويق الحمضيات.

٢) تحليل المشاكل

تمت مناقشة أسباب وتأثيرات مشاكل تسويق الحمضيات القائمة في المجتمع. وتم تحديد المشكلة الجوهرية كـ «الإيراد المنخفض الناتج عن إنتاج الحمضيات» كانت الأسباب المباشرة لهذه المشكلة الجوهرية «تكاليف الإنتاج المرتفعة والتسويق» و «أسعار بيع الحمضيات المنخفضة». ثم توضيح العوامل المسببة لتكاليف الإنتاج المرتفعة والتسويق كـ «تكاليف الإنتاج المرتفعة» و «تكاليف التسويق المرتفعة». كإحدى العوامل الرئيسية المسببة أسعار بيع الحمضيات المنخفضة تم تحديد «نظام غير كامل لتسويق الحمضيات إلى الأسواق المركزية». تمت الإشارة إلى عدد كبير من العوامل المتعلقة بالمسألة الجوهرية وتمت مناقشة أهميتها النسبية. كنتيجة المناقشة تم رسم شجرة المشاكل.

٣) تحليل الأهداف واختيار المشروع

بناء على شجرة المشاكل تم رسم شجرة الأهداف بواسطة استبدال علاقات السبب/التأثير بإجراءات ونهايات إيجابية. هذا كان عملية لتحديد الوضع المرغوب الذي يمكن الحصول عليه بحل المشاكل.

قد تم الاعتراف بتخفيض تكاليف التسويق كالأول هدفاً إلى غاية زيادة الإيراد من إنتاج الحمضيات. من أجل تحقيق هذا الهدف تم افتراض مشروع نموذجي كمقاربة معطاة الاسم «التسويق الجماعي من قبل المنتجين». تم اعتراض مقاربة أخرى كمشروع نموذجي لكي تساهم في تأسيس نظام تسويق الحمضيات إلى الأسواق المركزية باسم «تحسين السوق الداخلية».

٤) تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر المشترك (تطبيق SWOT المشترك)

تم تحليل المشروعين النموذجيين باستخدام أسلوب SWOT. قد تم الإشارة إلى نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر بالنسبة للمقاربات لتحديد الفعاليات اللازمة للمشاريع النموذجية. تمت دراسة هذه المقاربات نظراً إلى الجاهزية الفنية، متاحة المدخلات، الدعم الإداري والآثار الاقتصادية. في نهاية الأمر، تم اختيار المقاربتين لتكونا خطتين مؤقتتين للمشاريع المتوقعة.

٥) الخاتمة والتوصيات

١) أدت المناقشات في ورشة العمل إلى الاقتراحات المؤقتة للمشروعين. ولكنه يتطلب إجراء المناقشات الأخرى والعمل على نحو حاد في مرحلة التخطيط من قبل الإخصائيين في تخطيط التنمية والباحثين لإعداد خطة التشغيل للمشروعين. المهمة المتوقعة من هذه المرحلة هي تحديد الأهداف، النشاطات، المدخلات، الاقتراحات الهامة والمؤشرات القابلة للتحقق منها لمراقبة تنفيذ المشروعين ومن ثم إعداد جدول العمل.

٢) عمق المشاركون فهمهم في تحليل مشاكل تسويق الحمضيات خلال تطبيق أسلوب التخطيط المشترك وقد أدرك المشاركون بأن مشاكل التنمية الريفية متداخلة أي أنها ليست فنية بل واجتماعية وثقافية أيضاً وأنه يجب تحديد عدد من المقاربات لحل هذه المشاكل حسب المصادر المتاحة.

٣) من الواضح بأن منتجي الحمضيات والموظفين من الجهات الرسمية والخاصة المعنية بشكل مباشر بالتنمية الزراعية في اللاذقية ينشدون نصائح إدارية وفنية ومعلومات عن سبل تحسين المشاكل المتعلقة بتسويق الحمضيات. ومن الملائم الاستمرار بتزويدهم بالمعلومات الكافية لتساعدهم في البحث عن طريق حل هذه المشاكل بأنفسهم.

٤) قد يكون بعض المشاركين بحاجة إلى اكتساب خبرة لفهم طريقة إجراء حلقات مناقشة لها ومراعاة قوانينها وأساليبها. فالمشاركون الذين لم يكونوا معتادين على المناقشة بشكل منطقي ومتناسك وجدوا صعوبة في التعبير عن آرائهم. إن فهم القوانين والأساليب مطلب أساسي للمناقشة من جانب المشتركين لتنفيذ ورشة العمل بشكل فعال.

٤-١-٨ خطة التسويق الجماعي من قبل المنتجين

(١) أهداف التنظيم

أهداف التسويق الجماعي هي:

- ١) تخفيض القوى العاملة بالنسبة للمزارع لنقل المنتج إلى الأسواق
- ٢) تخفيض التكاليف ورفع نوعية المنتج بواسطة الفرز الجماعي
- ٣) زيادة قوة مساومة المنتجين خلال الفرز الجماعي، التدرج الجماعي والتعبئة الجماعية
- ٤) تعزيز ثقة المستهلكين بواسطة تبني العلامة التجارية المشتركة
- ٥) التشارك في المعلومات عن إنتاج الحمضيات والتسويق بين الأعضاء

(٢) النشاطات الرئيسية

لإنجاز الأهداف ستنفذ النشاطات التالية:

- ١) الغسل الجماعي، التشميع الجماعي، الفرز الجماعي والتعبئة الجماعية للحمضيات
- ٢) الشحن الجماعي بدون فرز، إذا يلزم الأمر وعند الاقتضاء
- ٣) الشحن الجماعي للمنتجات إلى الأسواق
- ٤) بالإضافة إلى الشحن إلى سوق الجملة، البيع المباشر إلى المصنعين بموجب العقد
- ٥) تزويد المصدرين بالمنتجات كلما يتطلب الأمر
- ٦) التخزين المؤقت نظراً إلى وضع السوق والاحتمالات

(٣) التنظيم والإدارة

كتنظيم التسويق الجماعي من قبل المنتجين يمكن الأخذ بعين الاعتبار التنظيمين الأول، تنظيم اتحاد الفلاحين والآخر تنظيم مستقل أو شركة يؤسسها المنتجون. سيتم تحديد التنظيم من قبل الأعضاء في الاجتماع.

• عضوية التنظيم

المزارعون المنتجون للحمضيات في منطقة الهدف
أي شخص أو جهة لها العلاقة مع التنظيم في منطقة الهدف

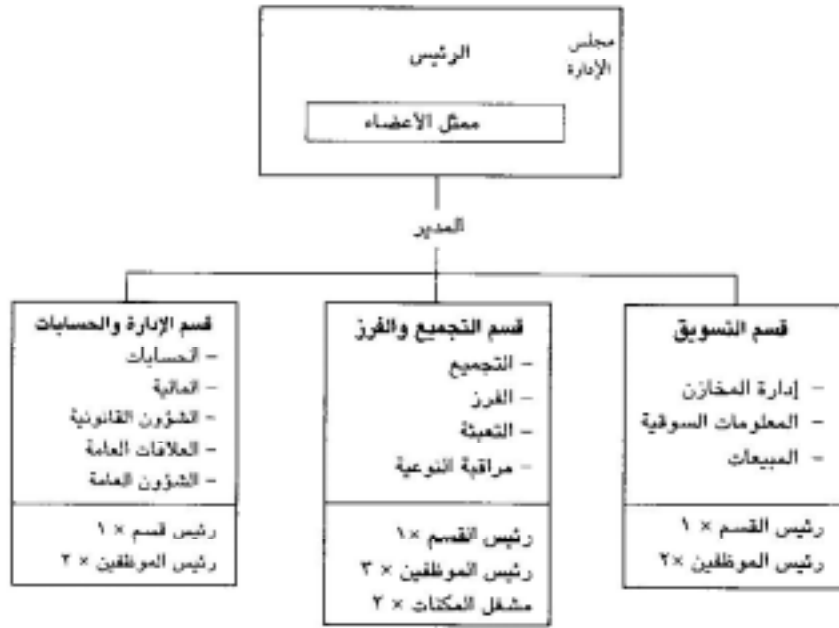
• حق ومسؤولية الأعضاء

الحق المتساوي والمسؤولية المتساوية بين جميع الأعضاء

• التمويل

المساهمة من قبل الأعضاء

قد يمكن توفير التمويل الأولي من قبل الحكومة و/أو المؤسسات العامة الأخرى بما فيه
مؤسسات مانحة أجنبية.



الشكل رقم ٨-٢ تنظيم مجموعة المزارعين

لإدارة تنظيم العملية، المطلوب:

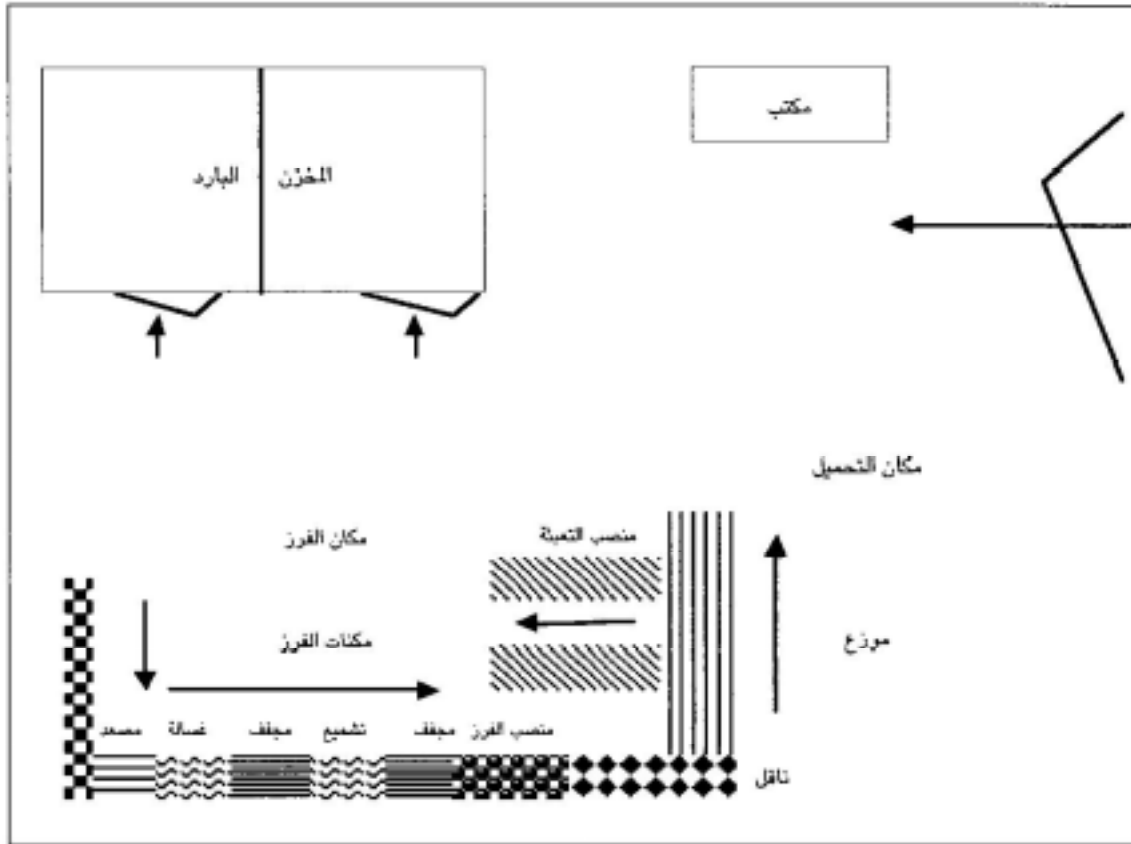
| | |
|---|--------------------|
| يتحمل مسؤولية إدارة التنظيم. | رئيس: |
| يدعم نشاطات الرئيس. | نائب الرئيس: |
| يتحملون مسؤولية إدارة كل جزء من النشاط. | العنفذون: |
| يقومون بالنشاطات العملية للتنظيم. | العاملون/الموظفون: |

(٤) المرافق المادية

موجز الأرض، المباني والمرافق

| | |
|--------------|--|
| | (١) الأرض |
| ٢م ١٥,٠٠٠ | مساحة كافية للنشاطات |
| | (٢) البناء |
| ٢م ٣٢٠٠ | (أ) مكان الفرز |
| ٢م ١٨٠ | (ب) المخزن البارد |
| ٢م ١٢٠ | (ج) المكتب (مع كمبيوتر وأجهزة أخرى) |
| | (٣) المرافق |
| مجموعة واحدة | (أ) مرفق للفرز (يتضمن الغسل والتشميع) |
| مجموعة واحدة | (ب) مرفق تعبئة المنتجات |
| مجموعتان | (ج) مرافق النقل (جرار - رافعة شوكية.. الخ) |
| مجموعة واحدة | (د) مرفق المعاملة |
| | (هـ) مرافق أخرى |

موجز توزيع المرافق



تقدير المبالغ للاستثمار الأولي:

| | |
|---------------|-------------|
| الأرض | ٢ مليون ل.س |
| المباني | ٨ مليون ل.س |
| المرافق الفرز | ٩ مليون ل.س |
| المخزن البارد | ٣ مليون ل.س |
| مرافق النقل | ٧ مليون ل.س |

٨-١-٥ خطة نظام الدعم للتسويق الجماعي

(١) أهمية مبادرات المزارعين

لتحقيق التسويق الجماعي للحمضيات، تكون مبادرات المزارعين ضرورية لتنفيذ المشروع. ولكن، الخبرة والمعارف وكذلك الموارد المالية من جانب المزارعين محدودة لبدء المشروع. بخصوص هذا الأمر، يتوجب توفير المساعدة الكبيرة من الخارج خاصة من الحكومة.

تكون الموارد البشرية خاصة الأشخاص الرئيسيين لتخطيط وتنفيذ المشروع مفتاحاً لنجاح. بالنسبة إلى هذا، ستلعب جهات الإدارة المحلية مثل مديرية الزراعة بالمحافظة، المكتب الإقليمي لوحدات الإرشاد الزراعي دوراً حاسماً في دعم المشروع. سيكون التدريب، الإرشاد والدعم المالي جزءاً رئيسياً في دعم المشروع.

(٢) الهيكل المقترح لنظام الدعم

لدعم تنفيذ المشروع بشكل أمثل، سيتم تأسيس لجنة المشروع الاستشارية تحت رعاية وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي فيما يلي الشكل والهيكل:



الشكل رقم ٨-٣ نظام التنفيذ والتشغيل/ الإدارة

ستكون اللجنة مسؤولة عن الإرشاد والإشراف الكلي لجميع نشاطات المشروع في مرحلته البدائية. سيكون التدريب والإرشاد حول الشؤون الفنية والإدارة علاوة على المراقبة والإشراف المظاهر المهمة من الدعم.

(٣) تنمية الموارد البشرية في خدمات الدعم

لتأسيس وتشغيل تنظيم التسويق الجماعي يتوجب تحديد قادة مؤهلين/ أو يكونون مؤهلين من بين الأعضاء المتوقعين ويتطلب تشديد التدريب المعزز لهؤلاء الأشخاص. بالإضافة إلى ذلك، التدريب للمزارعين الأعضاء يكون مهماً أيضاً. التدريب المقترح والتعليم لتشكيل وتعزيز التنظيم يتضمن التالي.

الجدول رقم ٨-٢ التدريب المقترح و خطة التعليم للقادة والمزارعين الاعضاء

| العنوان | المحتويات | أشخاص الهدف |
|--|--|--|
| ١. تدريب أشخاص رئيسيين حكوميين (التعليم الأساسي) | <ul style="list-style-type: none"> التخطيط، التنفيذ مراقبة وتقييم المشروعات التمويل التشغيل والإدارة طرق الدعاية والاتصالات فهم الإطار القانوني بما فيه قانون الجمعية التعاونية الزراعية | <ul style="list-style-type: none"> موظفو المجتمع والقرية الصغيرة عمال وحدات الإرشاد الزراعي الموظفون المسؤولون عن مجموعات المزارعين |
| ٢. تشكيل وتعزيز مجموعات المزارعين (تدريب الأعمال ومجموعات) | <ul style="list-style-type: none"> التشغيل والإدارة الحسابات والإدارة المالية مراقبة النوعية التمويل التخطيط، الإدارة، التقييم فهم قانون الجمعية التعاونية الزراعية | <ul style="list-style-type: none"> الأعضاء المسؤولون عن كل قطاع في مجموعات |
| ٣. إعداد النشاطات المشتركة (التدريب لكل قطاع الأعمال) | <ul style="list-style-type: none"> التجميع/التخزين والنقل البيع، التجارة مراقبة النوعية الحسابات/المالية مراقبة النوعية/طريقة التقييم | <ul style="list-style-type: none"> لكل عضو مسؤول عن القطاع |

٨-١-٦ خطة التنفيذ

قد تتكون خطة التنفيذ من الخطتين. الأولى «خطة نظام الدعم للتسويق الجماعي» التي تم وصفها في ٨-١-٥ والأخرى «خطة التسويق الجماعي من قبل المنتجين» التي تم ذكرها في ٨-١-٤. يتم تلخيص تنفيذ الخطتين كالآتي:

- الخطوة I:** خطة نظام الدعم للتسويق الجماعي
الخطوة II: خطة نظام التسويق الجماعي من قبل المنتجين

| | First year | | | | | | | | | | | | Second year | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|-------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Step I | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1) Training and Education | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 2) Supporting service | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 3) Evaluation | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Step II | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1) Detail design | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 2) Construction | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 3) Implementation | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

الشكل رقم ٨-٤ جدول المشروع

٨-١-٧ التوصيات

خلال ورشة العمل PCM (إدارة دورة المشروع/ Project Cycle Management) حول تسويق الحمضيات في اللاذقية، عبر المزارعون والأطراف المعنية عن الاهتمام القوي والاستعداد لتحقيق المشروع كنموذج للبرامج حول التسويق الجماعي من قبل المنتجين في سورية. لذا من المقترح قويا أن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بناء على رغبات ومبادرة المنتجين/المزارعين تتخذ عملا لازما لبدء المشروع باستخدام الموارد الذاتية وكذلك بتأمين الأموال من المنظمات المانحة الأجنبية. لتخطيط وتصميم المشروع يكون إشترك المزارعين المستفيدين منه ضروريا.

بهذا الخصوص، يجب إجراء دراسة إمكانية تأمين الموارد من المساعدة التنموية الحكومية ODA.

٨-٢ تحسين سوق الجملة

٨-٢-١ الخلفية

حدد مشروع «دراسة تحسين نوعية المنتجات الزراعية» تحسين أسواق الجملة كأحد المسائل ذات أولوية. من خلال المسوحات المتعلقة بالوضع الراهن والمشاكل واجهها تسويق المنتجات الزراعية تم تحليل النقاط الرئيسية التي يجب أخذها بعين الاعتبار لتحسين نظام سوق الجملة.

بناء على نتائج المسوحات تم إعداد خطة تحسين سوق الجملة لـ «سوق الجملة في مدينة دمشق» للمرجح للنشاطات المستقبلية من قبل السلطات المعنية بها.

٨-٢-٢ المفهوم الأساسي لخطة التحسين

انعكاسا على زيادة الإنتاج السريعة قد زاد حجم صفقات الفواكه والخضار في أسواق الجملة خاصة منذ الثمانينات. في العام ٢٠٠٠، كان إجمالي إنتاج الفواكه والخضار حوالي ٤,٦ مليون طن وتم تسويق أكثر من نصفها عن طريق أسواق الجملة.

هناك ١٢ سوق جملة في الوقت الحاضر، بالإضافة إلى أسواق جملة صغيرة تتعامل مع الخضار والفواكه الطازجة في مناطق الإنتاج الرئيسية. ولكن لا توجد قوانين شاملة على مستوى الدولة لتنظيم أسواق الجملة في سورية، وجميع أسواق الجملة هي تحت مراقبة وإشراف الإدارة المحلية. فإن أسواق الجملة الحديثة كالشخصية المعنوية العامة يتم المتوقع منها إجراء الأدوار والوظائف التالية:

- (١) تحقيق تجارة عادلة وشفافة.
- (٢) تشكيل أسعار عادلة.
- (٣) إجراء صفقات سريعة وفعالة للسلع.
- (٤) تأمين سلامة السلع.

٨-١-٧ التوصيات

خلال ورشة العمل PCM (إدارة دورة المشروع/ Project Cycle Management) حول تسويق الحمضيات في اللاذقية، عبر المزارعون والأطراف المعنية عن الاهتمام القوي والاستعداد لتحقيق المشروع كنموذج للبرامج حول التسويق الجماعي من قبل المنتجين في سورية. لذا من المقترح قويا أن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بناء على رغبات ومبادرة المنتجين/المزارعين تتخذ عملا لازما لبدء المشروع باستخدام الموارد الذاتية وكذلك بتأمين الأموال من المنظمات المانحة الأجنبية. لتخطيط وتصميم المشروع يكون إشترك المزارعين المستفيدين منه ضروريا.

بهذا الخصوص، يجب إجراء دراسة إمكانية تأمين الموارد من المساعدة التنموية الحكومية ODA.

٨-٢ تحسين سوق الجملة

٨-٢-١ الخلفية

حدد مشروع «دراسة تحسين نوعية المنتجات الزراعية» تحسين أسواق الجملة كأحد المسائل ذات أولوية. من خلال المسوحات المتعلقة بالوضع الراهن والمشاكل واجهها تسويق المنتجات الزراعية تم تحليل النقاط الرئيسية التي يجب أخذها بعين الاعتبار لتحسين نظام سوق الجملة.

بناء على نتائج المسوحات تم إعداد خطة تحسين سوق الجملة لـ «سوق الجملة في مدينة دمشق» للمرجح للنشاطات المستقبلية من قبل السلطات المعنية بها.

٨-٢-٢ المفهوم الأساسي لخطة التحسين

انعكاسا على زيادة الإنتاج السريعة قد زاد حجم صفقات الفواكه والخضار في أسواق الجملة خاصة منذ الثمانينات. في العام ٢٠٠٠، كان إجمالي إنتاج الفواكه والخضار حوالي ٤,٦ مليون طن وتم تسويق أكثر من نصفها عن طريق أسواق الجملة.

هناك ١٢ سوق جملة في الوقت الحاضر، بالإضافة إلى أسواق جملة صغيرة تتعامل مع الخضار والفواكه الطازجة في مناطق الإنتاج الرئيسية. ولكن لا توجد قوانين شاملة على مستوى الدولة لتنظيم أسواق الجملة في سورية، وجميع أسواق الجملة هي تحت مراقبة وإشراف الإدارة المحلية. فإن أسواق الجملة الحديثة كالشخصية المعنوية العامة يتم المتوقع منها إجراء الأدوار والوظائف التالية:

- (١) تحقيق تجارة عادلة وشفافة.
- (٢) تشكيل أسعار عادلة.
- (٣) إجراء صفقات سريعة وفعالة للسلع.
- (٤) تأمين سلامة السلع.

يبدو أن أسواق الجملة الحالية بحاجة إلى إعادة النظر شاملة لتحسينها من النواحي الإدارية، المؤسساتية والمادية لتتمكن من تنفيذ هذه الأدوار والوظائف.

تم تأسيس معظم أسواق الجملة في السبعينات. وأصبح كثير من مرافقها مهملة ومتدهورة الآن ولا يمكن أن تستجيب بشكل فعال لزيادة حجم التجارة. بالإضافة إلى ذلك وحيث أن معظم أسواق الجملة واقعة في الأجزاء المركزية بالمدن فالصعوبة في التوصل إلى أسواق الجملة وازدحام المرور للوصول إليها هما أمران ذا شأن الآن. قد تمت إعادة تحديد المواقع لعدد من أسواق الجملة. مع ذلك، يبدو أن معظم أسواق الجملة هذه قد أجريت لها إعادة تحديد مواقع المرافق المادية فقط وذلك بدون الانتباه الصائب إلى متطلبات أسواق الجملة الحالية مثل إدارة السوق المحسنة والتشغيل وبدون الانتباه إلى حجم الأعمال المتوقع الطويلة الأمد وإلى المرافق المتعلقة باحتياجات المزارعين. يمكن أن تسبب هذه العوامل صعوبة في تحقيق أهداف أسواق الجملة.

من الملاحظة أن سوق الجملة في مدينة دمشق تحت إعادة النظر إليها لإعادة تحديد موقعها. كالمراجع المفيدة تم اقتراح النقاط الرئيسية المتوقعة أخذها بين الاعتبار في مرحلة تخطيط إعادة تحديد موقعها والإنشاء الجديد لها.

٨-٢-٣ الوضع الراهن لسوق الجملة في مدينة دمشق

قد أسست سوق الجملة الحالية من ١٩٨٦م لتجارة الفواكه الطازجة والخضار الطازجة في منطقة العاصمة. محافظة مدينة دمشق هي مؤسسة سوق الجملة هذه وهي أيضاً مالكة هذه السوق. السلع التي يتم تجارتها فيها ليست مقصورة على معيشة سكان منطقة العاصمة فقط ولكن تتضمن أيضاً سكان المناطق المحيطة بمدينة دمشق جميعاً. ستتم إقامة الربط الوثيق مع أسواق الجملة المتواجدة في المحافظات الأخرى.

قد زاد إجمالي الكمية المتجرة في سوق الجملة في مدينة دمشق بشكل سريع خلال السنوات خمسة عشر الأخيرة. على سبيل المثال، زادت الكمية المتجرة من الحمضيات أكثر من ١١ ضعف. أما التفاح، البطاطا والعبز زادت الكمية المتجرة من كلها ٤.٢ ضعف، ١.٧ ضعف و١.٧ ضعف على التوالي. تبلغ إجمالي الكمية من الصفقات اليومية ٢,٥٠٠ - ٣,٠٠٠ طن بالتقدير.

تقع سوق الجملة في مدينة دمشق في مكان مركزي من المدينة وتبلغ مساحتها ١١,٥ هكتار. تتعامل سوق الجملة هذه أيضاً السلع الأخرى مثل اللحوم ومنتجات الأسماك. وتقع بعض مرافق التعبئة والمخازن الباردة أيضاً في أراضي سوق الجملة هذه. بالإضافة إلى المشاكل في الإدارة والمظاهر التشغيلية، أحدثت زيادة حجم التجارة ازدحاماً خطيراً داخل السوق وازدحام المرور في المناطق المحيطة بها. على أساس هذا، تدرس سلطة محافظة مدينة دمشق في إعادة تحديد موقع هذه السوق.

٨-٢-٤ الأفكار المقترحة حول سوق الجملة الجديدة

(١) مؤسس ومالك السوق

بصفة مؤسسة السوق ومالكها تحوز محافظة مدينة دمشق جميع الحقوق والمسؤوليات عن السوق. بينما يتوجب

يبدو أن أسواق الجملة الحالية بحاجة إلى إعادة النظر شاملة لتحسينها من النواحي الإدارية، المؤسساتية والمادية لتتمكن من تنفيذ هذه الأدوار والوظائف.

تم تأسيس معظم أسواق الجملة في السبعينات. وأصبح كثير من مرافقها مهملة ومتدهورة الآن ولا يمكن أن تستجيب بشكل فعال لزيادة حجم التجارة. بالإضافة إلى ذلك وحيث أن معظم أسواق الجملة واقعة في الأجزاء المركزية بالمدن فالصعوبة في التوصل إلى أسواق الجملة وازدحام المرور للوصول إليها هما أمران ذا شأن الآن. قد تمت إعادة تحديد المواقع لعدد من أسواق الجملة. مع ذلك، يبدو أن معظم أسواق الجملة هذه قد أجريت لها إعادة تحديد مواقع المرافق المادية فقط وذلك بدون الانتباه الصائب إلى متطلبات أسواق الجملة الحالية مثل إدارة السوق المحسنة والتشغيل وبدون الانتباه إلى حجم الأعمال المتوقع الطويلة الأمد وإلى المرافق المتعلقة باحتياجات المزارعين. يمكن أن تسبب هذه العوامل صعوبة في تحقيق أهداف أسواق الجملة.

من الملاحظة أن سوق الجملة في مدينة دمشق تحت إعادة النظر إليها لإعادة تحديد موقعها. كالمراجع المفيدة تم اقتراح النقاط الرئيسية المتوقعة أخذها بين الاعتبار في مرحلة تخطيط إعادة تحديد موقعها والإنشاء الجديد لها.

٢-٨-٣ الوضع الراهن لسوق الجملة في مدينة دمشق

قد أسست سوق الجملة الحالية من ١٩٨٦م لتجارة الفواكه الطازجة والخضار الطازجة في منطقة العاصمة. محافظة مدينة دمشق هي مؤسسة سوق الجملة هذه وهي أيضاً مالكة هذه السوق. السلع التي يتم تجارتها فيها ليست مقصورة على معيشة سكان منطقة العاصمة فقط ولكن تتضمن أيضاً سكان المناطق المحيطة بمدينة دمشق جميعاً. ستتم إقامة الربط الوثيق مع أسواق الجملة المتواجدة في المحافظات الأخرى.

قد زاد إجمالي الكمية المتجرة في سوق الجملة في مدينة دمشق بشكل سريع خلال السنوات خمسة عشر الأخيرة. على سبيل المثال، زادت الكمية المتجرة من الحمضيات أكثر من ١١ ضعف. أما التفاح، البطاطا والعبّ زادت الكمية المتجرة من كلها ٤.٢ ضعف، ١.٧ ضعف و١.٧ ضعف على التوالي. تبلغ إجمالي الكمية من الصفقات اليومية ٢,٥٠٠ - ٣,٠٠٠ طن بالتقدير.

تقع سوق الجملة في مدينة دمشق في مكان مركزي من المدينة وتبلغ مساحتها ١١,٥ هكتار. تتعامل سوق الجملة هذه أيضاً السلع الأخرى مثل اللحوم ومنتجات الأسماك. وتقع بعض مرافق التعبئة والمخازن الباردة أيضاً في أراضي سوق الجملة هذه. بالإضافة إلى المشاكل في الإدارة والمظاهر التشغيلية، أحدثت زيادة حجم التجارة ازدحاماً خطيراً داخل السوق وازدحام المرور في المناطق المحيطة بها. على أساس هذا، تدرس سلطة محافظة مدينة دمشق في إعادة تحديد موقع هذه السوق.

٢-٨-٤ الأفكار المقترحة حول سوق الجملة الجديدة

(١) مؤسس ومالك السوق

بصفة مؤسسة السوق ومالكها تحوز محافظة مدينة دمشق جميع الحقوق والمسؤوليات عن السوق. بينما يتوجب

إنشاء وصيانة جميع المرافق من قبل المالكة يمكن التعهد بتشغيل وإدارة السوق إلى طرف ثالث إذا يلزم الأمر مثل الحالات العديدة في الدول الأخرى. خاصة يبدو أنه من الصعب لمحافظة مدينة دمشق المعاملة مع شؤون الأعمال الواسعة والمعقدة المتعلقة بسوق الجملة ضمن نظام بيروقراطي.

(٢) إدارة السوق

من أجل إدارة السوق بشكل فعال وكاف، من الموصى به إحداث مجلس الإدارة. سيمك مجلس الإدارة الذي يتم تفويضه من قبل المحافظ بموجب القانون أو التشريع الخاص بالمراقبة الكلية لسوق الجملة ويكون جهاز صنع السياسة لإدارة سوق الجملة. قد يتطلب هذا الأمر تشريعاً خاصاً من قبل محافظة مدينة دمشق. سيختار المحافظ أعضاء المجلس من بين الأطراف المعنية.

للحفاظ على التنسيق الوطيد بين الإدارة المحلية وبين المجلس، يفضل أن يتم اختيار رئيس المجلس من بين كبار موظفي محافظة مدينة دمشق (مع ذلك، قد يعتمد الاختيار على التشريع الخاص أو القانون لسوق الجملة).

(١) تاليف المجلس

سيكون تاليف أعضاء المجلس ودور ووظيفة المجلس مماثلاً لتلك المطبقة في حالات أسواق الجملة في الدول الأخرى. يمثل الأعضاء:

- منتجو الفواكه والخضار، لحوم والأسماك
- المستهلكون
- التجار (غرفة التجارة، ممثلو الباعة بالجملة، الباعة شبه الجملة الخ..)
- الجمعيات التعاونية الزراعية
- المؤسسات المالية (المصرف التعاوني الزراعي والأخرى)
- الوزارات المعنية (وزارة التموين والتجارة الداخلية، وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية ووزارة الزراعة والإصلاح الزراعي).
- محافظة مدينة دمشق
- مدير عام سوق الجملة (بعد الترشيح)
- الآخر حسب الحاجة

(٢) الأدوار والوظائف

سيكون المجلس المعهود إليه من قبل المحافظ مسؤولاً عن الإدارة الكلية متضمنة:

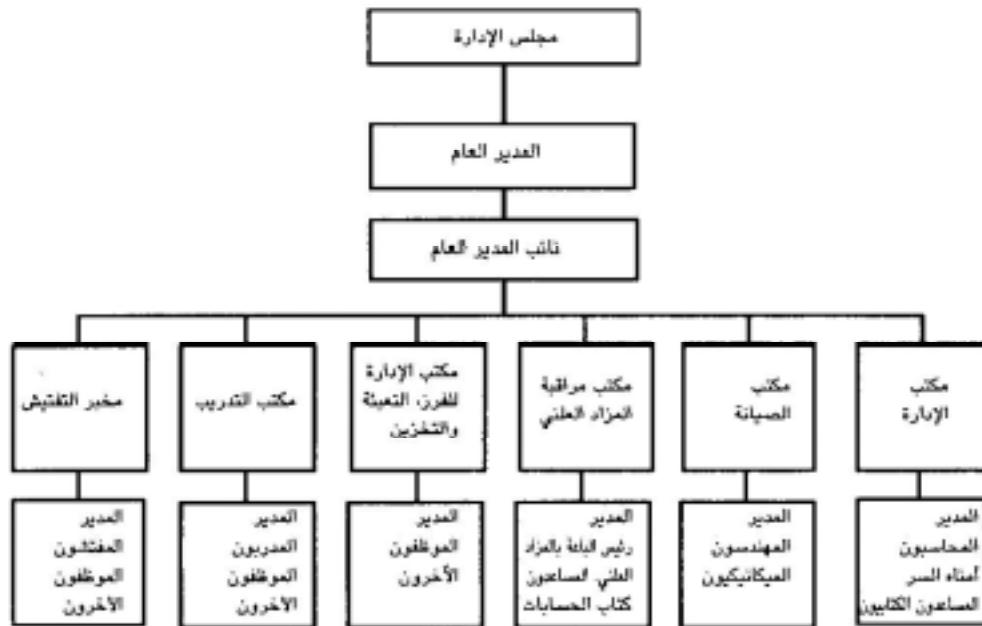
- وضع نظام التجارة
- تحديد أوقات البيع والشراء
- إصدار تراخيص لتجار الجملة وتجار المفروق

- تحديد شروط التأجير والعقود
- استخدام مجموعة عاملين وتحديد ساعات عملهم وشروطها
- إعداد أنظمة لحركة المرور والمرآب
- تحديد رسوم الاستئجار والصفقات وأجور وقوف السيارات
- صيانة المرافق
- فرض عقوبات تتراوح بين الغرامة والطرده وسحب الرخصة.

يعقد رئيس المجلس اجتماعات المجلس بشكل منتظم (مرة كل ثلاثة أشهر أو شهريا) والجلسات الخاصة عند الاقتضاء. يتم اتخاذ قرار المجلس بالأغلبية ماعدا الشؤون مثل الميزانية السنوية أو تحديد الأجور التي تتطلب موافقة المجلس الكاملة.

يتحمل المجلس المسؤولية عن اختيار المدير العام الذي سيرأس سكرتارية سوق الجملة وكذلك يرشح المجلس بعض كبار الموظفين مثل نائب المدير العام.

يتغير الأعضاء الموظفون المطلوبون وعدد هم حسب حجم وأساليب الصفقات التي يتم تبنيه. ولكن، بناء على الأفكار المقترحة يتم توضيح الموظفين المطلوبين بشكل نمونجي في سوق الجملة للمراجعة وهم فيما يلي:



الشكل ٨-٥ تنظيم سوق الجملة

من ناحية إدارة سوق الجملة، يكون تخفيض عدد الموظفين إلى الحد الأدنى أمرا مهما. يختلف عدد الموظفين المطلوبين بشكل واسع على حسب نظام تشغيل السوق والمرافق التي يتم إدخالها.

(٣) تشغيل السوق

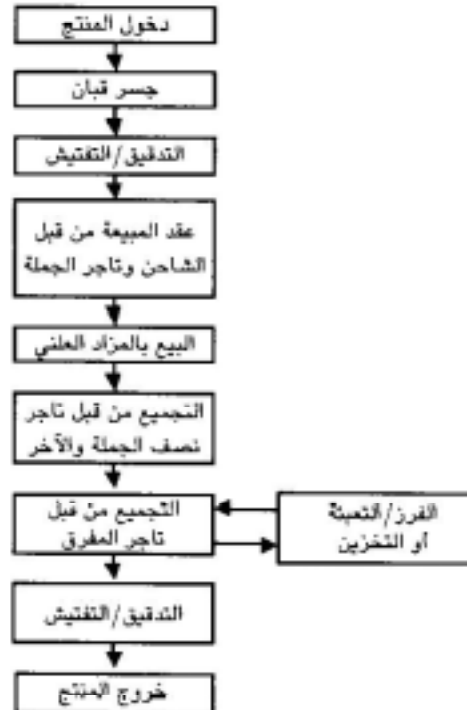
هناك عدد من أساليب عقد الصفقات مثل:

- اتفاق خاص
- مزاد علني
- أخرى

الاسلوب الرئيسي المعتمد حاليا في سوق الجملة في مدينة دمشق هو الإتفاق الخاص وقد يوجد أسلوب المزاد العلني بشكل جزئي ولكن لم يتم ملاحظة إجراءه بشكل واضح. يعتبر نظام المزاد العلني نظاما مفضلا أكثر من حيث تشكيل أسعار عادلة وللصفقات الفعالة والسريعة. كما أشارت إليه منظمة الأغذية والزراعة أن لنظام المزاد العلني ميزة تجنّب تكوّن حلقة تجار الجملة. يتطلب إجراء المزاد العلني فرز، غسل وتدرج السلع مسبقا للتعامل مع أعداد كبيرة من الشحنات الصغيرة. لذا فإن التركيب الحالي من الفواكه الواردة والخضار الواردة، معظمها غير مفرزة في الألب، قد لا يسمح بتبني نظام المزاد العلني على نحو محصور. لذا وبينما يتم التأكيد على ضرورة إدخال نظام المزاد العلني، قد يسمح بإجراء الصفقات التقليدية مثل البيع بالعمولة والاتفاق الخاص في الوقت الحاضر ولفترة مؤقتة.

كما ذكرنا أن المزاد العلني يتطلب فرز وتعبئة المنتج. لذا، ومن خلال إدخال النظام فيصبح المنتجون والتجار أكثر شعورا بنوعية ومعايير السلع.

لتوضيح مراحل صفقة السلعة، يتم وصف مخطط سير العمليات النموذجي كالأتي:



الشكل رقم ٨-٦ مراحل البيع بالمزاد العلني

(٤) المرافق الجديدة المتوقع إدخالها

لإجراء صفقات فعالة من الخضار والفواكه يتم إضافة عدة وظائف إلى سوق الجملة الجديدة. وتتضمن المرافق الرئيسية التي يجب إضافتها التالي:

- جسر قبان
- تفتيش دخول البضائع
- الفرز (ويتضمن الغسل والتدريج وصناديق التعبئة)
- منطقة عرض البضائع
- صالة المزاد العلني
- مرافق التخزين (المخزن البارد، الخ)
- المخبر للتفتيش
- أجهزة التدريب للتجار
- الأخرى

يجب أن يتم تحديد تفاصيل المرافق بما فيها أحجامها وعددها استناداً على الكمية المتوقع اتجارها وأساليب الصفقات المتوقع تبنيها. بهذا الخصوص، يتوجب إجراء الدراسة المحترسة والاعتبارات.

(٥) معلومات السوق

إحدى الوظائف المهمة لسوق الجملة الحديثة هي المساعدة في تأمين شفافية السوق من خلال تقديم المعلومات عن الأسعار، الكمية المتجرة ونوعية المنتجات. معلومات السوق هذه مفيدة للقائمين على إدارة السوق، التجار، المنتجين والمستهلكين، حيث يستطيع المنتجون اختيار موقع وتوقيت البيع كما يستطيعون أن يؤخروا الحصاد أو أن يخزنوا منتجاتهم حتى تتحسن أسعارها وتساعد معلومات السوق المنتجين أن يتخذوا قرارات طويلة الأمد بخصوص الإنتاج وتمكّن أيضاً التجار من اختيار السوق الذي يجب أن يرسلوا المنتجات إليها. وتساهم معلومات السوق هذه في تساوي العرض في كافة أسواق القطر وفي تسوية فروق الأسعار.

في الاقتصاديات النامية، يتم جميع هذه المعلومات من قبل موظفين رسميين من وزارات معنية. أما في سورية فإن جمع معلومات سوق الجملة يتم من قبل وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بانتظام. ويهدف جمع المعلومات هذا بشكل رئيسي إلى تقديم معلومات أساسية للاعتبارات السياسية/التدخل. المعلومات الراهنة تشير إلى السعر فقط ولا تتضمن الكميات المتجرة.

بينما يجب إحداث نظام معلومات السوق الدائم داخل السكرتارية المقترحة للسوق الجديدة على المدى الطويل، يجب استخدام النظام القائم بشكل فعال على المدى المتوسط. تتضمن البيانات التي يجب جمعها، تصنيفها وتوزيعها ما يلي:

- الكمية المتجرة حسب السلعة (الدرجة، المنشأ، الصنف الخ)
- عدد الأشخاص الداخليين (حسب التصنيف: مورد، تاجر الجملة، تاجر المفرق، آخر)

- عدد المركبات الداخلة (حسب النوع وحسب الشحنة)
- أسعار السلع التي تحققت (حسب الدرجة والمنشأ)

يكون نشر المعلومات بأشكال متعددة. يجب توفير لوحة الملاحظات في السوق لعرض المعلومات بانتظام. قد يفضل أن ترتبط هذه المعلومات بنظام معلومات السوق المأخوذ بعين الاعتبار في الدراسة الراهنة. لذا يجب إجراء المناقشة الدقيقة بين السوق وبين وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي لتحقيق الأهداف بشكل فعال.

(٦) إعادة إحياء وتنويع نشاطات سوق الجملة

بالإضافة إلى السلع الرئيسية المتعامل بها في سوق الجملة مثل الفواكه الطازجة والخضار واللحوم ومنتجات الأسماك، سيتمكن الأخذ بعين الاعتبار إدخال المواد الأخرى مثل الأغذية المصنعة والاحتياجات اليومية وذلك في قسم منفصل عن قسم بيع الجملة. كذلك، سيتمكن إدخال محلات لبيع المفروق للمزارعين ومحلات لبيع مستلزمات الانتاج من أجل منفعة وملائمة المشاركين في أعمال السوق.

(٧) الإدارة المالية

حسب الإمكان ضمن التشريع الممكن والقانون الخاص الخ، يجب أن يتحمل مجلس الإدارة المسؤولية عن كل ما يتعلق بتشغيل وإدارة سوق الجملة. ومن حيث المبدأ، يجب أن يتم تشغيل السوق بتمويل ذاتي وعلى مبدأ تجاري. يجب أن تغطي الأجرور والرسوم التي يتم جمعها من جميع المشاركين في السوق بجميع الصفقات بما فيها نفقات الموظفين والصيانة والاستهلاك. ولكن، وفي حالات عديدة، قد يكون هذا الأمر صعباً في المرحلة المبكرة من التأسيس وقد يتطلب مساعدة من الإدارة المركزية أو المحلية أو مساهمة من جهات أخرى.

إن العمليات اليومية في السوق تحدث عدداً كبيراً من الصفقات النقدية. لذا يجب أن يكون هناك نظام التدقيق الداخلي اليومي والمراقبة الداخلية داخل سكرتارية السوق.

(٨) نظام سوق الجملة

يجب إحدات النظام ضمن إطار القوانين القائمة والانظمة بما فيها القانون الخاص المنظم سوق الجملة. قد يكون مجلس الإدارة مسؤولاً عن إصدار التراخيص والأنظمة الأخرى بما فيها:

- تراخيص التجار:
يجب على تجار الجملة ووكلاء بالعمولة الحصول على التراخيص من المجلس
- تتضمن الأنظمة ما يلي:
ساعات التجارة
انضباط أساسي
نظام المزارعين/التجار/المستأجرين والأخرين
التفتيش، مراقبة النوعية والمراقبة الصحية

التنظيف، منع الحرائق ومراقبة النوعية التخلص من النفايات

(٩) موجز المرافق المطلوبة

من الأفكار المقترحة يمكن إيجاز المرافق المطلوبة. ولكن، تم إعداد الموجز بناء على البيانات المحدودة جدا والمعلومات المحدودة جدا. لذا يمكن اعتبار الموجز دلاليا فقط. قد تُعد دراسة الجدوى التي ستكون ضرورية لتخطيط السوق الجديدة مواصفات مفصلة عن المرافق المطلوبة. يقدم هذا الموجز بعض النقاط للأخذ بعين الاعتبار الخطوات تتخذها الجهات المسؤولة.

(١) تقدير الصفقات

كأساس في تخطيط البنية المادية للسوق، يجب تقدير الحجم اليومي للسلع وعدد المشاركين في السوق وعدد المركبات الداخلة إليها. وقد أشار المسح الأولي لسوق الجملة في مدينة دمشق إلى أن حجم المنتجات اليومية يتراوح بين ٢,٥٠٠ طن (الشتاء/خارج الموسم) إلى ٥,٠٠٠ طن (الصيف/ذروة الموسم) والمعدل اليومي هو ٣,٥٠٠ طن. وكان عدد المشاركين في السوق في ذروة الموسم ٢٩,٠٠٠ شخص وإجمالي المركبات حوالي ٥,٠٠٠ مركبة. لذا يمكن ذكر الأرقام الأساسية (عام ٢٠٠٠) كالآتي:

| | |
|---------------------------------------|-------------|
| حجم الصفقات باليوم الواحد: | ٥,٠٠٠ طن |
| عدد المشاركين في اليوم الواحد: | ٢٩,٠٠٠ شخص |
| عدد المركبات الداخلة في اليوم الواحد: | ٥,٠٠٠ مركبة |

ولكن قد يتغير إجمالي حجم الصفقات وحجم كل سلعة في المستقبل لعكس الزيادة أو الانخفاض في الإنتاج والعرض وأيضا عدد السكان والطلب، العوامل الأخرى التي يجب حسابها هي الأدوار الكلية والوظائف المتوقع لعبها من قبل سوق الجملة في مدينة دمشق ضمن ١٢ سوق الجملة في القطر ويحتاج هذا الأمر إلى الدراسة الثامة للتقدير بدقة أكثر.

(٢) مساحة الأرض المطلوبة، الأبنية والمرافق

أ. مساحة البيع

تعتبر مساحة البيع قلب سوق الجملة ويعتمد حجمها على نوع أساليب الصفقات. يتم استخدام المساحة للتفريغ بقصد البيع بالجملة، العرض، البيع والتخزين المؤقت. الرقم المعياري للمساحة حوالي ١٠ - ٢٠ م^٢ للطن الواحد من الحجم اليومي. يمكن أن يتضمن هذا قاعة المزاد العلني أيضا. لذلك، نظرا للمستوى الراهن في حجم التجارة البالغ (٥,٠٠٠ طن)، يتوجب تأمين المساحة ٥ - ١٠ هكتار.

ب. المرافق الرئيسية الأخرى وحجمها المطلوب أو مساحتها المطلوبة.

في تقدير المساحة المطلوبة للمرافق الأخرى، عادة، يتم تطبيق ٥٠٪ من مساحة البيع كتقدير تقريبي. في مرحلة التصميم، يتوجب التحليل المفصل لكل مرافق. نظراً للمستوى الراهن في حجم الصفقات، قد تكون المساحة المطلوبة لذلك الغرض بين ٢,٠ ~ ٢,٥ هكتار. تتضمن المرافق الرئيسية:

- مكتب الإدارة (مجلس الإدارة، أمانة السر، الأخرى)
- مرافق الفرز، التدرج والتعبئة
- المخزن المبرد والمستودع
- أماكن المبيعات غير بالجملة (اللحوم، الأسماك، الأغذية المصنعة، الأخرى)
- محلات المبيعات من قبل المزارعين
- المسكن للمشاركين من المناطق البعيدة
- المباني للاستعمال العام (المطعم، غرفة الاجتماع، المصرف ... الخ)
- مرافق التدريب للتجار، المصدرين
- مرافق الصرف والتخلص من النفايات الصلبة
- الأخرى

ج. موقف السيارات

عادة، تبلغ المساحة المعيارية للسيارة الواحدة ٢٥ م^٢. لذلك ونظراً للمستوى الراهن يكون موقف السيارات ١٢,٥ هكتار. قد يتطلب الإسقاط المستقبلي في حجم التجارة والأخرى تخصيص أرض إضافية لموقف السيارات.

د. الطريق الداخلي في السوق

يتطلب الطريق الداخلي مساحة كبيرة في أي سوق جملة. تُستعمل حوالي ٣٠٪ من إجمالي مساحة سوق الجملة بقصد الطريق الداخلي.

٣) مساحة الأرض الإجمالية لسوق الجملة

على العموم، يمكن تقدير مساحة الأرض الإجمالية على الافتراض أن مساحة البيع تشغل بـ ٣٠٪ من إجمالي الأرض. تبعاً للافتراض هذا وعلى أساس حجم التجارة الراهن ستكون مساحة الأرض المطلوبة ١٦,٧ - ٣٤,٢ هكتار. فيما يلي نورد على سبيل المثال الحالات في عدد من أسواق الجملة بالعالم كالمراجع.

الجدول ٨-٣ استخدام الأرض في أسواق الجملة بالشرق الأدنى

| Land Use | Amman Central Market | Rod Farag, Cairo | Marche de Gros Rabato |
|-----------------------|----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Covered sales space | 2,50 m ² (8.9%) | 12,900 m ² (14.7%) | 3,000 m ² (6.0%) |
| Open sales space | 7,400 (26.4) | 13,500 (15.3) | 4,500 (9.0) |
| Parking | 2,400 (8.6) | - | 4,000 (8.0) |
| Roads | 9,200 (32.9) | 17,300 (19.7) | 12,100 (24.2) |
| Stores | 5,700 (20.3) | 40,900 (46.5) | 1,600 (3.2) |
| Crates | - | - | 4,800 (9.6) |
| Administration | 800 (2.9) | 3,400 (3.8) | 1,800 (3.6) |
| Unused | - | - | 18,200 (36.4) |
| Total | 28,000 (100.0) | 88,000 (100.0) | 50,000 (100.0) |
| Basic Figures | | | |
| Turn over ('000 tons) | 155.3 | 287.9 | 155.1 |
| Population ('000) | | | |
| City | 250 | n.a | 610 |
| Hinterland | 1,000 | n.a | 1,257 |
| Turn over (ton per) | | | |
| Total area | 5.5 | 3.3 | 3.1 |
| Sales area | 15.7 | 10.9 | 20.7 |

المصدر: أسواق الجملة، منظمة الأغذية والزراعة

٤) الأجهزة، المرافق والمواد الأخرى المطلوبة للسوق الجديدة:

- جهاز تسجيل الدخول/الخروج والجرس القبان
- الرافعة الشوكية/المركبة الصغيرة للنقل الداخلي
- جهاز دلال المزاد العلني (المنصة النقالية الخ)
- خطوط الفرز، التدرج والتعبئة
- المخزن المبرد والمستودع
- أجهزة المعلومات (الحواسيب، أجهزة الاتصالات البعيدة)
- مخبر الفحص الصحي
- مرفق الصرف والتخلص من النفايات الصلبة
- مرافق التدريب بما فيها الأجهزة السمعية البصرية للتجار والمصدرين
- الأخرى

٨-٢-٥ التوصيات

في بدء إعادة تحديد موقع سوق الجملة في مدينة دمشق، يجب إجراء الدراسة المحترسة حول المظاهر المؤسساتية والإدارية علاوة على المرافق المادية للسوق. من الموصى به الرجوع إلى الخطة المقترحة المذكورة أعلاه في مرحلة التخطيط التفصيلي. بالإضافة إلى الموارد الداخلية، قد يفضل إجراء الدراسة في إمكانية الحصول على التعاون الخارجي بخصوص الشؤون الفنية والمالية معا.

٣-٨ مشروع خدمة معلومات السوق

١-٣-٨ أهداف المشروع

يهدف مشروع خدمة معلومات السوق إلى زيادة شفافية السوق من خلال تقديم معلومات السوق بشكل دقيق وسريع إلى المزارعين، التجار، صناعات السياسة والآخرين فيما يتعلق بأسعار وكميات السلع المتجرية في الأسواق.

الأهداف العريضة أكثر التي يتوقع أن يساهم المشروع فيها هي:

١. تعزيز قوة المساومة للمزارعين بقصد زيادة دخلهم
٢. تقليل تقلبات الأسعار الموسمية والشاذة للحد من أخطار السوق
٣. تحسين التوازن الإقليمي بين العرض والطلب
٤. تيسير سياسات السوق الزراعية بشكل فعال أكثر

٢-٣-٨ مجموعة الهدف للمشروع

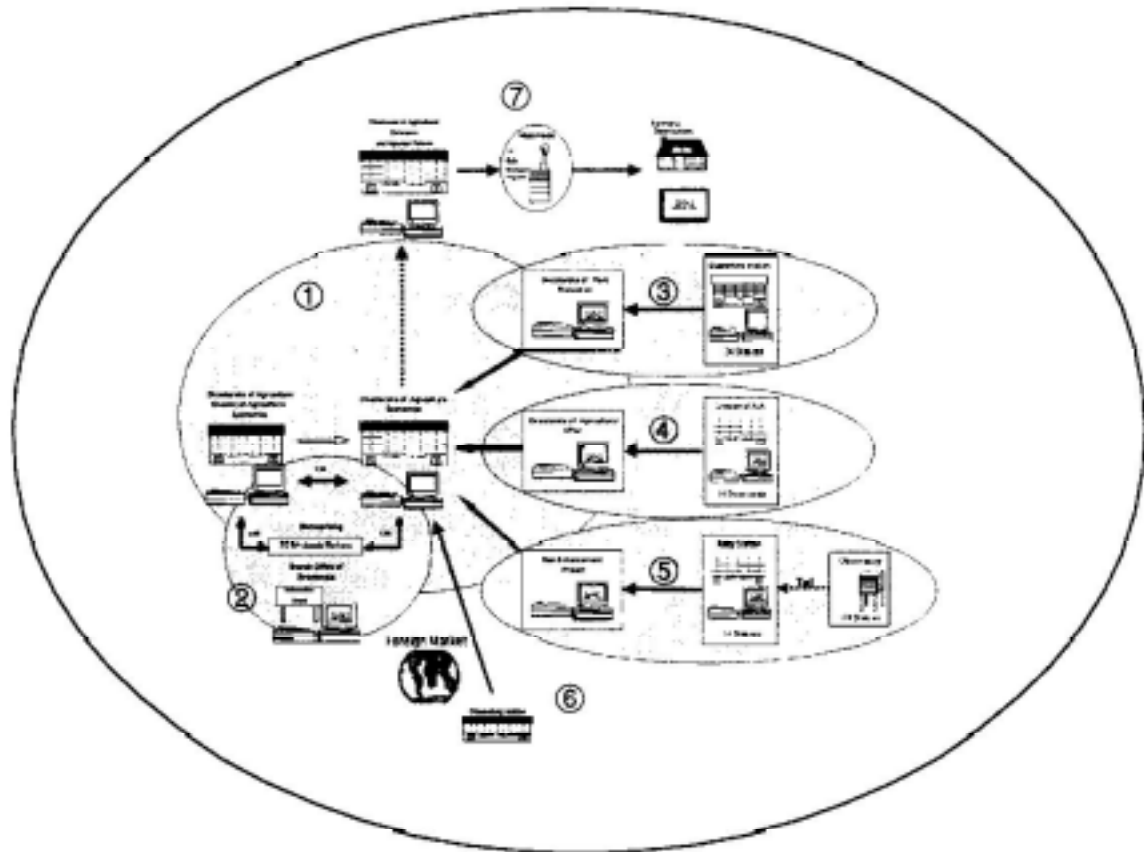
تتكون مجموعة الهدف من المنتجين، التجار والمستهلكين. سيتم وضع الأولويات على المنتجين حيث أنهم تحت الموقف الغير مؤات في التعامل مع التجار. وقد تكون الادارات بالحكومة مجموعة الهدف الممكنة الأخرى.

٣-٣-٨ موجز مشروع خدمة معلومات السوق

يكون مشروع خدمة معلومات السوق مبنياً على نظام المعلومات النموذجي الذي تم صياغته في هذه الدراسة. يغطي المشروع على نحو عريض أكثر بمصادر المعلومات ويقدم المعلومات الدقيقة والسريعة إلى المستفيدين منها. يمكن تنفيذ المشروع من قبل الجهة المنفذة بدون أية عقبات خطيرة. قد تدير المكاتب العامة هذا المشروع.

سوف تكون مديرية الاقتصاد الزراعي مركزاً للمشروع حيث تُجمع جميع المعلومات اللازمة وتُعالج ثم تُوزع على الأطراف المعنية. التنظيم المقترح للشبكة هو كالتالي: ستكون مديرية الاقتصاد الزراعي مرتبطة عن طريق الحواسيب بمديريات الزراعة في المحافظات والمكاتب الفرعية لـ ١٢ سوق الجملة، مديرية الشؤون الزراعية، مديرية وقاية المزروعات ومشروع الاستمطار. وستزود مديرية الاقتصاد الزراعي المنتجين والمستهلكين بمعلومات إذاعية عن طريق مديرية الإرشاد الزراعي باستخدام البرامج التلفزيونية النظامية والراديو والجراند اليومية.

سيتم تأسيس شبكة الحواسيب لتقديم معلومات السوق حيث يكون مركز القيادة في مديرية الاقتصاد الزراعي بوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي. يوضح المخطط التالي صورة الشبكة.



الشكل رقم ٨-٧ شبكة معلومات السوق المقترحة

- ① نطاق نظام المعلومات النموذجي:
النظام تمت صياغتها في هذه الدراسة
- ② شبكة معلومات سوق الجملة/ سوق المفروق:
مديرية الاقتصاد الزراعي المركزية - ١٤ مديرية الاقتصاد الزراعي بالمحافظات - ١٢ مكتب فرعي
في أسواق الجملة
- ③ شبكة معلومات التصدير والاستيراد:
مديرية الاقتصاد الزراعي المركزية - ٢٤ محجر صحي
- ④ شبكة معلومات الزراعة:
مديرية الاقتصاد الزراعي المركزية - مديرية الشؤون الزراعية المركزية - ١٤ مديرية الشؤون
الزراعية بالمحافظات
- ⑤ شبكة معلومات الأرصاد الجوية:
مديرية الاقتصاد الزراعي المركزية - مشروع الاستمطار - ١٤ محطة ترحيل - ١٧٤ مرصد
- ⑥ المعلومات الخارجية:
مديرية الاقتصاد الزراعي المركزية - الجرائد الاقتصادية والتجارية، المجلات، إنترنت والأخرى
- ⑦ العلاقات مع وسائل الاتصال الجماهيري:

مديرية الاقتصاد الزراعي المركزية - مديرية الإرشاد الزراعي المركزية - التلفزيون والراديو
والجرائد

(١) دور مركز خدمة معلومات السوق

سوف تكون مديرية الاقتصاد الزراعي مركزاً للشبكة حيث تُجمع جميع المعلومات اللازمة وتُعالج ثم تُوزع على الأطراف المعنية. سيتم تحديد المحتويات المفصلة للمعلومات المتوقع تقديمها أثناء إعداد خطة التنفيذ. ولكن، تتضمن المعلومات الرئيسية المعلومات النظامية والدورية التالية:

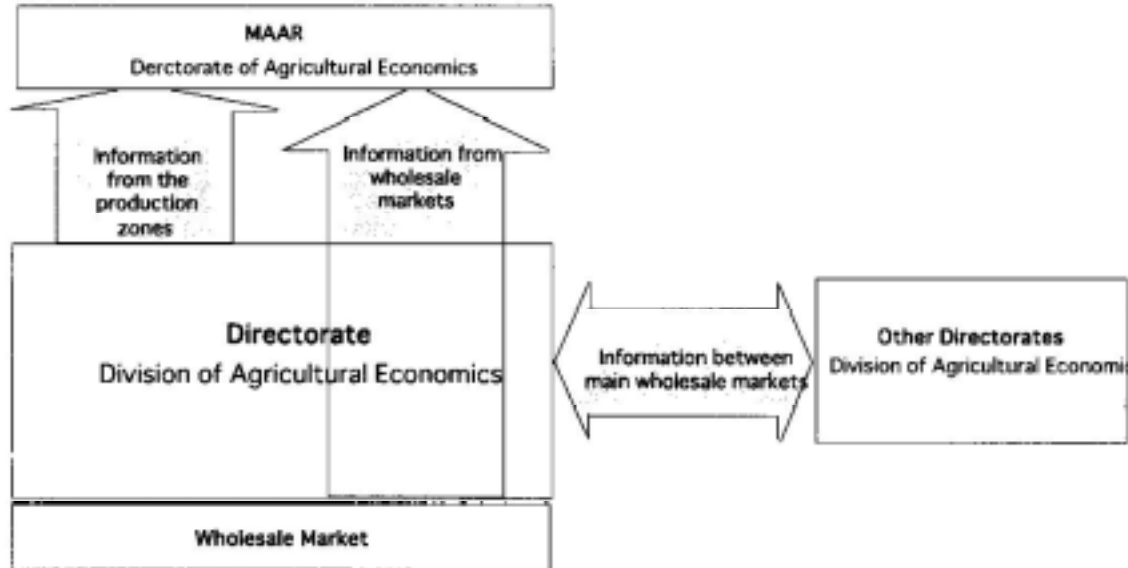
- ① معلومات سوق الجملة/سوق المفرق:
 - تجميع وتوزيع المعلومات تجمعها المكاتب الفرعية لمديرية الاقتصاد الزراعي (حجم التجارة والسعر يوميا)
 - ② معلومات التصدير والاستيراد:
 - تجميع وتوزيع معلومات التجارة تجمعها المحاجر الصحية للمزروعات (حجم الاستيراد والتصدير، المنشأ/المقصد)
 - ③ معلومات الزراعة:
 - تجميع وتوزيع معلومات الزراعة تجمعها مديريات الزراعة في المحافظات (مؤشر المحصول، زرع المحصول وحالة النمو في مناطق الإنتاج الرئيسية)
 - ④ معلومات الأرصاد الجوية:
 - تجميع وتوزيع معلومات الأرصاد الجوية يجمعها مشروع الاستمطار (معلومات تساقط الأمطار الدورية والكوارث الطبيعية من مناطق الإنتاج الرئيسية)
 - ⑤ معلومات الأسواق الخارجية:
 - تجميع، تحليل وتوزيع معلومات الأسواق الخارجية بشكل غير نظامي يجمعها المركز (مديرية الاقتصاد الزراعي المركزية) مباشرة من خلال الجرائد، المجلات، الصحف والإنترنت (معلومات السوق العامة، الإنتاج، الأحوال التجارية للدول المتنافسة ومقاصد المنتجات السورية).

عند تقييم وضع السوق، يوضع التشديد على المظاهر التالية.

- في جميع الأسواق، الأسعار، الكميات المسوقة من السلع المعينة على أساس يومي. الاتجاهات الراهنة بالمقارنة مع تلك في الشهر السابق وفي نفس الفترة في السنة السابقة.
- تدفق السلعة من منطقة الإنتاج إلى المقصد
- تقييم طاقة التزويد في المناطق المنتجة الرئيسية
- تقديم البيانات والمعلومات الأساسية بقصد التنبؤ بتطورات السوق المستقبلية بما فيها الإنذار عند الاقتضاء.

(٢) دور مديرية الزراعة بالمحافظة

تتكون خدمة معلومات السوق ضمن مستوى المديرية من المظاهر الثلاثة الرئيسية التالية. واسطة الاتصال هي شبكة الحواسيب ويتم تنفيذ النشاطات من قبل الموظفين الذين يعملون ضمن الجداول الزمني المتفق عليها.



الشكل رقم ٨-٨ معلومات السوق في المديرية

(١) المعلومات من أسواق الجملة

ستجمع المديرية (مديرية الاقتصاد الزراعي بالمحافظة) معلومات يومية بواسطة مكتبها الفرعي الذي يتم إنشائه في سوق الجملة المعنية. تُرسل المعلومات المجمعة إلى مديرية الاقتصاد الزراعي المركزية بوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بواسطة شبكة الاتصال الداخلية.

(٢) المعلومات بين أسواق الجملة الرئيسية

لتعزيز تبادل معلومات السوق بين أسواق الجملة الرئيسية، ستقدم كل مديرية معلومات السوق إلى المديرية الأخرى. تكون هذه المديرية متصلة ببعضها بواسطة المكتب الفرعي الواقع في كل سوق جملة. تتضمن معلومات السوق للتبادل الأسعار، أوضاعها العامة والاتجاه العام.

(٣) المعلومات عن التنبؤ بالمحصول في المناطق المنتجة الرئيسية

لتأمين المعلومات المتعلقة حول حركة السوق، من المهم جدا إجراء تجميع المعلومات عن التنبؤ بالمحصول في المناطق المنتجة الرئيسية (تتحمل كل مديرية المسؤولية عن تقييم الوضع). يتم الحصول على هذه المعلومات بواسطة:

- تغذية معلومات المحصول المرتردة من المنتجين

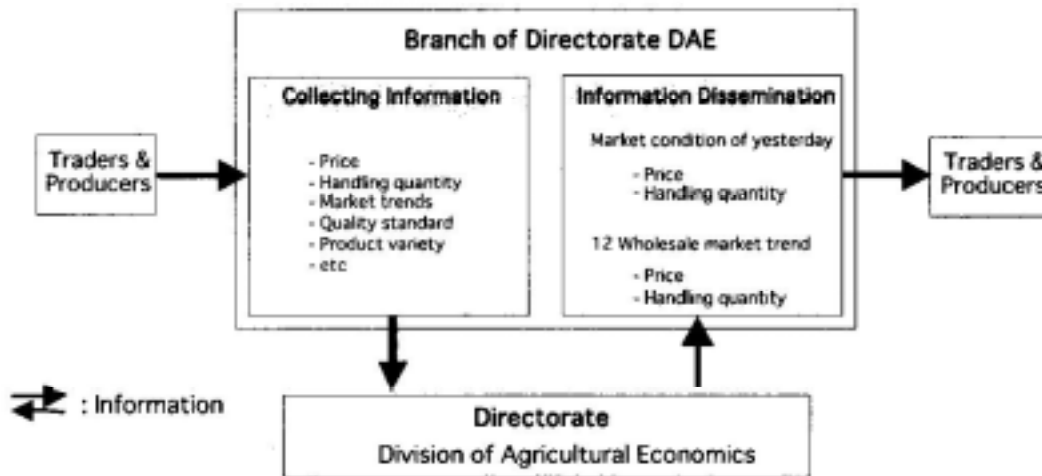
- المعلومات من خطة الإنتاج الخاصة، الجمعيات التعاونية الزراعية، الخ عن طريق وحدات الإرشاد الزراعي.
- زيارات الموظفين الميدانيين بمديرية الشؤون الزراعية إلى المناطق المنتجة الرئيسية بشكل منتظم لإجراء التقييم والحصول على المعلومات المباشرة من المنتجين، التجار المحليين، العاملين الميدانيين الخ.

(٣) معلومات السوق في سوق الجملة

(١) دور المكتب الفرعي للمديرية في سوق الجملة

سيكون كل مكتب فرعي للمديرية مسؤولاً عن تأسيس خدمة معلومات السوق المناسبة في سوق الجملة والحفاظ عليها.

يمكّن المكتب الفرعي مرافق الاتصالات ويجمع المعلومات مباشرة من أسواق الجملة. سينشر موظف المكتب الفرعي المعلومات بشكل منتظم في أوقات مقررة سلفاً. في نفس الوقت، يقدم المكتب الفرعي تقارير محتويات النشرات إلى المديرية.



الشكل رقم ٨-٩ معلومات السوق في سوق الجملة

لتأسيس نظام المعلومات، يتوجب تقسيم النقاط التالي سلفاً:

- مسؤولية جمع المعلومات في أسواق الجملة
- الجداول الزمنية لإرسال المعلومات المجمعة
- تطوير الاستمارات المناسبة والشفرات لجمع البيانات وإرسالها
- مسؤولية تلقي المعلومات في سوق المنتج ونشر معلومات السوق في السوق ومنطقة الإنتاج
- تخصيص المسؤولية الإشرافية لفحص العمليات اليومية وحل الشكاوى الخ.

٢) محتويات المعلومات

فيما يلي معلومات السوق يتم جمعها في سوق الجملة:

- الأسعار بما فيها أدنى وأقصى سعر ومعدل السعر
- حجم المعاملة للسلع
- نوع التعبئة والتدريج
- معيار النوعية
- أنواع المنتجات ومنشأها

٣) استعمال المعايير

عادة لم يتم تطبيق معايير السلع في أسواق الجملة. ولكن، يتوجب تطبيق المعايير، التدريج والمواصفة في أسواق الجملة للقبض على السعر بشكل دقيق والذي يعكس نوعية كل سلعة. حيث أن المستهلكين يصبحون شاعرين أكثر بالنوعية يجب على خدمة معلومات السوق الاستجابة لهذا المطلب في المستقبل.

٤) نشر معلومات السوق

سيتم استخدام الأساليب المختلفة لنشر معلومات السوق في السوق للمشاركين:

- لوحة معلومات السوق، تقع من ناحية الاستراتيجية ضمن السوق حيث يتم فيها تسجيل المعلومات عن كل منتج ومبيعات السوق مباشرة بعد تلقي البيانات.
- توزيع نشرات المعلومات الأخيرة حول المنتجات الرئيسية إلى المنتجين عند باب السوق في حين يدخل السوق.
- إلقاء التوجيه الشفوي من قبل المكتب الفرعي أثناء ساعات عمل السوق. وجود إمكانية الاتصال من أي منتج أو تاجر لتلقي نصائح معينة.

كلما يمكن، للتأمين أن جميع مشتركي السوق يستطيعون تلقي معلومات السوق، سيتم تركيب أساليب المعلومات المختلفة.

في جميع مناطق الأسواق الريفية، يجب الانتباه إلى تأمين نظام النشر الذي يساعد المزارعين لتلقي أخبار السوق الأخيرة في أماكن إقامتهم أيضا.

٨-٣-٤ خطة التنفيذ

في تخطيط تأسيس خدمة معلومات السوق، يتطلب إجراء المقاربة النظامية. يجب أن يتكيف مع الأوضاع القائمة ويُصمَّم بحيث أن تطوير خدمة معلومات السوق المستدام ناتيا يتحقق. لذلك، تشدد مقاربة المشروع على الشخصية المكررة والدورية لتحديد الهدف، جمع المعلومات، التخطيط، التنفيذ والتقييم.

مفهوم المرحلة:

من أجل المرحلة الأولى، يوصى أن يكون المشروع التجريبي بمقياس صغير. هذا هو الأساس للخدمة المقترحة ويمكن أن يتم تصميمه بحيث أن الخبرة بواسطة المراقبة والتقييم يمكن أن تتجمع وتعالج لاستخدامها لتطوير الخدمة أكثر.

تم تلخيص مراحل تنفيذ المشروع كالتالي:

المرحلة الأولى:

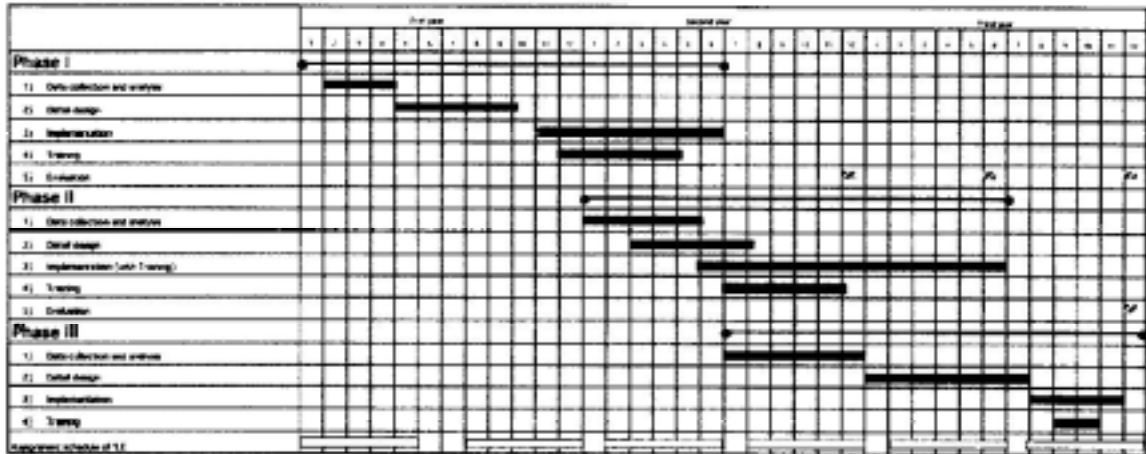
- تأسيس نظام شبكة المعلومات من سوق الجملة في مدينة دمشق إلى مجموعات الهدف. (سوق الجملة في مدينة دمشق - المديرية - مديرية الاقتصاد الزراعي - مديرية الإرشاد الزراعي - وسائل الاتصال الجماهيري)
- تأسيس نظام شبكة المعلومات من ٢٤ محجر صحي إلى مديرية الاقتصاد الزراعي عن طريق مديرية وقاية المزروعات.
- التدريب على نظام المعلومات بما فيه تشغيل الحاسوب.

المرحلة الثانية:

- تأسيس نظام شبكة المعلومات من ١٢ سوق الجملة الأخرى إلى مجموعات الهدف (١٢ سوق الجملة - مديرية - مديرية الاقتصاد الزراعي - مديرية الإرشاد الزراعي - وسائل الاتصال الجماهيري)
- تأسيس نظام شبكة المعلومات من مديرية الشؤون الزراعية إلى مديرية الاقتصاد الزراعي
- التدريب على نظام المعلومات بما فيه تشغيل الحاسوب

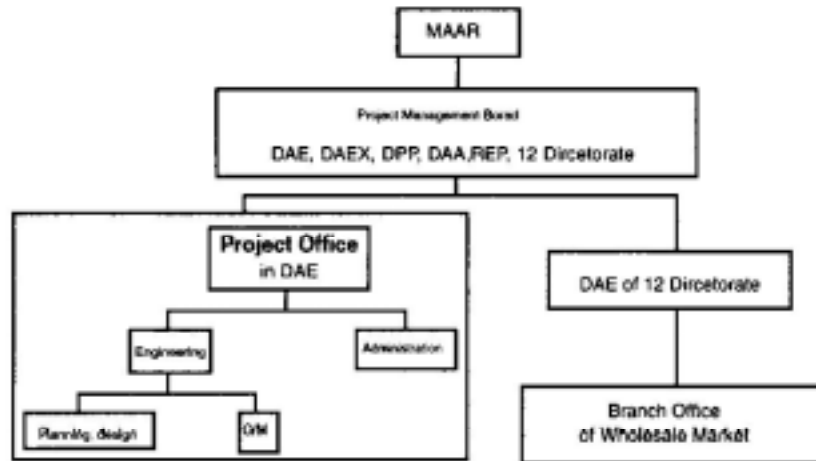
المرحلة الثالثة:

- تأسيس نظام شبكة المعلومات من ١٤ محطة ترحيل إلى مديرية الاقتصاد الزراعي عن طريق مشروع الاستمطار
- تأسيس نظام شبكة المعلومات من مديرية الاقتصاد الزراعي إلى وسائل الاتصال الجماهيري عن طريق مديرية الإرشاد الزراعي
- التدريب على نظام المعلومات بما فيه تشغيل الحاسوب



الشكل رقم ٨-١٠ جدول المشروع

٨-٣-٥ الهيكل التنظيمي لتنفيذ، تشغيل/إدارة المشروع



الشكل رقم ٨-١١ الهيكل التنظيمي للمشروع

يجب تأسيس الهيكل التنظيمي لتنفيذ، تشغيل/إدارة المشروع كما هو موضح في الشكل. يتكون مجلس الإدارة للمشروع من مديرية الاقتصاد الزراعي، مديرية الإرشاد الزراعي، مديرية وقاية المزروعات، مديرية الشؤون الزراعية، مشروع الاستمطار و ١٢ مديرية.

سيكون مكتب المشروع تحت مجلس الإدارة الذي يتشكل من مديرية الاقتصاد الزراعي والجهات المعنية الأخرى. من المتوقع أن تأمين الموارد البشرية للتوظيف من مديرية الاقتصاد الزراعي والجهات المعنية الأخرى. سيتم تنفيذ عملية خدمة معلومات السوق في سوق الجملة من قبل الموظفين بالمكتب الفرعي التابع لقسم التشغيل/الإدارة بمديرية الاقتصاد الزراعي.

٦-٣-٨ المدخلات الضرورية لتنفيذ المشروع

(١) الموارد البشرية

يتوجب إجراء تخطيط وتنفيذ التدريب والخدمات من جانب الخبراء الأجانب داخل سورية وخارجها.
يتم تقدير القوى العاملة المطلوبة لتنفيذ المشروع كالآتي:

| «الخبراء الأجانب ومساعدتهم» | |
|-----------------------------|---|
| ٩٠ رجل شهر | • ٣ مستشارين |
| ٤ رجل شهر | • خبراء غير متفرغين عند الاقتضاء |
| ٦٠ رجل شهر | • مساعدا المشروع (تعيين محلي) |
| ٣٠ رجل شهر | • سكرتير المشروع (تعيين محلي) |
| «الموظفون السوريون» | |
| | • ٣ نظراء متفرغين بدوام كامل حائزين على |
| ١٠٨ رجل شهر | درجة البكالوريوس للمكتب الرئيسي |
| | • شخص كفيء ومناسب لتجميع البيانات ومعالجتها |
| | • الموظفون الفنيون (السائق، الكاتب المساعد) |

(٢) الأجهزة المطلوبة:

- تتضمن الأجهزة: أجهزة تالية، يمكن توريد منها عن طريق المساعدة الخارجية
- أجهزة ومواد التدريب، مواد المعلومات
 - المركبتان مع قطع الغيار والمحركات
 - أجهزة خدمة معلومات السوق (الحواسيب، آلة تصوير النسخ، آلة فاكس، الطابعات، لوحة النشرات الخ..)
 - المكتب المناسب مع المواد المكتبية الأساسية
 - تركيب الوصلات اللازمة للهواتف

(٣) الأموال

سينتجب تأمين الأموال للتدريب، الأجهزة ومهمات الخبراء فيما يلي تقدير المتطلبات.

| (الف ليرة سورية) | (التدريب) |
|------------------|---|
| ٧٠٠ | • تدريب المرحلة الأولى (٢٠ شخص × أسبوعين × ٥ مرات) |
| ١,٦٨٠ | • تدريب المرحلة الثانية (٢٠ شخص × أسبوعين × ١٢ مرة) |
| ٢٨٠ | • تدريب المرحلة الثالثة (٢٠ شخص × أسبوعين × مرتين) |

| | | (الأجهزة) |
|--------|----------|--|
| ٤٠٠ | | • أجهزة التدريب والمواد |
| ٥,٠٠٠ | | • مركبتان |
| | | • أجهزة خدمة معلومات السوق: |
| ١٢,٠٠٠ | ١٠٠ وحدة | الحواسيب |
| ٤,٠٠٠ | ١٠٠ وحدة | المطابعات |
| ٢,٤٠٠ | ٢٠ وحدة | آلة تصوير النسخ |
| ١,٢٠٠ | ٢٠ وحدة | آلة فاكس |
| ٨,٠٠٠ | ٢٠ وحدة | لوحة النشرات (الكثرونية) |
| ٤٠٠ | | • المكتب المناسب مع المواد المكتبية الأساسية |
| ١,٠٠٠ | | • تركيب الوصلات اللازمة للهواتف |
| | | (الخبراء الأجانب ومساعدتهم) |
| - | | • ٣ مستشارين |
| - | | • خبراء غير متفرغين عند الاقتضاء |
| - | | • مساعدا المشروع (تعيين محلي) |
| - | | • سكرتير المشروع (تعيين محلي) |

٧-٣-٨ التوصيات

في تقدم الانتقال إلى اقتصاد السوق، يحتاج المنتجون، التجار كذلك الناس إلى معلومات السوق احتياجاً قوياً. يتوجب تأسيس نظام المعلومات المعزز عاجلاً للمساهمة في التسويق الفعال والرشيد بناء على الشبكة النموذجية التي تم تطويرها تحت هذه الدراسة، يجب تأسيس النظام الشامل المذكور أعلاه باستخدام الأموال الداخلية وكذلك أموال المساعدة التنموية الحكومية كلما تكون متاحة.

الفصل التاسع: التوصيات الإجمالية

كما تم الوصف في الفصول السابقة، تؤدي المسائل والاستراتيجية المتعلقة بدراسة تحسين نوعية المنتجات الزراعية في الجمهورية العربية السورية إلى تحديد الأعمال الملحة الموصى بإجرائها. فيما يلي التوصيات المفصلة حول المشاريع ذات أولوية عالية.

١-٩ المشاريع ذات الأولوية

١-١-٩ مشروع التسويق الجماعي من قبل المنتجين

يقصد المشروع إلى تأسيس نظام تسويق الحمضيات الجماعي من قبل المنتجين في القريتين بمحافظة اللاذقية هادفاً إلى زيادة الدخل من تسويق الحمضيات من خلال تحسين المنتج.

رغم الفعالية والمميزات المدركة بالنسبة للتسويق الجماعي. لم يتم تحقيق مثل هذه المقاربة. أكدت ورشة العمل حول التخطيط المشترك التي أقيمت فيمنطقة الهدف وإرادة ومبادرة المزارعين لتنفيذ مفهوم المشروع. كالمشروع التجريبي لتحسين التسويق من قبل المنتجين، يجب إجراء الأعمال اللازمة من قبل الحكومة لتحقيق المشروع وذلك بناء على مبادرات المنتجين والأطراف المعنية الأخرى.

بخصوص هذا الأمر، يتوجب توضيح النقاط التالية في مرحلة التخطيط

- (١) تنظيم التسويق الجماعي
بينما يتم تأكيد فكرة وقصد المنتجين المشتركين/الأخرين، يتطلب تحديد البنية التنظيمية والوضع الشرعي.
- (٢) نظام الدعم من قبل الإدارة
يتوجب الدعم من قبل الإدارة المركزية والإدارة المحلية. لذلك يتطلب الأخذ بعين الاعتبار تحديد الجهة المسؤولة وطبيعة الدعم (الفني والمالي).
- (٣) محتويات ومجال نشاطات المنظمة
يجب تحديد أساليب الجمع، الفرز، التخزين، الشحن والأخرى. من الضروري إجراء تقييم الاستثمار الأولي في المرافق والأجهزة.
- (٤) نظام الإدارة
يتطلب تحديد بنية الإدارة التفصيلية وأسلوب تصفية الحساب بين المنظمة وبين المنتجين.
- (٥) تقييم مقاصد المنتجات المحتملة
بالإضافة إلى أسواق الجملة، يتوجب التعاقد مع المصنعين والمصدرين كمقاصد المنتجات المحتملة.
- (٦) تقييم الجدوى الاقتصادي والمالي
لتقدير الجدوى الاقتصادي والمالي، يجب إجراء تقييم الاستثمار الأولي، التكاليف الجارية، المنفعة المتوقعة (زيادة سعر الوحدة، تخفيض تكاليف النقل الخ).

(٧) المظاهر المالية

يتوجب فحص وتحديد مساهمة المنتجين/المزارعين وتركيب الراسمال للتنظيم.

(٨) الموارد البشرية لتنفيذ المشروع

لتنفيذ المشروع بشكل أمثل، من الضروري إجراء تدريب أعضاء المنظمة (المنتجين في الأغلب)، الموظفين الأعضاء بالمنظمة والموظفين المعنيين من الإدارة المحلية. سيتطلب تخطيط برنامج التدريب بشكل مفصل.

٩-١-٢ خطة تحسين سوق الجملة

تدرس محافظة مدينة دمشق إعادة تحديد موقع سوق الجملة في مدينة دمشق. ترمي خطة التحسين المقترحة إلى تقديم الأفكار الأساسية حول تحديث السوق للاستجابة للمتطلبات خاصة متطلبات النظام المؤسسي والإداري المعهودة بها إلى أسواق الجملة. أن التجارة الشفافة، تكوين السعر العادل والصفقات الفعالة للمساهمة في أمن الغذاء للقطر من أهم العوامل الهامة علاوة على إدخال المرافق المحدثة. في انعدام القانون الشامل حول أسواق الجملة، قد يطلب تنفيذ المشروع تنسيق الاهتمامات بين المشتركين في السوق وكذلك بين الجهات الإدارية المسؤولة.

من ناحية ثانية، إذا يتم تنفيذ تحسين سوق الجملة في مدينة دمشق بشكل فعال فإنه سيبدأ العمل الجديد في تحسين أسواق الجملة كافة في القطر مما يؤدي إلى المساهمة في التسويق المحسنة برفقة زيادة المنفعة بالنسبة لجميع الأطراف المعنية.

٩-١-٣ مشروع خدمات معلومات السوق

قد تم تأسيس نظام شبكة معلومات النموذجي في هذه الدراسة. يقصد المشروع توسيع وظائف ومجال الشبكة هادفاً إلى تقديم معلومات السوق الواسعة أكثر إلى المنتجين والأخرين المعنيين. مديرية الاقتصاد الزراعي بوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي هي القلب في هذا النظام وهي تكون مرتبطة بالمديريات الأخرى بوزاره الزراعة والإصلاح الزراعي، أسواق الجملة والمنظمات الأخرى بواسطة شبكة الحواسيب لتقديم معلومات الأسواق في القطر وخارجها بشكل سريع ودقيق أكثر.

لتأسيس الشبكة، يتطلب تطوير نظام المعلومات والشبكة. وفي نفس الوقت، يتطلب تأمين الموارد البشرية لتطوير النظام ولتشغيل / إدارة الشبكة، يجب إجراء التدريب المكثف تحت هذه الدراسة، تتضمن النقاط الرئيسية التي يتم توضيحها:

- (١) أنواع المعلومات التي يتم تضمينها والإجراءات لمعالجتها وتقديمها
- (٢) التركيب التنظيمي المطلوب للتشغيل والإدارة
- (٣) المرافق المطلوبة والأجهزة التي يتم إدخالها
- (٤) برنامج التدريب للموظفين الأعضاء المعنيين

سيتم أخذ هذا الأمر بعين الاعتبار على ضوء نتائج نظام شبكة المعلومات النموذجي المعدّ بهذه الدراسة.

٩-٢ المسائل الأخرى والمشاريع

بالإضافة إلى المشاريع الثلاث المذكورة أعلاه، يبقى عدد من المسائل/المشاريع. من الصعب في الواقع اقتراح جميعها كمشاريع مستقلة في الوقت الحاضر. من ناحية ثانية، جميعها مهمة لتحقيق أهداف تحسين النوعية ويتطلب بذل الجهود المستمرة من قبل الحكومة السورية والقطاع الخاص.