



جامعة الدول العربية
المنظمة العربية للتنمية الزراعية
League of Arab States
Arab Organization For Agricultural Development



الدراسة القومية لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة في الوطن العربي

ديسمبر (كانون اول) 1998

الخرطوم

جمهورية السودان - الخرطوم - العمارات شارع 7 - Sudan - Khartoum, Al. Amarat - St. No. 7
Email: aoad@sudanet.net بريد إلكتروني Postal Code: 11111 - الرمز البريدي
Telephone: 249-11-72176 - 472183 - هاتف فاكس: 249-11-471402 - Cable: AOAD Khartoum - برقية
Telex: 22554 AOAD SD - عكس

المنظمة العربية للتنمية الزراعية
وحدة المكتبة

تقديم

تقديم

تجىء هذه الدراسة الخاصة بالمخطط القومي لتطوير الأداء التسويقي للخضر والفاكهة في الوطن العربي تنفيذاً لقرار الجمعية العمومية للمنظمة العربية للتنمية الزراعية في إطار برنامج الأمن الغذائي المضمن في خطة عمل المنظمة لعام 1997.

لقد درجت المنظمة لدى إعدادها لتلك المخططات القومية أن تطلب من الأجهزة الفنية بوزارات الزراعة بالدول العربية بمدّها بدراسات قطرية عن السلع الغذائية موضوع المخطط . وفي حالة الخضر والفاكهة فقد جاءت الدراسات القطرية من معظم الدول العربية ، مما يجسد الإهتمام الكبير الذي يجده هذا القطاع لدى المسؤولين في تلك الدول. وفي واقع الأمر فإن هذا الإهتمام يعكس الأهمية الحيوية للخضر والفاكهة في المقتصدات الزراعية للعديد من الدول العربية وفي الأمن الغذائي العربي، كما يعكس من جهة أخرى الإهتمام المتزايد لتطوير هذا القطاع ليقوم بدور أكبر في الأمن الغذائي العربي والتجارة البينية العربية ، وبالنسبة لبعض الأقطار لإسهام أكبر في صادر الخضر والفاكهة للأسواق الخارجية.

إن إتساع الرقعة العربية وتباين الموارد الطبيعية بين الدول العربية يهيئ الفرص للتوسع في إنتاج مختلف الخضر والفاكهة مما يفتح الأبواب مشرعة للتوسع في التجارة البينية وفي تجارة الصادر للعالم الخارجي. ولكن دون ذلك محددات وعقبات عديدة بعضها يتعلق بالانتاج والكثير منها يتعلق بالسياسات الإقتصادية وبتغيرات التسويق. ولقد رصدت الدراسة الجهود المبذولة في كل الدول العربية لتجاوز تلك العقبات، وبخاصة ما يتعلق بتطوير الأداء التسويقي وتم توثيق تلك الجهود بإدراج المخططات القطرية ضمن متن الدراسة، وذلك بغرض الترويج لما تضمنته تلك المخططات من مشاريع، ثم بغرض عكس التجارب المختلفة للفائدة المتبادلة ولتعظيم المردود من الجهود المبذولة.

وإنه لمن حسن الطالع أن تجىء هذه الدراسة في الوقت الذي تتسارع فيه الخطى لتفعيل اتفاقية التبادل التجاري والسوق العربية المشتركة والمنطقة العربية للتجارة الحرة، وجميع هذه الجهود معنية بتطوير الأداء التسويقي في الدول العربية . ونظراً لأن هناك مترتبات عديدة على تنفيذ الإتفاقيات العربية المشتركة فإن الحاجة تدعو لوضع إستراتيجيات وخطط عمل قطاعية وتكوين الآليات المناسبة التي تتعهد بتنسيق الجهود

ومتابعة التنفيذ والإنطلاق لمراحل أعلى في مدارج التكامل والوحدة الاقتصادية . وفي هذا الإطار يجيء المقترح المقدم في الدراسة بأن الوقت قد حان لإعداد آليات التنسيق على المستويات القومية لكل السياسات الزراعية التي يتم تنفيذها على المستويات القطرية مما يساعد على توحيد الجهود وتحسين الاداء وصولاً إلى غايات التكامل الإقتصادي العربي .

لقد حفلت الدراسة بعدد وفير من المقترحات على المستويين القومي والقطري التي من شأنها تحسين الأداء التسويقي لتلك السلع الغذائية الهامة تدعيماً لمسارات الأمن الغذائي العربي . ونحن إذ نقدر الجهد الكبير الذي بذل في إعدادها ، نتقدم بوافر الشكر والتقدير لفريق الدراسة المركزي ولفرق الدراسات القطرية على ما قاموا به من جهد خير . ونسأل الله العلي القدير أن يوفقنا جميعاً لما فيه خير هذه الأمة ، آمين أن تكون هذه الدراسة لبنة أخرى في صرح التكامل الزراعي العربي .

المدير العام



الدكتور يحيى بكور

المحتويات

8

9

10

11

صفحة

المحتويات

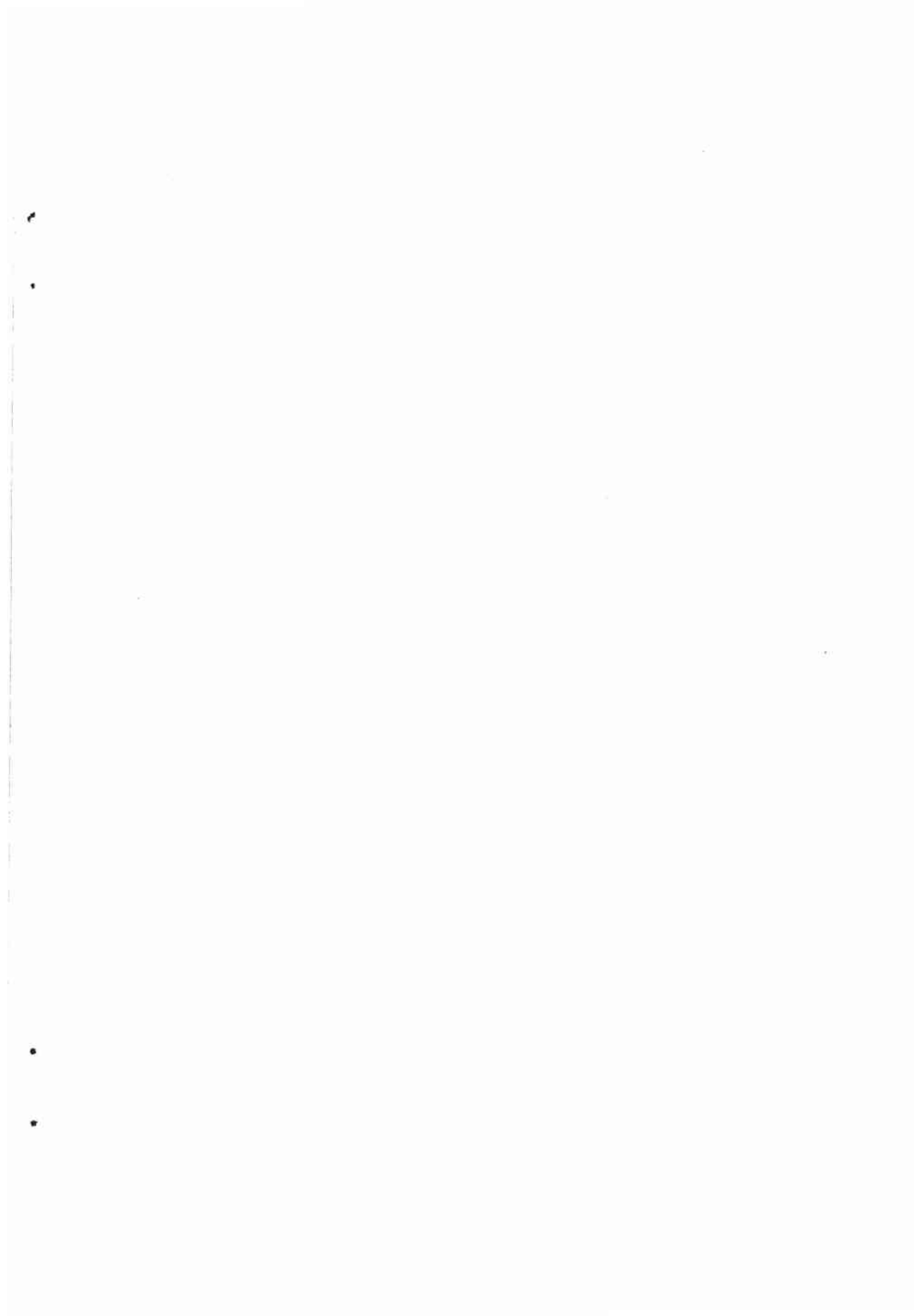
أ	- تقديم المدير العام
ج	- المحتويات
1	- الموجز
6	الباب الأول أهمية الخضر والفاكهة في الإقتصاد القومي:
6	1-1 تمهيد
6	2-1 أهمية الخضر والفاكهة في الناتج المحلي الإجمالي
8	3-1 مستويات الإكتفاء الذاتي من الخضر والفاكهة
8	4-1 أهمية الخضر والفاكهة في حركة الصادرات العربية
10	5-1 أهمية الخضر والفاكهة في حركة الواردات العربية
10	6-1 إسهام القطاع البستاني في التجارة البينية العربية:
14	الباب الثاني: تطور إنتاج الخضر والفاكهة في الوطن العربي خلال السنوات 1990-1996:
14	1-2 تمهيد
16	2-2 تطور إنتاج الخضر في الوطن العربي
20	3-2 محاصيل الخضر الأساسية في الوطن العربي
38	4-2 تطور إنتاج الفاكهة في الوطن العربي
40	5-2 محاصيل الفاكهة الأساسية في الوطن العربي
56	الباب الثالث: العوامل المؤثرة علي إنتاج الخضر والفاكهة في الوطن العربي:
56	1-3 العوامل الطبيعية
59	2-3 العوامل التقنية

60	3-3 العوامل الإجتماعية
60	4-3 العوامل الاقتصادية والتنظيمية
62	5-3 السياسات الاقتصادية والعوامل المؤسسية :
65	3-5-1 سياسات لدرء الآثار السلبية لسياسات التكيف الهيكلي والإصلاح الإقتصادي:
66	3-5-2 سياسات لدرء الآثار السلبية لاتفاقية الجات 1994:
68	3-5-3 توظيف السياسات الاقتصادية والزراعية لدعم انتاج الخضر والفاكهة
69	3-5-4 تصويب السياسات الاستثمارية لدعم الانتاج البستاني
71	الباب الرابع: تسويق الخضر والفاكهة في الأقطار العربية
71	4-1 تمهيد :
7	4-2 المسالك التسويقية
7	4-2-1 التسويق الداخلي
76	4-2-2 التسويق الخارجي
79	4-3-الخدمات التسويقية
79	4-3-1 الحصاد والتجميع والنقل من الحقل
81	4-3-2 الفرز والتدريج
82	4-3-3 التعبئة والتغليف
83	4-3-4 النقل من محطات التعبئة
84	4-3-5 التخزين المبرد
85	4-3-6 التصنيع
87	4-3-7 التمويل التسويقي
88	4-3-8 المعلومات التسويقية
88	4-4 السياسات السعرية
91	4-5 المؤسسات والهيئات العاملة في مجال تسويق المنتجات الزراعية

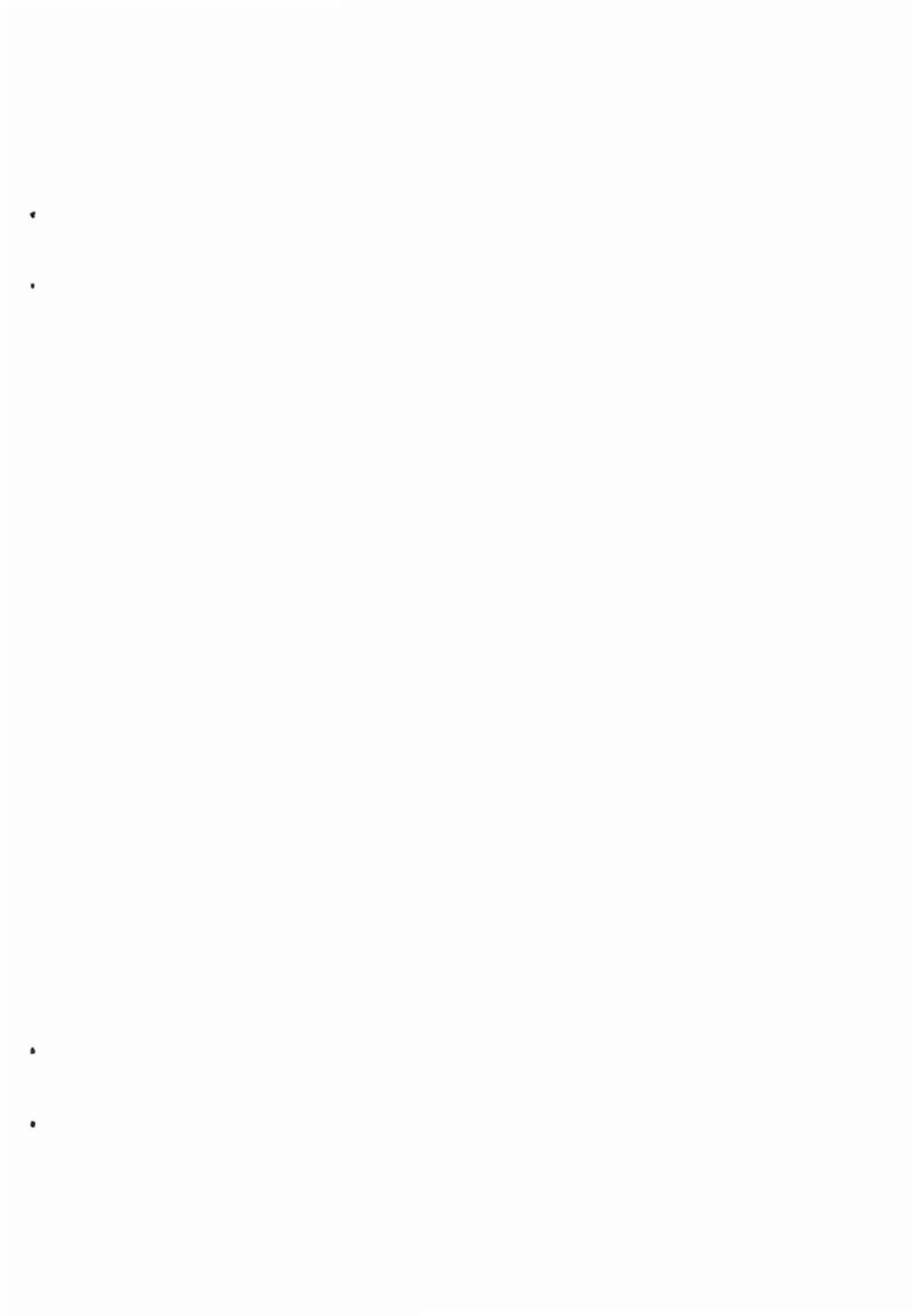
93	6-4 إستهلاك الخضر والفاكهة في الوطن العربي
93	1-6-4 تمهيد
96	2-6-4 استهلاك الخضر في الوطن العربي
98	3-6-4 استهلاك الفاكهة في الوطن العربي
101	الباب الخامس : المعوقات التي تواجه تسويق محاصيل الخضر والفاكهة في الوطن العربي:
102	1-5 المعوقات الفنية
105	2-5 العوامل الاقتصادية والإجتماعية
107	3-5 المعوقات المؤسسية.
111	الباب السادس: التوجهات القطرية لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة :
111	1-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالملكة الأردنية الهاشمية .
113	2-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بدولة الامارات العربية المتحدة .
114	3-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بدولة البحرين.
114	4-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
115	5-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالملكة العربية السعودية .
116	6-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بجمهورية السودان.

- 117 7-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالجمهورية العربية السورية .
- 121 8-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بجمهورية العراق
- 124 9-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بدولة فلسطين .
- 126 10-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بدولة قطر .
- 127 11-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بدولة الكويت .
- 129 12-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالجمهورية اللبنانية.
- 130 13-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالجمهورية الليبية.
- 131 14-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بجمهورية مصر العربية.
- 135 15-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالملكة المغربية.
- 136 16-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالجمهورية الإسلامية الموريتانية.
- 138 17-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بجمهورية اليمن.

146	الباب السابع: المخطط القومي لتطوير الأداء التسويقي للخضر والفاكهة في الوطن العربي:
146	7- تمهيد
148	7-1 مشروع الخدمات الزراعية المتكاملة لصغار منتجي الخضرو الفاكهة .
150	7-2 مشروع إنشاء نظام عربي متكامل للمعلومات السوقية والإتصال التجاري .
153	7-3 مشروع إنشاء مركز قومي للإرشاد التسويقي .
155	7-4 مشروع إنشاء مركز عربي لمعاملات ما بعد الحصاد للمحاصيل البستانية.
158	الملخص الانجليزي
163	المراجع
165	فريق الدراسة



الموجز



الموجز

تشير الإحصاءات إلى أن إنتاج الوطن العربي من الخضر في عام 1996 بلغ نحو 30 مليون طن وهي تعادل نحو 5.3٪ من إنتاج العالم والذي قدر بنحو 566 مليون طن . كما بلغ إنتاج الوطن العربي من الفاكهة في نفس العام 1996 نحو 24 مليون طن ، أي نحو 5.8٪ من إنتاج العالم والمقدر بنحو 414 مليون طن . ونظراً لتواضع الانتاج العربي فإنه يكاد يستهلك محلياً إذ لا تسهم الاقطار العربية مجتمعة في التجارة الدولية إلا بنحو مليون طن من الخضر ومليون طن آخر من الفاكهة. لقد دفع هذا الواقع الدول العربية للإهتمام بإنتاج وتسويق الخضر والفاكهة أولاً لمقابلة الطلب المتنامي عربياً على الخضر والفاكهة ومن ثم للاسهام بفاعلية في التجارة الدولية. ويجيء هذا الاهتمام القومي في هذه المرحلة التي تشهد إندفاعاً قوياً نحو العولمة ونحو تحرير التجارة . ومن هنا جاء إهتمام المنظمة العربية للتنمية الزراعية لمواكبة تلك المتغيرات وإعداد مخطط قومي لتطوير وتسويق الخضر والفاكهة لتتزامن مع الاهتمامات القطرية ومضاعفة الانتاج، إذ أنه من شأن مضاعفة الانتاج دون تطوير قطري للتسويق أن تحبط الجهود التي تبذل في مجال الانتاجية وبخاصة في ظل المنافسة الدولية الشديدة على المستويات الدولية وهي منافسة مدعومة بالتقانات الفائقة التطور في مجال الانتاج والتسويق.

تتضمن الدراسة سبعة أبواب ، إذ يسلط الباب الأول الأضواء على أهمية الخضر والفاكهة في الناتج المحلي الاجمالي وفي الأمن الغذائي وفي التجارة الخارجية على المستويين الدولي والعربي، وتؤكد هذه المؤشرات على الأهمية الاقتصادية للخضر والفاكهة في المقتصدات العربية ، إذ تسهم في بعض الدول كالمملكة المغربية بنحو 43٪ من الناتج الزراعي الإجمالي وبنحو 20٪ في جمهورية مصر العربية. وبفضل التوسع في إنتاج الخضر والفاكهة فقد أصبحت الدول العربية مجتمعة مكتفية ذاتياً من هذا القطاع وتسعى لمضاعفة الانتاج لمقابلة الطلب المتنامي ثم لتساهم في التجارة الدولية.

يستعرض الباب الثاني تطور إنتاج الخضر والفاكهة في الدول العربية المختلفة خلال عقد التسعينات ، ثم يفصل الأهمية الاقتصادية لبعض محاصيل الخضر والفاكهة التي تهيمن على التجارة البينية والتجارة العالمية. وتعتبر محاصيل البطاطس والطماطم

والبصل والشمام والبطيخ والقرعيات من أهم محاصيل الخضر ، لتأتي التمور والتفاحيات والزيتون والحمضيات والموز والمانجو والعنب في صدارة محاصيل الفاكهة.

ويعالج الباب الثالث العوامل المؤثرة على الإنتاج وتتمثل في العوامل الطبيعية من مناخ وتربة ومياه وعوامل اقتصادية واجتماعية وتقنية .ومن بين هذه العوامل فإن العوامل الاقتصادية وبخاصة مشاكل التمويل تعتبر المحدد الأساسي لتطوير هذا القطاع . ومن شأن توفير التمويل التنموي أن يساعد على تطوير البنيات الأساسية والتحتية وتوطين التقنية مما يؤدي إلى رفع الكفاءة التنافسية للإنتاج العربي. ويعالج هذا الباب أيضاً تأثير السياسات الاقتصادية على الإنتاج وتتمثل في سياسات التكيف الهيكلي والإصلاح الإقتصادي ثم في الاجراءات والسياسات التي اتخذت لتجاوز سلبيات تلك السياسات ، وبخاصة السياسات المتعلقة بمحاربة التضخم وسياسات تحرير التجارة الخارجية. ويستعرض هذا الباب الخطوط الرئيسية للإتفاقية الزراعية المتعلقة بإتفاقية الجات عام 1994 وتأثير ما ورد في الإتفاقية على إنتاج وتجارة الخضر والفاكهة . إنطلاقاً من كل ذلك تجيء المقترحات الواردة في هذا الباب لتوظيف السياسات الاقتصادية والزراعية لدعم الإنتاج البستاني ولتصويب السياسات الإستثمارية لهذا الغرض حتى يسهل إستقطاب رأس المال العربي للاستثمار في هذا القطاع وبخاصة في قطاع الفاكهة والذي يتميز بتطول فترة الاستثمار الى حين استرداد رأس المال .

ويعتبر الباب الرابع هو الباب المحوري للدراسة والذي عالج قضايا تسويق الخضر والفاكهة متابعة لمسالك التسويق محلياً ودولياً ورصداً لخدمات التسويق بدءاً من إعداد المنتج للحصاد ثم الجمع والنقل من الحقل الى الفرز والتدريج والى التعبئة والتغليف ثم النقل لمواقع التخزين أو التصنيع أو الاستهلاك محلياً وخارجياً . ويعالج الباب مشاكل التسويق وعلى رأسها المشاكل التمويل في مرحلة التسويق والتي تعتبر في كثير من الأحيان أكبر العقبات أمام تنمية هذا القطاع . وأيضاً إستعرض الباب الرابع السياسات السعيرية في الوطن العربي بإعتبار من أهم العوامل الإقتصادية التي تؤثر على توجيه الموارد وكفاءة إستخدامها في العمليات الإنتاجية التسويقية المختلفة. وقد تبين أن تطبيق سياسات التحرير الإقتصادي أدت لتخلي الدول العربية عن دعم المدخلات وعن التدخل في تحديد أسعار المدخلات والنتاج خاصة بالنسبة للخضر والفاكهة. وعدد الباب المؤسسات والهيئات العاملة في مجال تسويق المنتجات الزراعية في الوطن العربي والتي

اشتملت على المؤسسات التسويقية الحكومية والجمعيات والتنظيمات غير الحكومية.

أيضاً إستعرض الباب الرابع إستهلاك الخضر والفاكهة في الوطن العربي وأفاقها، وتوقعات زيادة الطلب على محاصيل الخضر والفاكهة نتيجة توقعات الزيادة السكانية وارتفاع مستويات المعيشة وبفضل الفرص المتاحة للتوسع في التجارة العالمية.

يسلط الباب الخامس الأضواء على المعوقات التي تواجه تسويق محاصيل الخضر والفاكهة وهي في معظمها ترتبط بسمات ومميزات هذا القطاع من موسمية وتنوع في الأنواع والأصناف تستوجب متطلبات متباينة ومعاملات مختلفة ، وارتفاع في التكلفة من حيث المتطلبات المالية والمادية والفنية للإنتاج ولمعاملات ما بعد الحصاد والتسويق وتم تصنيف المعوقات الى فنية ترتبط بالتقايي والفسائل المحسنة وبالحزم التقنية ومعدات التعبئة ووسائل النقل والتحميل ، واقتصادية ترتبط بالتمويل ونقص الأيدي العاملة المدربة وضعف سياسات التسعير والتسويق ، ومؤسسية ترتبط بضعف قنوات التسويق وغياب المعلومات والدراسات والخدمات الإرشادية في مجال التسويق وغير ذلك . هذا بالإضافة للمشكلات التسويقية الإقليمية والتي تتمثل في ضعف التبادل التجاري البيني العربي والذي يعود لضعف البنية التحتية وعدم كفاية الخدمات التسويقية ومحدودية الإستثمار في مجال الإنتاج والتسويق الزراعي ، وضعف التدريب والخبرات في مجال التسويق الزراعي. كما تتمثل في تخلف الهياكل التسويقية وفي المعوقات التشريعية في مجال التسويق الزراعي العربي حيث التباين في التشريعات القانونية والإجراءات على مستوى الدول العربية وتباين السياسات الاقتصادية.

ويركز الباب السادس على التوجهات القطرية لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة مستعرضاً ملامح المخططات القطرية لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة في الدول العربية.

وتختتم الدراسة بالباب السابع والذي يحدد المخطط القومي لتطوير الأداء التسويقي للخضر والفاكهة والذي يشتمل على أربعة مشاريع تعنى بتطوير الأداء التسويقي. وتسوق الدراسة في مقدمة المقترحات الخاصة بالمخطط القومي والمبررات التي تستوجب قيام سياسة زراعية موحدة . وتلفت الدراسة النظر الى التباين الكبير بين الدول العربية من حيث السياسات التي تحكم الانتاج ومن حيث مستويات الانتاج ومن حيث النظم

والضوابط والاجراءات التي تحكم إمكانيات الإنتاج والتجارة البينية والخارجية ، مما يستدعي إنتهاج سياسة زراعية موحدة ترعى هذا التباين وتضع المعالجات لأي إفرزات سلبية قد تحدث لفتح الأسواق العربية في ظل المتغيرات التجارية الدولية .

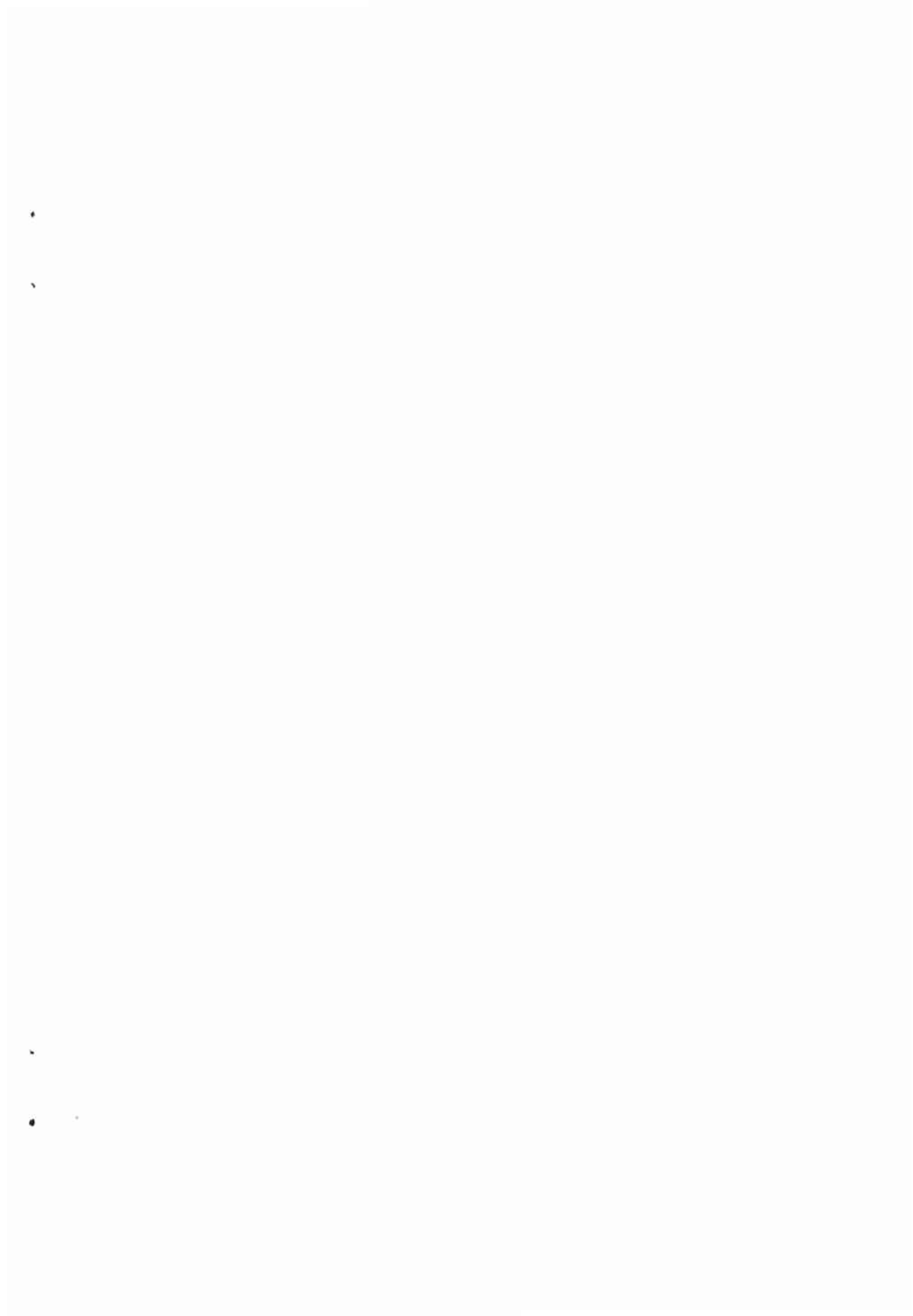
ويشتمل المخطط القومي على أربعة مشروعات رئيسية بينها مشروع واحد يتم تنفيذه على المستويات القطرية وهو خاص بمشروع الخدمات الزراعية متكاملة لصغار المنتجين ولقد تم اقتراح ذلك المشروع نظراً إلى أن معظم منتجي الخضر والفاكهة في الوطن العربي من صغار الزراع والذين يعانون من عدم توفر المدخلات ، ومن شح مصادر التمويل من المعلومات الخاصة بالحزم التقنية ، ليس فقط فيما يتعلق بالانتاج ، ولكن وبشكل أكثر حدة بالنسبة لخدمات ما بعد الحصاد ، من نقل وفرز وتدرج وتعبئة ومواصفات قياسية وضوابط صحية ، وغير ذلك ، ولذا فقد اشتمل المخطط على مشروع للخدمات الزراعية المتكاملة لصغار المنتجين يتم تنفيذه على المستوى القطري وتقديم المشورة الفنية المتكاملة للمدربين والمرشدين وعن طريقهم للزراع والمنتجين في مناطق الانتاج المختلفة.

كما تتضمن المخطط القومي على مشروع لإنشاء نظام عربي متكامل للمعلومات السوقية وللاتصال التجاري وذلك لتوفير المعلومات والإحصاءات ولرصد حركة الاسعار إقليمياً ودولياً من خلال شبكة المعلومات العربية وشبكات الانترنت العالمية . وتقتصر الدراسة أن ينشأ المركز في المقر الرئيسي للمنظمة بالخرطوم للاستفادة من مركز التوثيق ومن الكوادر المتاحة الفنية في مقر الادارة العامة.

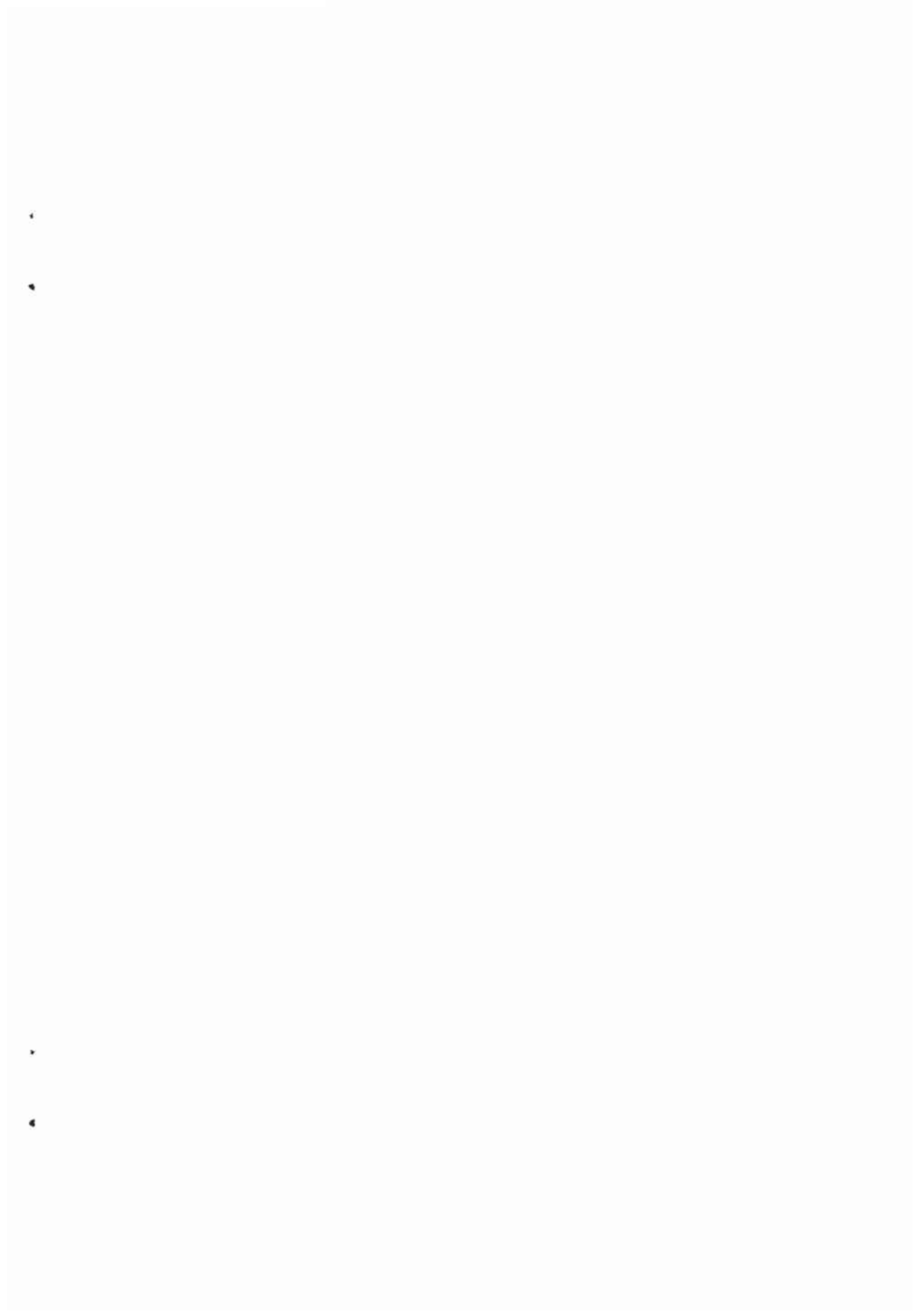
كما يقترح المخطط إنشاء مركز قومي للارشاد التسويقي لتوعية المنتجين بالمستجدات في التقانة الزراعية وفي نظم التعبئة والتغليف ومتطلبات المواصفات القياسية وضبط الجودة ومن ثم رفع كفاءة الأداء التسويقي وتنظيم العائد من الإنتاج بصفة عامة ومن المصادر بصفة خاصة . وتقتصر الدراسة قيام المركز في المقر الاقليمي للمنظمة بالقاهرة لموقعها الإستراتيجي في الوطن العربي ولتوفر الخبراء في كافة مجالات العلوم الإقتصادية والزراعية مما يمكن الاستفادة منهم لإعداد وتنفيذ الدورات التدريبية.

وأخيراً وفي إطار المخطط القومي ، تقترح الدراسة إنشاء مركز عربي لمعاملات ما بعد الحصاد للمحاصيل البستانية وذلك للارتقاء بهذه الخدمات للمستويات العالمية

وللمواصفات القياسية العالمية . وتقترح الدراسة لهذا الغرض إنشاء مركز عربي لفرز وتدريب وتعبئة ومناولة الخضر والفاكهة بالمملكة المغربية أو بجمهورية مصر العربية ، ومدته بالكوادر الفنية وبنظام معلومات يختص بسياسات ما بعد الحصاد وبمواصفات ضبط الجودة وإعداده لتدريب مدربين في هذا المجال ليقوموا بدورهم بإعداد دورات تدريبية في الدول العربية. ومن شأن تنفيذ هذا المشروع أن يدعم رصد المنافسة في الأسواق الخارجية وتخفيض معدلات التلف والفقد ومضاعفة العائد من المحاصيل البستانية.



الباب الأول
أهمية الخضر والفاكهة
في الإقتصاد القومي



الباب الأول

أهمية الخضر والفاكهة في الإقتصاد القومي

1-1 تمهيد :

تعتبر الخضر والفاكهة من السلع الغذائية الأساسية إذ أنها توفر الكثير من الإحتياجات الغذائية بما في ذلك السكريات والبروتينات والاملاح والفيتامينات ، ويفضل هذه الخصائص طائفة النباتيين (Vegetarians) الذين يعيشون حياة طيبة دون تناول البروتين الحيواني . وبالنظر للأهمية الإستراتيجية للخضر والفاكهة في غذاء الانسان ولتنامي الطلب عليها ، فإنها تلعب دوراً كبيراً في المقتصدات القومية العربية رغم تباين هذا الدور من قطر لآخر وفقاً لإتساع الموارد الزراعية والميزة النسبية المتاحة لكل منها .

1-2 أهمية الخضر والفاكهة في الناتج المحلي الإجمالي :

تشير بيانات الجدول رقم (1-1) إلى أن الناتج المحلي الإجمالي للوطن العربي قد سجل مستوى قدره 562.45 مليار دولار في عام 1996 بزيادة 7.65٪ عن عام 1995 والبالغ قدره 522.47 مليار دولار ، وكان نصيب القطاع الزراعي نحو 68.5 مليار دولار في عام 1995 و 74.65 مليار دولار في عام 1996 ، وهي تمثل نحو 13.3٪ من الناتج المحلي الإجمالي القومي . وتختلف الاقطار العربية فيما بينها بالنسبة للدور الذي يقوم به القطاع الزراعي في الدخل القومي إذ تتراوح نسب إسهام هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي في عام 1996 بنحو 35.4٪ في السودان ، و 31.0٪ في العراق و 28.1٪ في سوريا ، و 26.4٪ في موريتانيا ، و 20.4٪ في المغرب ، و 17.2٪ في اليمن ، و 16.7٪ في مصر ، و 6.6٪ في المملكة العربية السعودية ، و 0.4٪ في دولة الكويت . وتشير الإحصاءات إلى أن إسهام قطاع الخضر والفاكهة في الناتج الزراعي يأخذ نصيباً وافراً في عدد من الدول العربية ، وكمثال لذلك فإن قطاع الخضر والفاكهة يسهم بنحو 43٪ من الناتج المحلي الزراعي في المملكة المغربية والمقدر بنحو 7.5 مليار دولار أمريكي في عام 1996 أي أنه يسهم بنحو 3.2 مليار دولار أمريكي . وتقدر قيمة انتاج الخضر والفاكهة في مصر بنحو 2.4 مليار دولار في عام 1996 وهي تمثل نحو 20٪ من قيمة الناتج الزراعي الإجمالي لنفس العام والمقدر بنحو 9.89 مليار دولار أمريكي .

جدول (1-1)

قيمة الناتج المحلي الإجمالي والناتج الزراعي بالمليون دولار في الوطن العربي
خلال عامي 1995 و 1996 (بسرر التكلفة)

الدولة	قيمة الناتج المحلي الإجمالي		الناتج المحلي الزراعي ونسبته للإجمالي				نسبة التغير (%)	
			1995		1996		1996-1995	
	1995	1996	قيمة	النسبة للناتج الإجمالي	قيمة	النسبة للناتج الإجمالي	الناتج الزراعي	الناتج الإجمالي
الأردن	5529.00	6009.00	304.00	5.50	328.00	5.46	8.68	7.89
الإمارات	40188.00	44580.00	1115.00	2.77	1196.00	2.68	10.93	7.26
البحرين	4890.00	5216.00	55.00	1.12	81.00	1.55	6.67	47.27
تونس	15677.00	17095.00	2049.00	13.07	2654.00	15.53	9.05	29.53
الجزائر	37801.00	41542.00	4280.00	11.32	4729.00	11.38	9.90	10.49
جيبوتي	500.00	531.00	13.00	2.60	14.00	2.64	6.20	7.69
السعودية	123263.00	133499.00	8437.00	6.84	8795.00	6.59	8.30	4.24
السودان	5739.00	6157.00	2046.00	35.65	2177.00	35.36	7.28	6.40
سوريا	16614.00	16805.00	4706.00	28.33	4721.00	28.09	1.15	0.32
الصومال	-	-	-	-	-	-	-	-
العراق	86912.00	86559.00	26432.00	30.41	26826.00	30.99	(0.41)	1.49
سلطنة عمان	13636.00	15114.00	395.00	2.90	457.00	3.02	10.84	15.70
فلسطين	-	-	-	-	-	-	-	-
قطر	7728.00	8269.00	80.00	1.04	85.00	1.03	7.00	6.25
الكويت	26905.00	28985.00	114.00	0.42	120.00	0.41	7.73	5.26
لبنان	11119.00	13079.00	871.00	7.83	1020.00	7.80	17.63	17.11
ليبيا	35277.00	36481.00	2756.00	7.81	2818.00	7.72	3.41	2.25
مصر	52479.00	59069.00	8806.00	16.78	9885.00	16.73	12.56	12.25
المغرب	32928.00	36820.00	4865.00	14.77	7512.00	20.40	11.82	54.41
موريتانيا	962.00	1005.00	254.00	26.40	265.00	26.37	4.47	4.33
اليمن	4325.00	5634.00	966.00	20.81	22.34	17.18	30.27	0.21
المجموع	522472.00	562449.00	68544.00	13.12	74651.00	13.27	7.65	8.91

- تعني بيانات غير متاحة

الأرقام بين قوسين تعبر عن نسب سالبة

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ، المجلد (17) ، الخرطوم ، ديسمبر 1997 .

1-3 مستويات الإكتفاء الذاتي من الخضر والفاكهة :

بالنظر لأهمية الخضر والفاكهة في الغذاء فقد حظيت باهتمام كبير من المخططين مما انعكس في زيادة الانتاج عبر السنوات الماضية وفي تحقيق درجة عالية من الاكتفاء الذاتي. وتشير احصاءات الجدول رقم (1-2) إلى أن انتاج الخضر قد زاد من نحو 26.6 مليون طن كمتوسط للفترة 1989-1993 لنحو 30 مليون طن في عام 1996 ، وبلغت الزيادة 12.45٪. وقد امكن بذلك تحقيق 98.1٪ من الإكتفاء الذاتي بالنسبة للخضر في ظل مستويات الإستهلاك الحالية.

ومن ناحية أخرى فقد زاد انتاج الفاكهة من نحو 18.8 مليون طن كمتوسط للسنوات 1989-1993 لنحو 23.6 مليون طن في عام 1996، أي بزيادة قدرها 25.5٪. وتم تحقيق نسبة تصل إلى 97.7٪ من الاكتفاء الذاتي من الفاكهة في ظل مستويات الإستهلاك القائمة ، كما يشير الجدول رقم (1-2).

1-4 أهمية الخضر والفاكهة في حركة الصادرات الزراعية :

تقدر صادرات الدول العربية من الخضر بأكثر من مليون طن سنوياً وفي واقع الأمر فقد قامت تلك الدول في عام 1995 بتصدير نحو 1.20 مليون طن كانت حصيلتها نحو 574 مليون دولار، وهي تمثل 13.61٪ من جملة حصيلة الصادرات الزراعية العربية والتي قدرتها في عام 1995 بنحو 4.2 مليار دولار امريكي. وبالرغم من أن الدول العربية قد قامت في عام 1996 بتصدير كمية مماثلة إلا أن عائدها تقلص لنحو 361.7 مليون دولار ، وهي تمثل نحو 9.8٪ من جملة حصيلة الصادرات الزراعية لعام 1996 والبالغة نحو 3.7 مليار دولار امريكي.

ومن ناحية أخرى فإن إجمالي الصادرات العربية من الفاكهة قد بلغت نحو 1.2 مليون طن من الفاكهة كانت حصيلتها نحو 905 مليون دولار تمثل نحو 21.5٪ من جملة حصيلة الصادرات الزراعية لعام 1995. ولقد زاد حجم صادرات الوطن العربي الزراعية في عام 1996 بنحو 22٪ لنحو 1.5 مليون طن ، غير أن حصيلة صادرات الفاكهة تقلصت لنحو 754 مليون دولار ، بانخفاض نحو 17٪ عن حصيلة عام 1995 ، كما أن إسهامها في حصيلة الصادرات لعام 1996 كان في حدود 20٪ مما يعني أن هناك انخفاضاً عاماً في الاسعار التصديرية المحاصيل الزراعية وبخاصة المحاصيل البستانية.

جدول رقم (1-2) :
تطور انتاج الخضر والفاكهة في الوطن العربي
خلال السنوات 1989-1996
ونسب الاكتفاء الذاتي عام 1996

الفاكهة (الف طن)	الخضر (الف طن)	البيان
18838.78	26564.97	متوسط انتاج الفترة 1989-1993
23637.92	29872.73	انتاج عام 1996
24195.39	30456.68	المتاح للاستهلاك عام 1996
٪97.70	٪98.08	نسبة الاكتفاء الذاتي في عام 1996

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية، حسبت من بيانات الكتاب السنوي
للاحصاءات الزراعية العربية ، ، المجلد (17) ، الخرطوم ، ديسمبر 1997.

1-5 أهمية الخضر والفاكهة في حركة الواردات العربية :

استورد الوطن العربي في عام 1995 نحو 1.89 مليون طن من الخضر ، ودفع في مقابل ذلك 694.14 مليون دولار وهي تمثل 4.41٪ من فاتورة الواردات الغذائية لعام 1995. وبالرغم من أن حجم الخضر الذي تم استيراده في عام 1996 قد انخفض نحو 1.78 مليون طن ، بنسبة انخفاض بلغت 5.71٪ ، إلا أن فاتورة الواردات ارتفعت بنسبة 3.56٪ لنحو 719 مليون دولار تمثل 4.5٪ من حصيلة الواردات لعام 1996.

وكانت جملة واردات الوطن العربي من الفاكهة في عام 1995 نحو 1.89 مليون طن بلغت قيمتها نحو 925.58 مليون دولار أمريكي وتمثل 5.9٪ من قيمة الواردات لأهم السلع الغذائية الرئيسية لعام 1995. وقد ارتفع حجم الواردات من الفاكهة في عام 1996 قليلاً لنحو 2.1 مليون طن بقيمة 916 مليون دولار تمثل نحو 5.8٪ من قيمة الواردات لأهم السلع الغذائية الرئيسية لعام 1996. وبالرغم من التواضع النسبي لحجم واردات الوطن العربي من الخضر والفاكهة إلا أن ما صرف علي الاستيراد كان يمكن أن يدعم الانتاج العربي لتحقيق الاكتفاء الذاتي والتوسع في الصادر .

1-6 إسهام القطاع البستاني في التجارة البينية العربية:

نظراً إلى المستويات المرتقبة من الإكتفاء الذاتي لمعظم الدول العربية في مجالات الخضر والفاكهة ، فإن التجارة البينية العربية بالنسبة لتلك السلع الغذائية الرئيسية تعتبر محدودة. وتشير إحصاءات المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، جدول رقم (1-3) أن التجارة البينية في سلع الخضر قامت بين (16) دولة عربية ، وهي الاردن، تونس ، الجزائر ، سوريا ، سلطنة عمان ، الجماهيرية الليبية ، المغرب ، السودان ، السعودية ، فلسطين ، لبنان ، قطر ، الامارات العربية ، جيبوتي ، مصر واليمن. وجاءت الامارات في طليعة مصدري الخضر للاقطار العربية وبقيمة قدرها 15.3 مليون دولار وتوجهت كل الصادرات تقريباً لسلطنة عمان وبقدر محدود لكل من الجزائر والاردن واليمن . وتجدر الإشارة أن معظم صادرات دولة الامارات من الخضر هي عبارة عن إعادة تصدير .

وجاءت المغرب في المرتبة الثانية بتصدير ما قيمته نحو 1.18 مليون دولار ، وتوجهت الصادرات المغربية بصفة أساسية إلى الجماهيرية الليبية وبدرجة أقل إلى تونس ، وجاءت مصر في المرتبة الثالثة بتصدير ما قيمته 960.31 ألف دولار توجه معظمها إلى الجماهيرية الليبية والأردن والجزائر.

وجاءت سوريا في المرتبة الرابعة بتصدير ما قيمته نحو 644.3 ألف دولار ، وجاءت الجماهيرية الليبية في المرتبة الخامسة بتصدير ما قيمته 487.5 ألف دولار توجهت في مجملها إلى تونس .

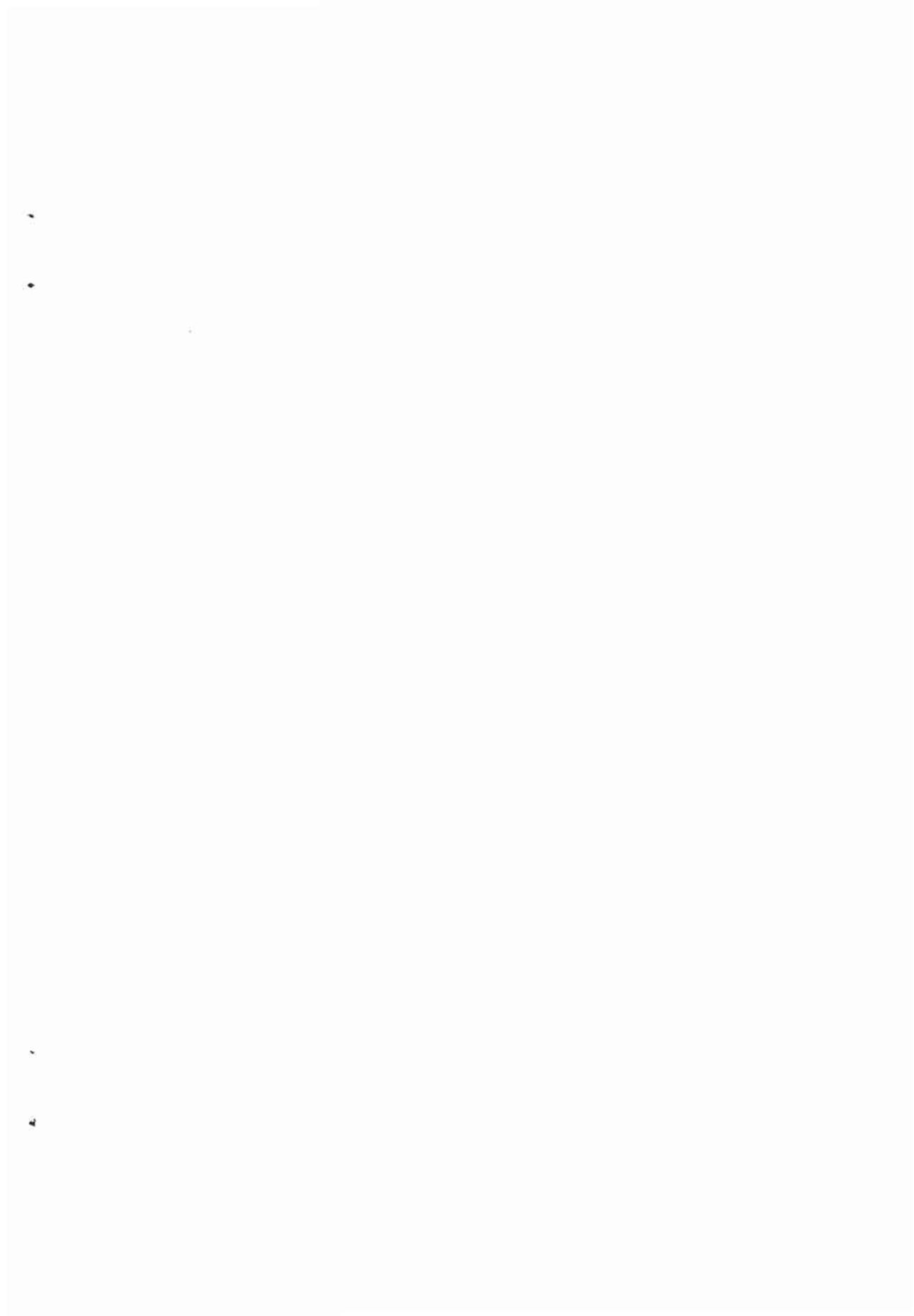
وتعتبر سلطنة عمان أكبر مستورد للخضر في الاقطار العربية اذ بلغت قيمة وارداتها في عام 1996 نحو 15.3 مليون دولار حيث استوردت 99٪ من وارداتها من الخضر من دولة الامارات . ويليهها ليبيا التي بلغت قيمة وارداتها من الخضر نحو 1.94 مليون دولار كما يشير الجدول (1-3) وقد استوردت من المغرب ومصر والسعودية وتونس . وجاءت المملكة الأردنية في المرتبة الثالثة باستيراد ما قيمته 1.04 مليون دولار ، ثم تونس بقيمة 538 ألف دولار ، والجزائر بقيمة 374 ألف دولار أمريكي.

وتشير بيانات الجدول رقم (1-4) ان التجارة البينية العربية في الفاكهة أوفر حظاً وجاءت دولة الامارات العربية في طليعة المصدرين للفاكهة بما قيمته نحو 32.3 مليون دولار في عام 1996 ومن بعدها لبنان بما قيمته نحو 22.0 مليون دولار ، وفلسطين بما قيمته 20.3 مليون دولار ثم السعودية بما قيمته 4.1 مليون دولار وسوريا نحو 3.8 مليون دولار .

وجاءت المملكة الأردنية في طليعة المستوردين إذ إستوردت ما قيمته نحو 42 مليون دولار وجاءت سلطنة عمان في المرتبة الثانية بقيمة استيراد بلغت 32.4 مليون دولار والجماهيرية الليبية في المرتبة الثالثة بقيمة نحو 5 مليون دولار ومصر بما قيمته نحو 4.6 مليون دولار ،

ولكن كما هو معلوم فإن الإجراءات الحمائية كانت دائماً عائقاً أمام التوسع في إستيراد وتصدير الخضر والفاكهة. ولكن مع التطور الإقتصادي وارتفاع مستوى المعيشة من جهة ، ومع تحرير السياسات الإقتصادية بما في ذلك تحرير التجارة الخارجية، فإن التجارة البينية في الخضر والفاكهة سوف تكسب أراضى جديدة وتدعم التعاون الإقتصادي بين الأقطار العربية.

الباب الثاني
تطور إنتاج الخضر والفاكهة
في الوطن العربي
خلال السنوات 1990-1996



الباب الثاني

تطور إنتاج الخضر والفاكهة في الوطن العربي

خلال السنوات 1990-1996

2-1 تمهيد :

تتسع رقعة الوطن العربي والبالغة نحو 14 مليون كيلومتر مربع ، وتنتشر عبر مناخات متعددة بما في ذلك مناخ المناطق المعتدلة على ساحل البحر الأبيض المتوسط ، حيث يسهل انتاج التفاحيات واللوزيات والحمضيات والعنب ، مروراً بالمنطقة المدارية حيث التمور والموز والمانجو والجوافة ، وانتهاءً بشبه الاستوائية حيث الاناناس والباباي وغيرهما . وتتعدد المناطق الطبوغرافية من سهول ووديان ومرتفعات ، مما ساعد على انتاج الكثير من أنواع الخضر والفاكهة ومن ناحية أخرى فقد ساعد توطين التقانة الحديثة في مجالات نظم الري والزراعة المحمية والتقانة الحيوية وزراعة الانسجة على توسيع الرقعة الزراعية رأسياً ، وتمكين بعض الأقطار ذات الموارد الزراعية المحدودة لتحقيق قدر عالٍ من الإكتفاء الذاتي من الخضر والفاكهة والبحث عن أسواق تصدير خلال فترات الندرة.

ولقد شهدت فترة التسعينات تطوراً في إنتاج الخضر والفاكهة بفضل الإهتمام المكثف بقضايا الأمن الغذائي ، إضافة إلى سياسات الإصلاح الإقتصادي التي مهدت الطريق للقطاع الخاص ليلج مجال الإستثمار في هذا القطاع وبخاصة من خلال الزراعة المحمية للخضر والفاكهة ، بما في ذلك الزراعة الحديثة بغرض الصادرات كما سيرد لاحقاً.

وتشير البيانات المتاحة بالجدول رقم (2-1) إلى زيادة إنتاج الخضر من نحو 26.3 مليون طن عام 1990 لنحو 29.9 مليون طن عام 1996 ، وقد زاد إنتاج الفاكهة بنسبة أكبر من نحو 18.8 مليون طن كمتوسط سنوي خلال الفترة 1989-1993 لنحو 23.6 مليون طن لعام 1996 (1) .

(1) وردت تلك الإحصاءات في الجدول رقم (2-12).

جدول رقم (2-2) :

تطور المساحة والانتاج والانتاجية من الخضر في الوطن العربي
خلال الفترة 1990-1996

(الانتاج: ألف طن، المساحة : ألف هكتار ، الانتاجية: طن/هكتار)

الدولة	السنة			1991			1990			1992
	المساحة	الانتاجية	الانتاج	المساحة	الانتاجية	الانتاج	المساحة	الانتاجية	الانتاج	
الأردن	30.93	29.50	912.40	36.13	21.90	791.40	43.85	30.56	1340.20	
الإمارات	7.69	32.82	252.42	8.68	39.07	339.13	12.81	38.02	487.00	
البحرين	0.83	11.92	9.89	0.82	11.89	9.75	0.93	16.69	15.52	
تونس	128.80	12.34	1590.00	106.30	14.57	1549.00	84.43	21.70	1832.00	
الجزائر	210.34	6.98	1467.40	234.00	8.91	2084.00	235.19	9.46	2226.00	
السعودية	105.70	20.22	2137.00	110.22	19.80	2182.00	114.19	20.54	2345.00	
السودان	35.00	19.89	696.00	39.36	22.94	903.00	46.00	19.78	910.00	
سوريا	141.85	11.82	1677.00	139.47	11.30	1575.50	139.27	12.87	1791.80	
الصومال	7.20	8.19	59.00	7.20	6.53	47.00	5.00	5.20	26.00	
العراق	289.75	9.87	2859.00	199.50	10.19	2033.00	265.25	10.85	2879.00	
سلطنة عمان	9.73	16.68	162.30	10.01	17.26	172.80	10.47	17.41	182.30	
فلسطين	20.00	16.50	330.00	19.00	15.79	300.00	23.00	14.50	333.50	
قطر	2.15	12.69	27.28	2.18	12.84	28.00	2.65	15.35	40.69	
الكويت	2.90	35.52	103.00	-	-	-	0.23	84.61	19.46	
لبنان	25.50	21.49	548.00	25.00	21.32	533.00	54.79	17.48	957.80	
ليبيا	70.00	10.09	706.00	74.50	10.09	752.00	36.70	17.55	644.10	
مصر	391.02	23.77	9295.00	376.74	24.35	9175.00	385.56	25.11	9682.00	
المغرب	158.00	18.76	2964.00	160.00	18.50	2960.00	162.70	16.67	2711.70	
موريتانيا	1.70	4.71	8.00	11.14	0.32	3.52	9.28	0.35	3.21	
اليمن	37.98	14.11	535.71	37.96	12.74	483.74	38.24	13.10	501.09	
الجملة	1677.07	15.71	26339.40	1598.21	16.22	25921.84	1670.54	17.32	28928.37	

- تابع جدول رقم (2-2) -

تطور المساحة والانتاج والانتاجية من الخضر في الوطن العربي

خلال الفترة 1996-1990

(الانتاج: ألف طن، المساحة: ألف هكتار ، الانتاجية: طن/هكتار)

السنة الدولة	1996			1995			1994			1993		
	الانتاج	الانتاجية	المساحة	الانتاج	الانتاجية	المساحة	الانتاج	الانتاجية	المساحة	الانتاج	الانتاجية	المساحة
الأردن	1204.84	31.26	38.54	1246.00	30.34	41.07	491.10	38.07	12.90	1245.70	30.83	40.41
الإمارات	766.88	47.87	16.02	719.76	48.77	14.76	342.75	82.97	4.13	493.30	38.06	12.96
البحرين	11.91	11.27	1.06	12.20	10.98	1.11	4.60	20.91	0.22	14.09	14.53	0.97
تونس	2011.00	10.48	191.80	632.00	5.53	114.30	480.00	22.33	21.50	1410.00	9.39	150.10
الجزائر	2437.67	10.48	232.63	2554.25	10.80	236.58	694.75	16.73	41.52	2423.00	10.39	233.28
السعودية	1572.11	14.77	106.46	1423.90	14.14	100.70	430.69	17.18	25.07	1273.01	16.60	76.70
العُسلوان	1169.38	12.17	96.10	963.48	19.32	49.87	157.73	8.12	19.42	883.73	20.11	43.95
سوريا	1750.90	13.46	130.10	1991.30	14.68	135.64	425.90	20.35	20.93	1709.50	13.57	126.01
الصومال	50.76	9.23	5.50	50.33	8.94	5.63	-	-	-	52.17	7.05	7.40
العراق	3978.00	10.88	365.50	3621.00	11.90	304.25	863.00	15.62	55.25	2859.00	11.45	249.75
سلطنة عمان	147.90	27.19	5.44	138.20	26.06	5.30	33.40	24.56	1.36	173.70	17.34	10.02
فلسطين	182.46	14.43	12.64	170.81	14.30	11.95	75.47	26.11	2.89	329.77	15.23	21.65
قطر	47.29	15.48	3.06	46.89	15.53	3.02	8.75	30.17	0.29	36.75	15.77	2.33
الكويت	60.35	66.74	0.90	112.41	40.65	2.77	16.00	37.49	0.43	50.70	55.71	0.91
لبنان	741.17	24.17	30.66	961.29	16.49	58.29	232.62	28.58	8.14	758.32	19.19	39.52
ليبيا	576.59	19.71	29.26	600.11	15.81	37.95	158.38	20.00	7.92	681.30	15.04	45.30
مصر	9766.77	27.33	357.40	8969.34	25.59	350.47	5010.69	33.75	148.46	9654.41	25.69	375.80
المغرب	2872.30	17.68	162.50	2222.10	18.35	121.10	850.30	36.03	23.60	2607.20	16.82	155.00
موريتانيا	4.01	0.35	11.60	2.90	0.31	9.37	-	-	-	3.25	0.35	9.31
اليمن	520.43	12.08	43.09	484.56	12.14	39.92	181.54	15.35	11.83	730.92	13.50	54.15
المجملة	29872.72	16.23	1840.26	26922.81	16.38	1644.04	10457.67	25.77	405.86	27389.82	16.54	1655.52

المصدر: المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ، أعداد متفرقة.

- تعني بيانات غير متوفرة.

انخفاض في المساحة المخصصة للخضر في مصر والتي إنخفضت من نحو 391.0 ألف هكتار في عام 1990 لنحو 357.4 ألف هكتار في عام 1996 ، كما يشير الجدول رقم (2-2) .

ويأتي العراق في المرتبة الثانية بإنتاج نحو 3.98 مليون طن في عام 1996 ، وهي تمثل نحو 13.3٪ من الإنتاج الإجمالي في الوطن العربي لنفس العام . ويزيد إنتاج عام 1996 عن إنتاج عام 1990 والبالغ نحو 2.86 مليون طن بنسبة 39٪، مما يعكس الطفرة الكبيرة التي تحققت في الإنتاج الزراعي ، رغم ظروف الحصار الاقتصادي الذي يعاني منه العراق في الوقت الحاضر . وقد جاءت الزيادة نتيجة للتوسع الأفقي في المساحة والتي زادت من نحو 289.8 ألف هكتار في عام 1990 لنحو 365.5 ألف هكتار في عام 1996 ، بنسبة زيادة قدرها 6٪ . كما جاءت نتيجة لارتفاع الإنتاجية التي زادت من نحو 9.9 طن/هكتار في عام 1990 لنحو 10.9 طن/هكتار في عام 1996 ، أي بنسبة زيادة تعادل 10٪ .

وتأتي المملكة المغربية في المركز الثالث من حيث حجم إنتاج الخضر بإنتاج 2.87 مليون طن ، أي نحو 9.6٪ من الإنتاج الإجمالي للوطن العربي في عام 1996 .

وتأتي الجزائر في المركز الرابع بإنتاج 2.44 مليون طن والذي يمثل 8.2٪ من الإنتاج الإجمالي العربي ، رغم انها تخصص مساحة قدرها 232.6 ألف هكتار بالمقارنة مع المملكة المغربية والتي تخصص نحو 162.5 ألف هكتار ، مما يعكس تطور الإنتاجية الهكتارية في المغرب والتي تقدر بنحو 17.7 طن للهكتار قياساً بالجزائر وقد حققت 10.5 طن للهكتار لعام 1996 .

وتأتي تونس في المرتبة الخامسة بإنتاج 2.01 مليون طن والذي يقدر بنحو 6.7٪ من الإنتاج الإجمالي للوطن العربي ومن مساحة قدرها 191.8 ألف هكتار .

ثم تأتي سوريا في المرتبة السادسة من حيث حجم إنتاجها للخضر والبالغ قدره نحو 1.75 مليون طن ، والذي يمثل نحو 5.9٪ من الإنتاج الإجمالي للوطن العربي .

ثم تأتي المملكة العربية السعودية في المرتبة السابعة بإنتاج نحو 1.57 مليون طن بما يعادل نحو 5.3٪ من الإنتاج الإجمالي العربي ، ومن مساحة قدرها 106.46 ألف هكتار .

وتأتي المملكة الأردنية الهاشمية في المرتبة الثامنة بإنتاج نحو 1.21 مليون طن من مساحة تقدر 38.54 ألف هكتار ، وهي بذلك تتقدم على السودان في جملة الإنتاج والإنتاجية والذي يأتي في المرتبة التاسعة بإنتاج 1.17 مليون طن نحو 3.9٪ من الإجمالي من مساحة قدرها 96.1 ألف هكتار . ولا شك ان المرحلة المتقدمة في حجم انتاج الخضر التي بلغتها المملكة الاردنية الهاشمية إنما جاءت نتيجة لكثافة الاعتماد على الزراعة المحمية حيث قدر متوسط الإنتاجية في عام 1996 بنحو 31.3 طن /هكتار . ويزيد الاعتماد على الزراعة المحمية في عدد من الدول العربية الأخرى مما ينعكس في الارتفاع الكبير في الإنتاجية الهكتارية كما هو الحال في الكويت إذ بلغت الإنتاجية الهكتارية نحو 66.7 طن/هكتار ، والامارات العربية 47.9 طن/هكتار ، وسلطنة عمان 27.2 طن/هكتار ، ولبنان 24.2 طن/هكتار . كما أن هناك إهتمام بالزراعات المحمية في كل من مصر والمملكة العربية السعودية وسوريا مما ساعد على تحقيق درجات عالية من الإكتفاء الذاتي بالنسبة للخضر .

2-3 محاصيل الخضر الأساسية في الوطن العربي :

تشتمل قائمة الخضر التي تزرع في الوطن العربي علي عدد كبير من الخضر بعضها نو اهمية قومية وعالمية ، والبعض الآخر نو اهمية محلية . وتضم القائمة كلاً من الطماطم والبطاطس والبصل الجاف والباذنجان والبطيخ والشمام والبالزاء الخضراء والزهرة والكرنب والخيار والقثاء ، ومجموعات من الخضر الورقية ذات الاهمية المحلية.

وتشير بيانات الجدول رقم (2-2) إلى أن المساحة التي خصصت للخضر في عام 1995 في الوطن العربي بلغت 1.64 مليون هكتار ، ثم ارتفعت لنحو 1.84 مليون هكتار في عام 1996. وإذا اضيفت مساحة الدرنات بما في ذلك البطاطس (جدول رقم 2-3) لارتفعت المساحة لنحو 2.11 و 2.33 مليون هكتار للعامين على التوالي . وتشير الجداول من (2-4) الى (2-11) الى ان الخضر الاساسية تتمثل في كل من البطاطس والطماطم والبصل والشمام والبطيخ ، حيث تشغل هذه المحاصيل مساحات قدرت في عام 1996 بنحو 459.60 ألف هكتار للطماطم، بنسبة 19.7٪ من مجموعة المساحة ، والبطاطس 421.93 ألف هكتار بنسبة 18.1٪ من المجموع ، والشمام والبطيخ 354.29 ألف هكتار بنسبة 15.2٪ من المجموع ، والبصل 165.98

(المساحة : ألف مكر ، الإنتاج : ألف طن ، إنتاجية : كجم/مكر)

جدول رقم (2-3)

تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج من الدورات في الوطن العربي
خلال متوسط الفترة 89-1993 و 95-1996

الدولة	متوسط الفترة 89-1993			1995			1996		
	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج
البحرين	3.41	22267.14	76.02	4.35	25494.25	110.90	4.43	35688.49	158.10
البحرين	0.26	16289.06	4.17	0.18	18890.77	3.36	0.21	20990.24	4.30
تونس	15.22	13600.53	207.00	17.00	14705.88	250.00	22.60	12168.14	275.00
البحرين	105.84	9661.07	1022.51	87.74	13676.77	1200.00	85.42	13462.89	1150.00
السعودية	4.73	18336.29	86.69	19.10	19633.51	375.00	14.54	11984.43	174.24
السعودية	54.12	2629.02	142.29	58.38	2740.66	160.00	59.44	2768.91	164.57
السعودية	24.28	18002.31	437.02	23.00	20473.91	470.90	22.30	19690.58	439.10
سورية	27.55	12442.83	342.8	31.75	13700.79	435.00	38.75	15535.48	602.00
العراق	0.40	20505.05	8.12	0.66	23174.80	15.30	0.68	23739.31	16.10
مصر	1.63	19877.30	32.4	1.58	30849.38	48.85	2.15	25111.65	53.87
مصر	0.01	11333.33	0.14	0.01	10000.00	0.06	0.01	10000.00	0.05
مصر	0.10	22666.67	2.18	0.58	34357.73	19.90	0.34	29309.04	9.89
البحرين	13.52	19417.73	262.45	14.27	23879.25	340.73	14.58	23500.69	342.64
ليبيا	14.48	11035.91	159.80	9.92	20000	198.32	8.20	25000.00	205.00
مصر	80.82	21135.81	1708.11	129.34	21371.16	2764.12	129.92	20212.95	2626.02
البحرين	57.12	16474.44	941.02	54.10	16635.86	900.00	66.10	19043.87	1258.80
مصر	3.29	1834.24	6.04	3.59	1905.29	6.84	3.66	1910.64	6.99
البحرين	13.16	12918.21	169.95	13.60	13568.27	184.54	14.23	12844.45	182.82
البحرين	419.92	13356.62	5608.71	469.14	15952.17	7483.81	487.53	15731.23	7669.48

المصدر: المنطقة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب: التسويق الإحصائي الزراعي العربية - مجالات مختلفة

جدول رقم (4-2)

مطور المساحة والإنتاجية والإنتاج من البطاطس في الوطن العربي
خلال متوسط الفترة 89-1993 وخلال عامي 1995 و 1996

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية ، العدد رقم (17) ، الخرطوم 1998.

ألف هكتار بنسبة 7.1٪ من المجموع ، والخيار والقثاء 121.45 ألف هكتار بنسبة 5.2٪ من المجموع ، والبادنجان 77.99 ألف هكتار بنسبة 3.3٪ ، والبازلاء الخضراء 58.91 ألف هكتار بنسبة 2.5٪ ، واخيراً الزهرة والكرنب 41.54 ألف هكتار بنسبة 1.8٪.

تطور مساحة وإنتاج البطاطس :

يشير الجدول رقم (2-4) إلى أن المساحات المزروعة بالبطاطس على مستوى الوطن العربي قد بلغت نحو 421.90 ألف هكتار لعام 1996 بزيادة تصل إلى نحو 6٪ مقارنة بعام 1995. كما بلغ الإنتاج العربي الكلي لعام 1996 نحو 7.5 مليون طن مما يعنى تحقيق معدلاً للإنتاجية الهكتارية قدره 1.8 طن للهكتار. وتأتي مصر في مقدمة الأقطار العربية في انتاج البطاطس من حيث المساحة إذ تشكل البطاطس في عام 1996 نحو 129.92 ألف هكتار ، أي نحو 30.8٪ من مساحة البطاطس على مستوى الوطن العربي في ذلك العام . وتأتي الجزائر في المرتبة الثانية بمساحة 85.42 ألف هكتار تمثل 20.3٪ من المجموع . وتأتي المغرب في المرتبة الثالثة بمساحة 65.60 ألف هكتار ، تمثل 15.6٪ من المجموع . وتأتي العراق في المرتبة الرابعة بمساحة 33.25 ألف هكتار ، أي نحو 7.9٪ من المجموع . ثم تأتي تونس بمساحة تقدر بنحو 22.6 ألف هكتار، وسوريا بمساحة 22.3 ألف هكتار وهي تعادل نسبة 5.4٪ و 5.3٪ علي التوالي من مجمل المساحة الكلية. . وتبلغ المساحة في الأقطار الستة مجتمعة نحو 359.09 ألف هكتار تمثل 85.1٪ من مجموع مساحة البطاطس. وتتوزع بقية المساحة بين كل الأقطار العربية المتبقية مما يؤكد الإنتشار الواسع لزراعة البطاطس في كل الأقطار العربية . وفي الواقع لا تكاد دولة عربية تخلو من انتاج قدر من احتياجاتها من البطاطس محلياً مما يقلل من توسيع فرص التجارة البينية في هذا المحصول. ولكن هناك بطبيعة الحال امكانية التبادل التجاري في تقاوي البطاطس من خلال تنفيذ مشروع أو مشاريع قومية لهذا الغرض لصالح الوطن العربي ككل.

تطور مساحة وإنتاج الطماطم :

وبفضل البيوت المحمية فإن جميع الأقطار العربية تنتج الطماطم ، كما يشير الجدول رقم (2-5) . وتأتي مصر في الصدارة بتخصيص 173.1 ألف هكتار في عام 1996 لإنتاج الطماطم ، وهي مساحة تصل نحو 37.7٪ من جملة مساحة الطماطم في الوطن العربي في عام 1996 والبالغة نحو 459.60 ألف هكتار . ويأتي العراق في المرتبة

(المساحة : الك مكر إنتاج الك طن . الإنتاجية كغم/مكر)

جدول رقم (2-5) :

تطور المساحة والإنتاج والإنتاجية من الطماطم في الوطن العربي
خلال متوسط الفترة 89-1993 و خلال عامي 1995 و 1996

الدولة	متوسط الفترة 89-1993			1995			1996		
	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج
البحرين	11.12	16041.01	178.38	12.93	15407.53	199.20	14.56	15207.03	221.38
مصر	24.28	33188.63	805.82	13.70	45510.95	623.50	173.08	34638.88	517.60
ليبيا	9.90	27856.93	4298.71	8.13	33722.76	5034.20	7.50	20000.00	150.00
لبنان	8.85	25017.86	221.36	19.77	14961.46	295.79	14.92	19598.08	292.39
الكويت	0.49	40739.84	20.04	0.45	68161.63	30.70	0.20	81594.88	16.46
قطر	2.88	26481.58	76.21	2.77	14010.51	38.80	2.98	15420.20	46.00
عمان	1.31	23899.08	31.26	0.99	50759.88	50.10	1.01	52547.93	52.90
السعودية	51.65	13168.64	680.16	76.00	14026.32	1066.00	74.75	12816.05	958.00
اليمن	25.50	17978.20	458.48	20.10	21223.88	426.60	20.50	19956.10	409.10
البحرين	16.33	8820.01	144.07	21.39	8160.36	174.55	19.45	23809.52	463.00
الجزائر	32.17	17390.92	417.38	28.00	17464.29	489.00	25.24	15768.97	397.98
تونس	21.16	23913.04	506.00	22.60	25663.72	580.00	23.80	29411.76	700.00
البحرين	0.22	15925.22	512.38	0.17	18390.23	858.64	43.02	16713.16	719.00
البحرين	2.12	41299.72	87.64	5.90	75084.52	442.83	7.36	28627.97	70797.34
البحرين	11.90	40888.78	486.74	14.89	41423.77	616.80	11.97	47468.67	568.20
البحرين	2.12	41299.72	87.64	5.90	75084.52	442.83	7.36	28627.97	70797.34
البحرين	0.22	15925.22	512.38	0.17	18390.23	858.64	43.02	16713.16	719.00
البحرين	21.16	23913.04	506.00	22.60	25663.72	580.00	23.80	29411.76	700.00
البحرين	32.17	17390.92	417.38	28.00	17464.29	489.00	25.24	15768.97	397.98
البحرين	16.33	8820.01	144.07	21.39	8160.36	174.55	19.45	23809.52	463.00
البحرين	25.50	17978.20	458.48	20.10	21223.88	426.60	20.50	19956.10	409.10
البحرين	51.65	13168.64	680.16	76.00	14026.32	1066.00	74.75	12816.05	958.00
البحرين	1.31	23899.08	31.26	0.99	50759.88	50.10	1.01	52547.93	52.90
البحرين	2.88	26481.58	76.21	2.77	14010.51	38.80	2.98	15420.20	46.00
البحرين	0.31	25801.28	8.05	0.32	30000.00	9.54	0.31	30000.00	9.400
البحرين	0.49	40739.84	20.04	0.45	68161.63	30.70	0.20	81594.88	16.46
البحرين	8.85	25017.86	221.36	19.77	14961.46	295.79	14.92	19598.08	292.39
البحرين	9.90	27856.93	4298.71	8.13	33722.76	5034.20	7.50	20000.00	150.00
البحرين	154.31	27856.93	4298.71	149.28	33722.76	5034.20	173.08	34638.88	517.60
البحرين	24.28	33188.63	805.82	13.70	45510.95	623.50	173.08	34638.88	517.60
البحرين	11.12	16041.01	178.38	12.93	15407.53	199.20	14.56	15207.03	221.38
البحرين	398.51	22863.81	9111.55	444.08	25004.25	11103.79	459.60	26326.96	12099.85

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية . الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية . جلد رقم (17) . الطبعة 1998.

الثانية بتخصيص 74.8 ألف هكتار تمثل 16.3٪ من مجموع المساحة ، ثم الجزائر بمساحة 43.0 ألف هكتار تمثل 9.4٪ ، ثم المملكة العربية السعودية بمساحة 25.2 ألف هكتار تمثل نحو 5.5٪ ، وتونس بمساحة 23.8 ألف هكتار تمثل 5.2٪ ، ثم سوريا بمساحة تقدر بنحو 20.5 ألف هكتار تمثل نحو 4.5٪ من المجموع . يلي ذلك السودان بمساحة تصل إلى 19.45 ألف هكتار تعادل نحو 4.2٪ من إجمالي المساحة . وتأتي مصر أيضاً في الصدارة من حيث حجم الإنتاج والذي قدر في عام 1996 بنحو 6.0 مليون طن تمثل نحو نصف انتاج الوطن العربي من الطماطم ، أي بنسبة 49.5٪ وهو أمر يعكس مستوى التقنية العالية التي تستخدم في مصر بالمقارنة مع الأقطار العربية الاخرى. فقد بلغ متوسط الإنتاجية في مصر نحو 34.6 طن للهكتار أي بنسبة زيادة بلغت 31.6٪ عن متوسط انتاجية الوطن العربي والتي قدرت كما جاء في الجدول رقم (2-5) بنحو 26.3 طن/ للهكتار . ويأتي العراق في المرتبة الثانية بانتاج 958 ألف طن ، أي بنسبة 7.9٪ من المجموع ، وتأتي الجزائر في المرتبة الثالثة بانتاج 719 ألف طن . بينما أنتجت تونس والأردن والامارات والمغرب بنحو 700 ألف طن 568 ألف طن و 521 ألف طن ، و 518 ألف طن على الترتيب.

ومن هنا يتضح أن الأقطار التي تملك رقعة زراعية محدودة كالمملكة الأردنية الهاشمية ودولة الامارات العربية قد تجاوزتا ضيق الرقعة الزراعية بالتركيز على الزراعة المحمية . ولقد لجأت معظم الأقطار العربية للبيوت المحمية ليس فقط لزيادة الإنتاج المحلي ولكن أيضاً لتجاوز موسمية الإنتاج وعدم قابلية الطماطم للتخزين الطويل ، حتى يمكن إمداد المستهلك بالطماطم الطازجة لاطول فترة من السنة . وإذا كانت البيوت المحمية قد حلت قضية الامداد اليومي بالطماطم الطازجة ، فإن التحدي الكبير الذي يجابه تلك الزراعات هو العمل على خفض التكاليف بما يتيح الفرصة للاستفادة من تلك المنتجات في مجالات التصنيع لإنتاج الصلصة والعصير ومنتجات تحسين المذاق (كاتش أب).

تطور مساحة وإنتاج البطيخ والشمام :

ويأتي البطيخ والشمام في المرتبة الثالثة في الاهمية النسبية في اطار مجموعة الخضر . وتشير ارقام الجدول رقم (2-6) إلى أن العراق يحتل المرتبة الاولى من حيث المساحة المخصصة للبطيخ والشمام التي قدرت في عام 1996 بنحو 65.5 ألف هكتار تمثل نحو 18.5٪ من مجموع مساحة المحصولين في الوطن العربي في ذلك العام ، والتي قدرت بنحو 354.29 ألف هكتار . وتأتي مصر في المرتبة الثانية بمساحة

53.44 ألف هكتار تمثل نحو 15.1٪ ، وتأتي من بعد ذلك كل من الجزائر 36.28 ألف هكتار ، وتونس 35.0 ألف هكتار ، والمغرب 33.8 ألف هكتار ، والمملكة العربية السعودية 33.27 ألف هكتار وسوريا 32.4 ألف هكتار بنسب تراوحت بين 10.2٪ و 9.1٪ من مجموع المساحات في حالي الجزائر وسوريا على الترتيب . أما في حجم الإنتاج السنوي فتبرز مصر في الصدارة وبجدارة إذ انتجت في عام 1996 نحو 1.41 مليون طن تمثل 25.1٪ من الإنتاج الكلي، وذلك بفضل مستوى الإنتاجية العالية (26.3 طن/هكتار) والتي زادت بنسبة 66.1٪ عن متوسط الإنتاجية في الوطن العربي خلال هذا العام والتي قدرت بنحو 15.8 طن/هكتار . وتأتي المملكة المغربية في المرتبة الثانية بإنتاج نحو 746.2 ألف طن تمثل 13.3٪ من جملة الإنتاج العربي ويأتي العراق بإنتاج 670 ألف طن في المرتبة الثالثة ، أي بنسبة 11.9٪ ، والمملكة العربية السعودية في المرتبة الرابعة بإنتاج 535.1 ألف طن، تمثل 9.5٪ من جملة الإنتاج العربي ، ثم السودان في المرتبة الخامسة بإنتاج 506.0 ألف طن ، أي نحو 9٪ من جملة الإنتاج العربي . وبالرغم من الإنتاج المتواضع نسبياً للسودان الى أن انتاج عام 1996 المشار اليه يزيد عن متوسط الإنتاج للسنوات 1989-1993 والبالغ نحو 134.8 ألف طن بنسبة 275.0٪ مما يعني أن السودان قد ضاعف انتاجه خلال السنوات الاخيرة أكثر من ثلاث مرات وذلك لتغطية إحتياجات الإستهلاك المحلي وإمكانية التصدير للدول العربية وللدول الاتحاد الاوربي.

تطور مساحة وإنتاج البصل الجاف :

يحتل البصل الجاف المرتبة الرابعة في الاهمية بالنسبة للخضر وقد شغل مساحة قدرت في عام 1996 بنحو 165.98 ألف هكتار كما يتضح من الجدول رقم (2-7) . وتأتي الجزائر في طليعة الأقطار العربية من حيث اتساع مساحة البصل والمقدرة بنحو 25.4 ألف هكتار ، وتمثل 15.3٪ من المساحة الإجمالية للبصل الجاف في الوطن العربي ، وتأتي المملكة المغربية في المرتبة الثانية بمساحة 24.5 ألف هكتار ما يعادل 14.8٪ من المساحة الإجمالية ، والسودان في المرتبة الثالثة بمساحة 22.5 ألف هكتار ما يعادل 13.6٪ من المساحة الإجمالية ، والعراق في المرتبة الرابعة بمساحة 21 ألف هكتار أو ما يعادل 12.7٪. وتشغل تونس الموقع الخامس بمساحة قدرها 16 ألف هكتار ومصر في الموقع السادس بمساحة 15.7 ألف هكتار .

(المساحة : ألف هكتار ، الإنتاج : ألف طن ، استهنية : كجم/هكتار)

جدول رقم (2-6):

تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج من البطيخ والشمام في الوطن العربي

خلال متوسط الفترة 89-1993 وحلل عامي 1995 و 1996

الدولة	متوسط الفترة 89-1993			1995			1996		
	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج
الأردن	5.63	25813.79	145.28	4.99	26372.75	131.60	4.71	25598.73	120.57
البحرين	0.58	11641.38	6.75	1.09	18000.55	19.64	1.42	22342.87	31.71
قطر	0.09	837.21	0.07	0.10	912.70	0.09	0.07	9030.77	0.59
عمان	36.58	9732.09	356.00	25.10	11952.19	300.00	35.00	10000.00	350.00
السعودية	34.57	10837.93	374.62	34.92	11552.12	403.40	36.28	12551.27	455.36
البحرين	29.22	18371.98	536.87	33.50	17402.99	583.00	33.27	16082.34	535.05
سوريا	5.06	26608.61	134.75	5.44	28849.26	156.94	19.32	26190.48	506.00
البحرين	41.04	7380.05	302.89	33.90	9427.73	319.60	32.40	7805.56	252.90
البحرين	61.15	12434.67	760.38	56.00	12285.71	688.00	65.50	10229.01	670.00
البحرين	1.95	18688.52	36.48	0.97	38074.71	37.10	1.00	39800.00	39.80
البحرين	6.17	14148.46	87.30	0.69	20932.85	14.34	0.73	15894.33	11.55
البحرين	0.52	8996.14	4.66	0.40	9208.70	3.72	0.37	9218.37	3.43
البحرين	0.21	14291.26	2.94	0.08	23640.66	2.00	0.07	4985.01	0.36
البحرين	3.85	22054.60	84.82	4.64	23823.78	110.59	4.72	24985.22	118.01
البحرين	14.26	16350.12	233.12	14.57	16296.35	237.39	10.14	22696.10	230.03
البحرين	55.61	21951.92	1220.79	59.94	23221.78	1391.94	53.44	26301.91	1405.57
البحرين	35.96	17738.60	637.88	13.20	16227.27	214.20	33.80	22076.92	746.20
البحرين	5.95	331.65	1.97	7.88	367.96	2.90	11.60	345.42	4.01
البحرين	11.80	16186.41	191.03	10.31	12146.82	125.17	10.46	12168.88	127.25
المجموع	350.19	14616.74	5118.61	307.73	15408.57	4741.62	354.29	15829.95	5608.38

المصدر: المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكلب السفيحي الإحصاءات الزراعية العربية - بيانات مختلفة

(المساحة : ألف فدان الإنتاج ألف طن الإنتاجية كجم/فدان)

جدول رقم (7-2)

تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج من النمل الحثافي في الوطن العربي

خلال متوسط الفترة 89-1993 وخلال عامي 1995 و 1996

السلات	1995			1996			متوسط الفترة 1993-89			السلات
	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	
الزيتون	2.65	13512.08	35.78	4.61	18914.14	74.90	3.96	13512.08	35.78	الزيتون
الليمون	0.03	34333.33	1.03	0.05	29960.55	1.52	0.05	34333.33	1.03	الليمون
توتون	9.12	16096.49	146.80	16.00	16387.10	254	15.50	16096.49	146.80	توتون
الفاكهة	23.52	10330.50	242.99	25.42	12204.82	314.03	25.73	10330.50	242.99	الفاكهة
السويدي	1.68	8254.18	13.83	8.13	1439.76	23.9	16.60	8254.18	13.83	السويدي
السمواري	5.69	6636.11	37.79	6.40	6815.66	41.78	6.13	6636.11	37.79	السمواري
سحيقا	5.19	17360.06	90.06	21.00	23540.98	143.60	6.10	17360.06	90.06	سحيقا
المراق	9.40	8042.55	75.60	0.73	9804.88	201.00	20.50	8042.55	75.60	المراق
حمان	0.61	13333.33	8.16	1.91	20448.18	14.60	0.71	13333.33	8.16	حمان
بالسطين	1.46	6378.08	9.31	0.15	19395.38	43.11	2.22	6378.08	9.31	بالسطين
الكلج	0.10	25979.17	2.49	0.20	26002.81	4.90	0.14	25979.17	2.49	الكلج
البيتل	0.03	27923.08	0.73	5.52	44545.45	95.87	4.22	27923.08	0.73	البيتل
لبنيا	3.89	16567.68	64.38	8.50	17000.00	164.46	9.67	16567.68	64.38	لبنيا
محمري	6.06	16610.56	100.66	15.65	22755.30	575.11	25.27	16610.56	100.66	محمري
الطبيب	18.69	36073.83	674.29	24.5	22755.30	575.11	18.50	36073.83	674.29	الطبيب
البن	19.04	17951.68	341.80	4.73	21945.95	406.00	4.42	17951.68	341.80	البن
الجملة	4.48	14696.74	65.81	165.98	13999.09	2424.33	159.85	14696.74	65.81	الجملة
	111.63	17124.07	1911.53	2424.33	15166.71	2424.33	1911.53	17124.07	1911.53	
	15510.71	15510.71	15510.71	15510.71	15510.71	15510.71	15510.71	15510.71	15510.71	
	2574.44	2574.44	2574.44	2574.44	2574.44	2574.44	2574.44	2574.44	2574.44	

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتيب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ، مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1998.

ومن ناحية أخرى فإن مصر تصدر قائمة الدول العربية من حيث الإنتاجية وحجم الإنتاج إذ قدر انتاجها في عام 1996 بنحو 564.6 ألف طن يمثل 21.9٪ من حجم الإنتاج العربي الذي قدر بنحو 2.57 مليون طن في عام 1996. وتأتي المملكة المغربية في المرتبة الثانية بانتاج 517.6 ألف طن تمثل 20.1٪ من جملة الإنتاج ، ثم تأتي الجزائر في المرتبة الثالثة بانتاج 312.9 ألف طن تمثل 12.7٪ من جملة الإنتاج ، وتونس في المرتبة الرابعة بانتاج 263 ألف طن يمثل 10.2٪ من الجملة ، والعراق في المرتبة الخامسة بانتاج 194 ألف طن تمثل 7.5٪ من جملة الإنتاج العربي . اما السودان فعلى الرغم من كونه في المرتبة الثالثة ضمن المجموعة العربية من حيث المساحات المزروعة ، إلا أن مرتبته في مجالات الإنتاج بلغت الحادية عشر ، إذ بلغ انتاجه نحو 56.1 ألف طن عام 1996. وكما ذكر أنفاً فإن إنتاجية البصل الجاف في مصر قدرت في عام 1996 بنحو 36.1 طن للهكتار وهي تزيد بنسبة 133٪ عن متوسط إنتاجية الوطن العربي أما أعلى انتاجية للبصل فقد تحققت في دولة الكويت وبلغت كما ورد في الجدول رقم (2-7) نحو 185 طن/الهكتار ولكن في مساحة محدودة ومحمية تعادل 0.2 ألف الهكتار.

تطور مساحات وإنتاج الخيار والقثاء :

زادت المساحة المزروعة بالخيار والقثاء في الأقطار العربية من نحو 75.3 ألف هكتار كمتوسط للسنوات 1989-1993 لنحو 110.1 ألف هكتار في عام 1995 ثم لنحو 121.5 ألف هكتار في عام 1996 ، كما يشير الجدول رقم (2-8) ، ولا تشتمل هذه الأرقام على بيانات عن السودان وتونس وموريتانيا والصومال وجيبوتي . وتركز الزراعة في بولتين وهما العراق بمساحة 56.8 ألف هكتار ، أي نحو 46.7٪ من مجموع مساحة الخيار والقثاء لعام 1996 ، ثم مصر بمساحة 28.6 ألف هكتار بنسبة 23.5٪ ، ثم تأتي سوريا بمساحة 10.3 ألف هكتار ، أي بنسبة 8.5٪.

(السماسة : ألف مكرر . الإنتاج : ألف طن . إنتاجية : كجم/مكمل)

جدول رقم (2-8):
تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج من الخضر والفاكهة في الوطن العربي
خلال متوسط الفترة 89-1993 و 1995 عامي 1996 و 1997

الدولة	1993-89 متوسط الفترة			1995			1996		
	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج
البحرين	1.94	53107.00	103.24	1.82	52417.58	95.40	1.51	58410.60	88.20
البحرين	0.22	49812.50	11.16	0.22	61398.29	13.61	0.21	56216.73	11.83
البحرين	0.05	10521.74	0.48	0.06	8418.53	0.53	0.05	13008.85	0.59
البحرين	2.71	13479.35	36.56	3.11	14299.04	44.47	3.23	13123.84	42.39
السعودية	4.13	23765.25	98.20	5.20	27307.69	142.00	5.36	20356.21	109.07
السعودية	13.85	11813.63	163.67	11.20	12589.29	141.00	10.30	12174.76	125.40
العراق	21.48	8648.04	185.76	40.25	10335.40	416.00	56.75	8810.57	500.00
عراق	0.74	15483.87	11.52	0.12	17857.14	2.10	0.12	19496.34	2.40
السلطنة	0.47	17443.04	8.27	5.18	12352.73	63.93	6.21	13635.88	84.64
السلطنة	0.10	16428.57	1.61	0.32	15918.88	5.02	0.37	15926.91	5.97
الكويت	0.18	96739.13	17.80	0.55	4572.89	2.50	0.05	37587.16	1.72
الكويت	5.34	26949.46	143.96	5.99	31326.43	187.52	6.61	29025.52	191.91
لبنان	0.73	33753.42	24.64	0.45	10600.00	4.72	0.50	12000.00	6.00
لبنان	19.91	17144.34	341.38	24.59	18599.13	457.38	28.59	20261.51	579.29
مصر	2.86	7664.34	21.92	10.50	1904.76	20.00	1.00	20300.00	20.30
المغرب	0.54	22638.06	12.13	0.52	20465.52	10.68	0.59	19287.88	11.46
البحرين	75.27	15706.98	1182.30	110.06	14599.35	1606.86	121.45	14665.73	1781.17

المصدر: الهيئة العامة للتبعية الزراعية ، المكتب السعوي للإحصاءات الزراعية القومية - مكتب رقم (17)، الرياض، ديسمبر 1997.

وتأتي مصر في المرتبة الاولى من حيث الانتاج والذي قدر في عام 1996 بنحو 579.3 الف طن ، أي بنسبة 32.5٪ من اجمالي الانتاج العربي والمقدر بنحو 1.78 مليون طن ، ثم العراق بانتاج نصف مليون طن ، أي بنسبة 28.1٪ من اجمالي الانتاج ، وتأتي لبنان في المرتبة الثالثة بانتاج 191.91 الف طن ، أي بنسبة 10.8٪ من اجمالي الانتاج. العربي.

وسجلت المملكة الأردنية الهاشمية أعلى إنتاجية والتي بلغت 58.4 طن/هكتار في البيوت المحمية وتليها دولة الإمارات العربية بإنتاجية 56.2 طن/هكتار ثم دولة الكويت بإنتاجية 37.6 طن/هكتار. أما في الأقطار التي تعتمد اعتماداً أساسياً على زراعة الخيار والقثاء في الحقول المكشوفة ، فقد تراوحت الإنتاجية بين 20.3 طن /هكتار في كل من مصر والمغرب و19.3 طن للهكتار في كل من اليمن وسلطنة عمان . وجاء العراق في مؤخرة القائمة بإنتاجية 8.8 طن للهكتار ، وهي نفس الإنتاجية التي تحققت في العراق كمتوسط للسنوات 1989-1993 مما يستوجب مراجعة الحزم التقنية والعمليات الزراعية والسعي للاستفادة من خبرات الآخرين في هذا المجال . وفي هذا الصدد تشير تجربة المملكة المغربية إلى أن متوسط انتاجية الخيار والقثاء قد ارتفعت من نحو 7.7 طن للهكتار خلال السنوات 1989-1993 لنحو 20.3 طن /هكتار في عام 1996 مما يعني أنها إزدادات بنسبة 164٪. أما في مصر فقد ارتفعت الإنتاجية من متوسط 17.1 طن/هكتار خلال الفترة 1989-1993 لنحو 20.3 طن/هكتار بنسبة زيادة قدرها 19.4٪، مما يعكس تفوقاً متصلاً في امتلاك التقنية وتوظيفها لتحقيق زيادة مضطردة في الإنتاج. وبينما تشير تجربة سوريا لزيادة محدودة في الإنتاجية خلال تلك الفترة من نحو 11.8 طن/هكتار لنحو 12.2 طن/هكتار ، تشير تجربة اليمن الى تدني الإنتاجية من 22.6 طن/هكتار في مطلع التسعينات لنحو 19.3 طن/هكتار في عام 1996.

(المنطقة : الف هكتار ، الإنتاج : ألف طن ، الإنتاجية : كم/هكتار)

جدول رقم (2-9):
تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج من الباذنجان في الوطن العربي
خلال متوسط الفترة 89-1993 وخلال عامي 1995 و 1996

البيانات المنطقة	1993-89 متوسط الفترة			1995			1996		
	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج
البحرين	1.89	25460.32	48.12	1.70	37117.65	63.10	2.10	41095.24	86.30
عمان	0.80	69537.69	55.35	1.00	52289.58	52.19	0.40	42309.42	16.98
السعودية	0.02	13166.67	0.32	0.05	9923.52	0.52	0.04	2870.81	0.12
البحرين	1.58	9836.50	15.52	2.64	12412.88	32.77	2.31	12160.17	28.09
البحرين	6.28	10660.40	66.93	6.40	12187.50	78.00	7.20	9382.14	67.53
البحرين	3.05	22781.27	69.57	3.09	25760.52	79.60	4.41	24761.90	109.20
البحرين	6.63	21816.40	144.73	6.30	22365.08	140.90	5.80	24448.28	141.80
البحرين	12.24	13819.01	169.20	12.50	15760.00	197.00	22.00	20090.91	442.00
البحرين	0.43	19441.86	8.36	0.24	19704.43	4.80	0.25	19805.98	4.90
البحرين	0.66	34399.39	22.57	0.45	40000.00	18.05	0.61	45000.82	27.39
البحرين	0.12	18068.97	2.10	0.15	25003.45	3.63	0.18	25000.00	4.60
البحرين	0.01	52333.33	0.63	0.15	57573.68	8.40	0.12	51394.94	5.92
البحرين	2.15	16322.16	35.06	2.47	13000.00	41.70	4.72	9997.46	47.22
البحرين	1.79	3747.20	6.70	0.30	15000.00	3.85	0.20	15000.00	3.00
البحرين	18.15	21367.16	387.81	19.05	20909.31	398.41	25.25	21781.04	550.04
البحرين	1.76	17204.55	30.28	1.60	15000.00	24.00	2.00	16300.00	32.60
البحرين	0.28	8292.86	2.32	0.37	8270.78	3.09	0.40	8192.50	3.28
البحرين	57.84	18423.29	1065.57	58.46	19670.29	1149.99	77.99	20142.55	1570.97

المصدر: المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتب السنوية للإحصاءات الزراعية العربية حطف رقم (17)، الخرطوم، ديسمبر 1997.

تطور مساحة وإنتاج الباذنجان :

ينتج الباذنجان في كل الأقطار العربية ، وقد حدث تطور كبير في إنتاجه إذ زادت المساحة المزروعة منه على نطاق الوطن العربي من متوسط 57.8 ألف هكتار كمتوسط للسنوات 1989-1993 لنحو 58.5 ألف هكتار في عام 1995، ثم لنحو 78.0 ألف هكتار في عام 1996 كما يشير الجدول رقم (2-9). وتبعاً لذلك فقد زاد الانتاج من نحو 1.1 طن خلال النصف الاول من التسعينات لنحو 1.6 مليون طن في عام 1996 ، وقد حدثت القفزة في عام 1996 اذ ارتفع الانتاج الاجمالي بنسبة 36.6% بين عامي 1995 و 1996. وقد تركزت الزيادة بشكل اساسي في ثلاثة اقطار عربية ، إذ ارتفع حجم الانتاج في مصر من نحو 398.4 ألف طن في عام 1995 لنحو 550 ألف طن في عام 1996 بنسبة زيادة بلغت 38.1% ، كما تضاعف الانتاج في العراق بنسبة 124.4%، اذ ارتفع من نحو 197 ألف طن في عام 1995 لنحو 442 ألف طن في عام 1996. كما زاد الانتاج في السودان من نحو 79.6 ألف طن في عام 1995 لنحو 109.2 ألف طن، بنسبة زيادة بلغت 37.2% . وفي واقع الامر فإن الأقطار الثلاثة تنتج فيما بينها نحو 1.10 مليون طن ، أي نحو 70% من انتاج الوطن العربي ، وإذا أضيف الانتاج المتأتي من الجمهورية السورية البالغ نحو 142 ألف طن لارتفعت مساهمة الأقطار الاربعة لنحو 80% من الانتاج العربي من الباذنجان. وتجدر الإشارة الي ان انتاج الباذنجان في سوريا قد حافظ على قدر من الاستقرار طوال العشر سنوات الماضية . وكما تشير بيانات الجدول (2-9) فقد انخفض الانتاج من متوسط نحو 144.7 ألف طن خلال السنوات 1989-1993 لنحو 140.9 ألف طن عام 1995 ، ثم ارتفع قليلاً لنحو 141.8 ألف طن في عام 1996.

وتشير بيانات الإنتاجية في الجدول (2-9) أن دولة الكويت تأتي في الصدارة من حيث ارتفاع الإنتاجية والتي قدرت في عام 1996 بنحو 51.4 طن للهكتار ، وتأتي دولة فلسطين في المرتبة الثانية بإنتاجية 45.0 طن/هكتار ثم دولة الامارات

العربية بانتاجية 42.3 طن/هكتار ، واخيراً المملكة الاردنية الهاشمية بانتاجية تعادل 41.1 طن/هكتار وجميع هذه الدول تعتمد على الزراعات المحمية . ويأتي السودان في الصدارة بالنسبة للدول التي تعتمد على الزراعة الحقلية ، حيث بلغت الإنتاجية نحو 24.8 طن/هكتار ، ثم سوريا 24.4 طن هكتار . وتأتي مصر في المرتبة الثالثة بانتاجية 21.8 طن/هكتار ، ثم العراق في المرتبة الرابعة بإنتاجية 20.1 طن/هكتار وسلطنة عمان في المرتبة الخامسة بإنتاجية قدرها 19.8 طن/هكتار.

تطور مساحات وإنتاج البازلاء الخضراء:

تشغل البازلاء نحو 58.91 ألف هكتار في الوطن العربي . وتشير أرقام الجدول رقم (2-10) أن المساحة المخصصة للبازلاء قد ارتفعت من نحو 54.4 ألف هكتار كمتوسط للفترة 1989-1993 نحو 64.7 ألف هكتار في عام 1995 ، أي بنسبة زيادة بلغت 19٪ غير أن المساحة تراجعت في عام 1996 لنحو 58.91 ألف هكتار ، أي بنسبة انخفاض بلغت 10٪ .

وبالرغم من الاستقرار النسبي في المساحة المخصصة للبازلاء ، إلا أن أرقام الانتاج تعكس تبايناً كبيراً ، فقد ارتفع انتاج الوطن العربي من نحو 243.9 ألف طن لمتوسط السنوات (1989-1993) نحو 341.4 ألف طن في عام 1995 . وبلغت نسبة الزيادة نحو 40.0٪ غير أن الانتاج الاجمالي انخفض في العام التالي 1996 لنحو 270.04 ألف طن فقط، وبلغت نسبة الانخفاض نحو 20.9٪ . وتأتي مصر في طليعة الأقطار المنتجة للبازلاء الخضراء إذ بلغ انتاجها في عام 1996 نحو 126.8 ألف طن تمثل 47٪ من اجمالي انتاج الوطن العربي . كما تأتي المملكة المغربية في المرتبة الثانية بانتاج 46.9 ألف طن ، تمثل 17.5٪ من إجمالي الانتاج . ثم الجزائر بانتاج 45.0 ألف طن تمثل 16.7٪، ويصبح مجموع ما تنتجه الأقطار الثلاثة نحو 219.1 ألف طن تمثل 81.1٪ من إجمالي الانتاج العربي.

جدول رقم (2-10):
تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج من البازلاء الخضراء في الوطن العربي
خلال متوسط الفترة 1993-89 وداخل عامي 1995 و 1996
(المساحة : ألف مكرر ، إنتاج : ألف طن ، إنتاجية : كجم/مكاف)

السلع	1995			1996			المساحة	الإنتاجية	الإنتاج
	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج			
الأردن	0.08	7105.26	0.54	0.06	6666.67	0.90	0.06	6666.67	0.40
تونس	12.95	1616.74	20.94	13.86	866.53	12.87	13.86	866.53	12.01
الجزائر	17.58	2079.20	36.54	16.71	2693	41.61	16.71	2693	45.00
مصر	1.56	5012.79	7.84	2.50	5520	11.50	2.50	5520	13.8
السعودية	-	-	-	0.33	3740.44	0.27	0.33	3740.44	1.24
لبنان	1.09	9906.25	10.78	0.84	16066.96	13.01	0.84	16066.96	13.48
ليبيا	3.25	3741.54	12.16	2.00	5000.00	20.85	2.00	5000.00	10.00
مغربي	12.46	10190.98	127.00	11.31	11214.70	218.81	11.31	11214.70	126.81
المغرب	5.38	5226.77	28.12	11.30	4185.84	21.60	11.30	4185.84	47.30
الجملة	54.35	4488.15	243.92	58.91	4583.94	341.42	58.91	4583.94	270.04

المصدر: المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، المكتب الاستشاري للإحصاءات الزراعية المرفقة سجل رقم (17)، الرباط، ديسمبر 1997.

وتأتي لبنان في صدارة الدول العربية من حيث ارتفاع الإنتاجية والتي قدرت في عام 1996 بنحو 16.1 طن/هكتار ، وتشغل مصر المرتبة الثانية بإنتاجية قدرها 11.2 طن/هكتار.

تطور مساحات وإنتاج الزهرة والكرب :

رصدت المنظمة العربية للتنمية الزراعية زراعة الزهرة والكرب في ستة عشر قطراً عربياً ليس من بينها السودان والسعودية والصومال وموريتانيا وجيبوتي حيث يبين الجدول رقم (2-11) ان مساحة الزهرة والكرب ظلت مستقرة طوال النصف الاول من التسعينات في نحو 40.3 ألف هكتار ، ثم زادت المساحة زيادة طفيفة لنحو 41.5 الف طن/هكتار في عام 1996 . وتعتبر مصر المنتج الاساسي للزهرة والكرب حيث خصصت لهما في عام 1996 نحو 16.5 الف هكتار تمثل نحو 39.8٪ من اجمالي المساحة على مستوى الوطن العربي . وتأتي سوريا في المرتبة الثانية وبفارق كبير حيث تخصص نحو 6 الف هكتار تمثل 14.6٪ من جملة المساحة . وتأتي كل من لبنان والجزائر في المرتبة الثالثة بتخصيص نحو 4 الف هكتار تمثل نحو 9.6٪ .

وفي مجالات الإنتاج تأتي مصر في الصدارة إذ بلغ إنتاجها في عام 1996 نحو 462.7 الف طن تمثل 46.0٪ من اجمالي الانتاج العربي ، وتأتي سوريا في المرتبة الثانية بإنتاج 162.6 ألف طن تمثل نحو 16.2٪ من الجملة . وبالرغم من أن المساحة المزروعة متساوية في كل من لبنان والجزائر ، الا أن انتاج لبنان قدر بنحو 117.3 ألف طن يمثل نحو 11.7٪ من جملة الانتاج العربي . كما انه يزيد بنسبة 202٪ عن إنتاج الجزائر والمقدر بنحو 38.8 ألف طن فقط كما يشير الجدول رقم (2-11).

(المساحة : ألف هكتار ، الإنتاج : ألف طن ، الإنتاجية : كجم/هكتار)

جدول رقم (1-2):
تطور المساحة والإنتاجية والإنتاج من الزهرة والكرفس في الوطن العربي
خلال متوسط الفترة 89-1993 وخلال عامي 1995 و 1996

السلع المزعة	1995			1996			متوسط الفترة 89-1993			المساحة	الإنتاجية	الإنتاج
	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج	المساحة	الإنتاجية	الإنتاج			
الزيتون	2.35	26018.76	61.04	2.53	25177.87	63.70	2.53	25177.87	63.70	2.86	24790.21	70.90
الفاكهة	1.82	45342.48	82.61	1.74	37637.94	65.55	1.74	37637.94	65.55	1.33	33317.59	44.44
الخضروات	0.05	14913.04	0.69	0.04	10656.93	0.44	0.04	10656.93	0.44	0.04	10646.77	0.43
الفاكهة	0.19	38750.00	7.44	0.17	28058.82	4.77	0.17	28058.82	4.77	0.14	29836.89	4.32
الخضروات	5.41	10172.58	55.05	4.27	9540.98	40.74	4.27	9540.98	40.74	4.01	9675.81	38.80
سويدي	4.37	18704.81	81.74	6.16	26720.78	164.60	6.16	26720.78	164.60	6.06	26831.68	162.60
الفاكهة	2.44	12018.85	29.33	1.75	21142.86	37.00	1.75	21142.86	37.00	2.00	10500.00	21.00
الخضروات	1.07	20692.88	22.10	0.42	21190.48	8.90	0.42	21190.48	8.90	0.43	22334.79	9.70
سليط	1.16	20424.40	23.77	1.13	23004.88	25.92	1.13	23004.88	25.92	1.08	24736.69	26.66
الكرفس	0.17	12988.10	2.18	0.23	13564.14	3.06	0.23	13564.14	3.06	0.24	13567.84	3.24
الكرفس	0.01	36333.33	0.22	0.07	36516.85	2.60	0.07	36516.85	2.60	0.07	36428.57	2.55
الفاكهة	3.96	20424.82	80.96	1.57	72299.87	113.80	1.57	72299.87	113.80	4.09	28713.14	117.31
سليط	0.81	10250.61	8.34	0.67	9400.60	6.29	0.67	9400.60	6.29	0.42	18000.00	7.56
الخضروات	14.77	27494.99	406.05	17.36	27493.44	477.34	17.36	27493.44	477.34	16.54	27978.35	462.65
سليط	1.68	16976.19	28.52	2.10	17047.62	35.80	2.10	17047.62	35.80	2.10	15476.19	32.50
الفاكهة	0.08	8871.79	0.69	0.12	7166.67	0.86	0.12	7166.67	0.86	0.13	8514.25	1.09
الفاكهة	40.34	22081.91	890.74	40.33	26068.46	1051.37	40.33	26068.46	1051.37	41.54	24212.12	1005.74

المصدر: المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السدس المحاصيل الزراعية المربية - مجلد رقم (17) ، 1997 المجلد 1

وتأتي دولة الكويت في صدارة الدول من حيث الإنتاجية والتي بلغت 36.4 طن/هكتار في البيوت المحمية ، أما في مصر فقد بلغت الإنتاجية نحو 28 طن/هكتار وهي تزيد بنسبة 15.6٪ عن متوسط الإنتاجية على المستوى العربي . ولا شك أن هناك مجالاً واسعاً لاكتساب الخبرة الفنية المتاحة لزراعة البيوت المحمية كما هو الحال في الكويت ، أو الاستفادة من خبرة الزراعة في الحقول المكشوفة كما هو الحال في مصر ، حيث ظلت الإنتاجية مستقرة تقريباً طوال السنوات الماضية مع زيادة طفيفة في عام 1996 . فقد سجل عام 1995 نفس الإنتاجية التي اعتبرت كمتوسط للسنوات 1989-1993 وهي 27.5 طن للهكتار ثم ارتفعت لنحو 28.0 طن/هكتار في عام 1996 .

في ضوء ما سبق يتضح انه قد حدث تطوراً ملحوظاً في انتاج الخضر في معظم الأقطار العربية ، كما ان كل الأقطار العربية ذات الموارد الزراعية المحدودة إتجهت للزراعة المحمية وللتقانة الحديثة لانتاج الخضر بغرض الاكتفاء الذاتي . ومن هنا فإن الاستراتيجية لتطوير التجارة البينية في قطاع الخضر لابد ان تأخذ في الاعتبار كافة تلك الجهود على المستويات القطرية وبخاصة الجهود المتصلة بتعزيز إمكانات الزراعة المحمية.

2-4 تطور إنتاج الفاكهة في الوطن العربي :

توجد صعوبات فنية متعددة عند في تحديد المساحات المخصصة لأشجار الفاكهة ، وكذلك في تحديد الإنتاجية ، ويعود ذلك لتداخل أكثر من صنف من الفاكهة في المزرعة الواحدة ، ولوجود اشجار في اعمار مختلفة ، بعضها مثمر والبعض الآخر في أطوار ما قبل الإثمار والذي قد يأخذ خمس أو ست سنوات . ومن ناحية أخرى فإن المساحة التي تترك بين اشجار الفاكهة تزرع عادة بمحاصيل حقلية من غلال وبقوليات وخضر ، الأمر الذي يجعل عملية جمع البيانات الخاصة بوحدة المساحة من محاصيل الفاكهة من الأمور الصعبة من الناحية الفنية . في ظل هذه الظروف فإن معظم الأقطار العربية تكتفي بتقديم بيانات عن حجم الانتاج السنوي وتحفظ فيما يتعلق بالمساحة ويعدد الاشجار المثمرة كما يتضح من الجدول رقم (2-12) . ولهذا سوف يعتمد في هذا التحليل على حجم الانتاج السنوي للأقطار العربية .

وتشير أرقام الجدول رقم (2-12) أن الانتاج الاجمالي للفاكهة في الوطن العربي قد

(المساحة ألف هكتار ، إنتاج : ألف طن ، إنتاجية : كجم/هكتار)

جدول رقم (2-12):
إجمالي مساحة وعدد الأشجار المثمرة وإنتاج الفاكهة في الوطن العربي
خلال متوسط الفترة 89-1993 وخلال عامي 1995 و 1996

البلد	1995				1996				متوسط الإنتاج للفترة 1993-89	المنطقة
	إنتاجية	المساحة	الإنتاج	الأشجار المثمرة	إنتاجية	المساحة	الإنتاج	الأشجار المثمرة		
الأردن	321.66	89.16	456.30	24683.00	101.53	446.70	268740.00	280948.99	547.70	البحرين
الإمارات	220.61	32.83	276.59	9665.37	33.56	277.11	8703.95	9192.96	285.77	البحرين
البحرين	18.76	N.A	16.00	N.A	2.00	16.00	250.00	250.00	16.69	البحرين
قطر	1462.42	N.A	1787.80	N.A	1031.5	1031.5	N.A	N.A	1066.00	البحرين
البحرين	1364.70	200.17	1284.54	27159.15	184.48	1281.43	26657.38	N.A	1633.96	البحرين
السعودية	830.39	107.60	928.80	N.A	1052.00	1052.00	N.A	N.A	843.32	البحرين
السعودية	831.67	N.A	853.58	N.A	865.13	865.13	N.A	N.A	3270.00	البحرين
سوريا	1775.49	677.54	2066.80	106673.90	1914.90	1914.90	113125.80	121290.90	2734.50	البحرين
سوريا	263.77	N.A	262.21	106673.90	257.63	257.63	N.A	N.A	256.91	البحرين
البحرين	1653.40	N.A	1928.00	N.A.00	234.70	234.70	62838.00	62851.00	2218.00	البحرين
عمان	201.60	N.A	217.30	N.A	323.47	323.47	N.A	N.A	232.10	البحرين
عمان	503.39	N.A	396.92	N.A	13.24	13.24	N.A	N.A	452.57	البحرين
قطر	8.08	N.A	11.98	N.A	5.08	5.08	N.A	N.A	16.04	البحرين
قطر	3.07	N.A	4.41	73.83	84.54	84.54	N.A	N.A	7.45	البحرين
البحرين	1204.03	50.36	863.78	N.A	893.82	893.82	N.A	N.A	870.93	البحرين
البحرين	396.22	382.43	599.53	42321.83	599.53	599.53	42411.83	28097.98	494.71	البحرين
البحرين	4928.47	N.A	4711.56	42321.83	5337.27	5337.27	N.A	N.A	5681.42	البحرين
البحرين	2509.00	568.10	2664.50	80413.40	2058.70	2058.70	127063.00	121562.00	2593.65	البحرين
البحرين	17.24	N.A	25.00	N.A	585.30	585.30	N.A	N.A	24.91	البحرين
البحرين	324.82	70.16	360.75	N.A	74.60	74.60	N.A	N.A	391.30	البحرين
البحرين	18838.78	2178.35	19716.35	352831.48	3872.80	3872.80	649874.51	624193.83	23637.92	البحرين

المصدر: المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية - مجلد رقم (17)، الخرطوم، ديسمبر 1997.

زاد من متوسط نمو 18.8 مليون طن خلال السنوات 1989-1993 لنحو 19.7 مليون طن في عام 1994 ، ثم انخفض قليلاً في العام التالي لنحو 19.4 مليون طن ربما نتيجة لتغيير الظروف المناخية، ولكنه إرتفع في عام 1996 لنحو 23.6 مليون طن بنسبة 21.7٪. وتأتي مصر في طليعة الأقطار العربية المنتجة للفاكهة اذ بلغ انتاجها في عام 1996 نحو 5.7 مليون طن تمثل 24.0٪ من جملة انتاج الفاكهة في الوطن العربي ، ويأتي السودان في المرتبة الثانية بانتاج 3.3 مليون طن تمثل 13.8٪ من الجملة ، ثم سوريا بانتاج 2.7 مليون طن تمثل 11.6٪ والمغرب بانتاج 2.6 مليون طن تمثل 11.0٪ ، ثم العراق بإنتاج 2.2 مليون طن تمثل 9.4٪ . ومن بين هذه الأقطار فإن السودان يأتي في الصدارة من حيث الزيادة الكبيرة التي طرأت على انتاج الفاكهة والذي زاد من نحو 831.7 ألف طن للفترة 1989-1993 لنحو 3.3 مليون طن عام 1996 ، وبلغت نسبة الزيادة 293٪. وبلغت الزيادة في سوريا خلال نفس الفترة نحو 54٪ وفي العراق 34٪ وفي مصر 15٪ . وبينما زاد انتاج الفاكهة في الجزائر من نحو 1.4 مليون طن لنحو 1.6 مليون طن خلال نفس الفترة بنسبة زيادة بلغت 19.7٪ فقد انخفض الانتاج في تونس من نحو 1.5 مليون طن لنحو 1.1 مليون طن بنسبة انخفاض بلغت 27.1٪ . ويوضح الجدول رقم (2-12) أن معظم الأقطار العربية تهتم بإنتاج الفاكهة ولكن حجم وطبيعة الانتاج يختلفان ويتباينان من قطر لآخر حسب وفرة الموارد الطبيعية وتنوع المناخ .

2-5 محاصيل الفاكهة الاساسية في الوطن العربي :

تطور إنتاج الموالح :

تحتل الموالح المرتبة الاولى من حيث حجم الانتاج الكلي بالنسبة لجميع ثمار الفاكهة وقد زاد انتاجها في الوطن العربي من نحو 5.9 مليون طن كمتوسط للفترة 1989-1993 لنحو 6.9 مليون طن عام 1996 كما في الجدول رقم (2-13) بنسبة زيادة بلغت 16.6٪ . وتتصدر مصر الدول العربية في الانتاج ، وقد زاد إنتاجها من نحو 2.2 مليون طن كمتوسط خلال السنوات 1989-1993 وكان يمثل 37.0٪ من اجمالي الانتاج خلال تلك الفترة لنحو 2.4 مليون طن في عام 1996 تمثل 34.5٪ من اجمالي الانتاج العربي . وتأتي المملكة المغربية في المرتبة الثانية بانتاج 1.4 مليون طن

جدول رقم (2-13) :

إنتاج الموالح في الوطن العربي

خلال الفترة 1989 - 1996

الإنتاج : الف طن

الدولة	متوسط الفترة 1993-89	1994	1995	1996
الأردن	140.18	194.30	197.90	167.40
الإمارات	25.83	26.23	26.01	26.04
تونس	237.84	207.80	194.00	221.20
الجزائر	318.99	376.00	322.74	333.75
السعودية	30.76	59.00	75.00	75.00
السودان	123.88	131.52	146.90	512.00
سوريا	383.32	618.10	565.30	696.00
الصومال	32.44	37.51	34.75	35.13
العراق	328.00	360.00	350.00	366.00
عمان	35.00	16.10	33.90	29.20
فلسطين	251.34	176.95	152.79	166.86
قطر	0.68	0.52	0.56	0.66
الكويت	1.21	0.15	0.15	1.44
لبنان	445.54	306.66	322.56	321.02
ليبيا	82.15	50.00	60.00	63.00
مصر	2183.95	2059.36	2273.77	2374.41
المغرب	1260.30	1324.00	997.00	1400.00
اليمن	22.14	32.35	55.30	93.60
الجملة	5903.56	5976.55	5808.62	6882.71

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ،
مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

يمثل 20.3٪ من الانتاج العربي ، وتأتي سوريا في المرتبة الثالثة بانتاج 696.0 ألف طن ويحتل السودان المرتبة الرابعة بانتاج 512.0 ألف طن . ولابد من الاشارة الى ان السودان قد ضاعف من انتاجه خلال السنوات الاخيرة نحو اربع مرات إذ إرتفع حجم إنتاجه من نحو 123.9 ألف طن كمتوسط للسنوات 1989-1993 لنحو 512.0 ألف طن عام 1996 ، بنسبة زيادة بلغت 313.3٪ . ويأتي العراق في المرتبة الخامسة بانتاج 366.0 ألف طن والجزائر في المرتبة السادسة بانتاج 333.8 ألف طن ، ولبنان في المرتبة السابعة بانتاج 321.0 ألف طن ، وتونس في المرتبة الثامنة بانتاج 221.2 ألف طن . ثم يتوالي من بعد ذلك ترتيب الأقطار العربية الاخرى باستثناء موريتانيا وجيبوتي والبحرين والتي لم ترصد فيها أعداد كبيرة من أشجار الموالح كما يتضح من الجدول رقم (2-13).

تطور إنتاج التمور :

علي حسب الإحصاءات المتاحة للمنظمة العربية للتنمية الزراعية تأتي العراق في طليعة الأقطار العربية المنتجة للتمور ، وقد بلغ انتاجها في عام 1996 نحو 797.0 ألف طن كما يشير الجدول رقم (2-14) . وتتميز العراق ليست فقط بالانتاج الوفير ولكن ايضاً بوجود اصناف عالية الجودة ، مثل " البرمي " الذي يأتي في طليعة انواع التمور الرطبة . وتعتبر التمور من اهم صادرات العراق لداخل وخارج الوطن العربي ، وتأتي مصر في المرتبة الثانية بانتاج 738.2 ألف طن حيث يوجه معظم الانتاج للاستهلاك المحلي وتصدر الاصناف العالية الجودة إلى الأسواق الخارجية . وتأتي المملكة العربية السعودية في المرتبة الثالثة بانتاج 420.7 ألف طن ، والجزائر في المرتبة الرابعة بانتاج 360.6 ألف طن ، ودولة الامارات العربية في المرتبة الخامسة بانتاج 244.6 ألف طن ، وسلطنة عمان في المرتبة السادسة بانتاج 173.6 ألف طن والسودان في المرتبة السابعة بانتاج 167.5 ألف طن . وجميع هذه الأقطار باستثناء السودان تنتج التمور الرطبة ويتميز السودان بانتاج التمور الجافة مثل " البركاوي والقنذلة " فضلاً عن انتاج اصناف محدودة من التمور الرطبة مثل "المشرق ودلقاي" و"المشرق ود خطيب" و "المدين" .

وعلى الرغم من أن التمور تعتبر فاكهة غنية بالسكريات والاملاح ، إلا أنها لا تجد

(المساحة : ألف هكتار ، الإنتاج : ألف طن ، الإنتاجية : كجم/هكتار)

جدول رقم (14-2):
إجمالي مساحة وعدد الانتاجات المصدرة والإنتاجات المتوردة في الوطن العربي
خلال متوسط الفترة 89-1993 وخلال عامي 1995 و 1996

البلد	1994			1995			1996		
	إنتاج الفردية	إنتاج المساحة	إنتاج الكمية	إنتاج الفردية	إنتاج المساحة	إنتاج الكمية	إنتاج الفردية	إنتاج المساحة	إنتاج الكمية
البحرين	0.90	0.19	183.97	1.00	0.22	220.00	1.30	0.24	1.51
الكويت	15.80	28.86	15.80	16.00	30.21	816.35	236.14	31.01	244.64
قطر	77.64	N.A	77.64	74.00	N.A	N.A	17.00	2.00	16.00
البحرين	229.38	N.A	229.38	317.18	29.50	N.A	84.00	29.50	74.00
السعودية	543.32	85.80	543.32	567.80	93.80	7026.26	285.15	-	360.64
البحرين	125.40	N.A	125.40	138.03	N.A	N.A	589.00	N.A	420.74
سوريا	0.70	0.12	0.70	1.10	0.09	60.00	158.82	40.45	1675.00
البحرين	532.08	N.A	532.08	676.00	N.A	13649.00	2.40	0.36	2.40
عمان	114.86	N.A	114.86	173.00	N.A	5930.00	881.00	N.A	797.00
البحرين	3.12	N.A	3.12	3.10	N.A	N.A	173.00	23.80	173.6
قطر	8.05	N.A	8.05	11.43	N.A	N.A	3.10	N.A	3.23
البحرين	1.30	N.A	1.30	3.79	N.A	N.A	12.53	1.21	14.58
البحرين	93.00	62.50	93.00	50.59	N.A	58.80	4.41	-	5.67
البحرين	590.45	N.A	590.45	646.04	N.A	6250.00	125.00	62.80	125.60
البحرين	99.02	23.40	99.02	62.00	N.A	N.A	677.93	27.29	738.15
البحرين	16.24	N.A	16.24	3497.10	23.30	3954.00	97.60	29.80	79.80
البحرين	21.81	16.60	21.81	25.00	N.A	N.A	25.00	N.A	29.62
البحرين	21.81	16.60	21.81	20.60	18.60	N.A	23.10	19.36	24.20
البحرين	2657.04	217.47	2657.04	3097.21	228.72	25754.50	3397.31	267.81	4786.38
البحرين	2657.04	217.47	2657.04	25136.49	228.72	25754.50	3397.31	267.81	4786.38
البحرين	2657.04	217.47	2657.04	25136.49	228.72	25754.50	3397.31	267.81	4786.38

المصدر: المنطقة الوربية للتنمية الزراعية ، الكلب السوقي للإحصاءات الزراعية الوربية - مجلد رقم (17)، الخريف، ديسمبر 1997.

الترويج الكافي لتصبح الفاكهة الأولى في الوطن العربي وليتضاعف انتاجها واستهلاكها بمعدلات عالية ، خاصة وأن الإحتياجات الغذائية المائية لأشجار النخيل متواضعة ، كما أن الأشجار معمرة وقد تصل لمائة عام مما يدعم من جدوى انتاجها . وبما أن مواسم حصاد اشجار النخيل تتباين بين الأقطار العربية ، فإن من شأن التوسع في الانتاج والترويج للاستهلاك أن يدعم التجارة البينية بين الأقطار العربية للفائدة المشتركة.

تطور إنتاج العنب :

يأتي العنب بعد التمر من حيث حجم الانتاج الكلي وتنتشر زراعته في 15 قطراً عربياً كما هو موضح في الجدول رقم (2-15) . زاد إنتاج العنب من نحو 2.6 مليون طن كمتوسط للسنوات 1989-1993 لنحو 3.0 مليون طن في عام 1996 بنسبة زيادة بلغت 14.5٪ . وتعتبر مصر الدولة لاولى في الانتاج والذي قدر في عام 1996 بنحو 943.7 ألف طن تمثل 31.5٪ من اجمالي الانتاج العربي . ولا شك أن العنب يجد اهتماماً كبيراً في مصر مما انعكس في زيادة الانتاج من نحو 667.0 ألف طن كمتوسط للسنوات 1989-1993 لنحو 943.7 ألف طن عام 1996. بنسبة زيادة بلغت 41.5٪ . وتأتي سوريا في المرتبة الثانية بانتاج 540.1 ألف طن ، وهي المرتبة التي كان يمثلها العراق في عام 1995 بانتاج 578.0 ألف طن ، غير أن انتاج العراق انخفض في عام 1996 إلى نحو 415.0 ألف طن ليحتل المرتبة الثالثة . ويأتي لبنان في المرتبة الرابعة بانتاج 334.4 ألف طن والجزائر في المرتبة الخامسة بانتاج 196.2 ألف طن، والمملكة المغربية في المرتبة السادسة بانتاج 128.9 ألف طن بعد ان حدث إنخفاض كبير في انتاجها والذي سجل نحو 282.0 ألف طن عام 1994. وتأتي المملكة العربية السعودية في المرتبة السابعة بانتاج 110.3 ألف طن وتحتل اليمن المركز الثامن بالرغم من إنخفاض إنتاجه من نحو 150.5 ألف طن عام 1995 لنحو 98.0 ألف طن عام 1996.

تطور إنتاج الزيتون :

تعتبر الأقطار العربية المطلة على البحر الابيض المتوسط في شمال أفريقيا وفي منطقة الهلال الخصيب من أكبر المنتجين في العالم للزيتون ، وكما هو مبين بالجدول رقم (2-16)، إرتفع إنتاج هذه الأقطار من الزيتون من نحو 2.2 مليون طن كمتوسط

جدول رقم (2-15) :

تطور إنتاج العنب في الوطن العربي

خلال الفترة 1989 - 1996

الإنتاج : ألف طن

الدولة	متوسط الفترة 1993-89	1994	1995	1996
الأردن	67.64	53.80	56.60	84.30
الإمارات	0.10	0.06	0.06	0.11
تونس	100.40	103.00	100.00	88.00
الجزائر	178.31	141.50	196.64	196.24
السعودية	108.25	124.00	129.00	110.28
سوريا	426.60	362.40	383.90	540.10
العراق	303.80	282.00	578.00	415.00
عمان	0.30	0.40	0.50	0.50
فلسطين	66.22	49.95	40.88	56.84
قطر	0.10	0.07	0.07	0.23
لبنان	314.55	327.92	349.36	334.43
ليبيا	33.53	30.00	30.00	36.00
مصر	666.97	707.05	739.48	943.70
المغرب	241.48	282.00	128.00	128.90
اليمن	140.87	146.37	150.50	98.00
الجملة	2649.11	2610.52	2882.99	3032.63

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ،
مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

جدول رقم (2-16) :
نظور إنتاج الزيتون في الوطن العربي
خلال الفترة 1989-1996

الإنتاج : ألف طن

الدولة	متوسط الفترة 1993-89	1994	1995	1996
الأردن	50.70	96.50	64.90	128.90
تونس	781.40	1063.00	350.00	300.00
الجزائر	165.98	170.36	130.96	313.33
سوريا	329.93	517.90	423.40	647.60
العراق	3.80	3.00	3.00	5.00
فلسطين	75.80	83.65	44.06	155.87
الكويت	0.18	0.01	0.01	0.21
لبنان	66.44	77.89	38.68	90.00
ليبيا	108.08	168.80	168.80	185.68
مصر	73.14	130.29	207.98	208.13
المغرب	496.10	622.40	436.30	835.60
الجملة	2151.56	2933.79	1868.09	2870.32

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ،
مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

للفترة 1989-1993 لنحو 2.9 مليون طن في عام 1994 ، ثم انخفض لنحو 1.9 مليون طن في عام 1995 نسبة للاحوال المناخية ، ثم استعادت المنطقة انتاجها في العام 1996 بانتاج 2.9 مليون طن. وتتصدر المملكة المغربية الدول العربية في الانتاج اذ بلغ انتاجها في عام 1996 نحو 835.6 ألف طن يمثل 29.1٪ من اجمالي انتاج الوطن العربي المقدر بنحو 2.9 مليون طن بفضل الزيادة الكبيرة التي حدثت على الانتاج المغربي والذي زاد من نحو 496 ألف طن كمتوسط خلال السنوات 1989-1993 لنحو 835.6 ألف طن في عام 1996 ، كما أشير سابقاً ، بنسبة زيادة بلغت 68.5٪ . وتأتي سوريا في المرتبة الثانية بانتاج 647.6 ألف طن والجزائر في المرتبة الثالثة بانتاج 313.3 ألف طن ، وتونس في المرتبة الرابعة بانتاج 300.0 ألف طن . ولا بد من الاشارة الى أن تونس كانت دائماً تتصدر الأقطار العربية في انتاج الزيتون وقد بلغ انتاجها في عام 1994 نحو 1.10 مليون طن يمثل 36.2٪ من الانتاج لذلك العام والمقدر بنحو 2.93 مليون طن غير أن انتاجها تدهور في عام 1995 لنحو 350.0 ألف طن ، ثم لنحو 300.0 ألف طن في عام 1996. وتحتل مصر المرتبة الخامسة بانتاج 208.1 ألف طن . وتجدر الاشارة أن مصر قد ضاعفت من انتاجها خلال السنوات الماضية نحو ثلاث مرات اذ ارتفع الانتاج من نحو 73.1 ألف طن كمتوسط للسنوات 1989-1993 لنحو 208.0 ألف طن عام 1996 وبلغت الزيادة نحو 184.6٪ . وتأتي الجماهيرية الليبية في المرتبة السادسة بانتاج 185.7 ألف طن ، وفلسطين في المرتبة السابعة بانتاج 155.9 ألف طن ، والمملكة الاردنية الهاشمية في المرتبة الثامنة بانتاج 129.0 ألف طن . ويعتبر الزيتون كذلك من الفاكهة ذات الطلب العالمي وبخاصة للطبقات ذات الدخل المرتفعة والطبقة الوسطى المتنامية مما يوفر من فرص زيادة اسهامه في التجارة البينية العربية.

تطور إنتاج التفاح :

تزرع أشجار التفاح بشكل تجاري في أحد عشر قطراً تمثل أقطار الهلال الخصيب وشمال افريقيا بالإضافة لليمن والتي رغم وجودها في المنطقة المدارية إلا أن وجود الجبال والمرتفعات بكثافة جعل طقسها معتدلاً طوال العام ، ولهذا فهي تصلح لانتاج محاصيل المناطق المعتدلة.

جدول رقم (2-17):
تطور إنتاج التفاح في الوطن العربي
خلال الفترة 1989 - 1996

الإنتاج : ألف طن

الدولة	متوسط الفترة 1993-89	1994	1995	1996
الأردن	15.66	48.50	47.70	60.50
تونس	51.20	61.00	65.00	90.00
الجزائر	52.79	49.30	64.14	73.87
سوريا	223.93	224.20	224.00	301.90
العراق	80.60	86.00	78.00	87.00
فلسطين	1.06	0.63	0.73	0.74
لبنان	192.83	119.69	150.60	102.44
ليبيا	23.06	40.00	40.00	41.92
مصر	201.86	312.51	437.71	412.32
المغرب	293.20	274.10	309.80	364.00
اليمن	0.92	1.25	1.70	1.80
الجملة	1137.11	1217.18	1419.38	1536.49

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ،
مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

وتشير أرقام الجدول رقم (2-17) أن إنتاج الوطن العربي من التفاح قد زاد من نحو 1.1 مليون طن كمتوسط للفترة 1989-1993 لنحو 1.4 مليون طن في عام 1995 ، ثم زاد إلى 1.5 مليون طن في عام 1996. وتأتي مصر في طليعة الأقطار العربية المنتجة للتفاح بإنتاج نحو 412.3 ألف طن في عام 1996، وهذا الإنتاج يعادل أكثر من ضعف متوسط الإنتاج للفترة 1989-1993 والمقدر بنحو 201.9 ألف طن . وتأتي المملكة المغربية في المرتبة الثانية بإنتاج 364.0 ألف طن ، وكانت خلال الفترة 1989-1993 تحتل المرتبة الأولى بإنتاج 293.2 ألف طن ، غير أن المغرب قد شهد زيادة سنوية متواضعة في الإنتاج بلغت نحو 4.42% كمعدل للفترة 1989-1996 في حين أن مصر قد شهدت طفرة في معدلات الإنتاج بلغت نحو 15.4% سنوياً مما أهلها لتتبوأ المرتبة الأولى . وتأتي سوريا في المرتبة الثالثة بإنتاج 301.9 ألف طن ، وتأتي لبنان في المرتبة الرابعة رغم انخفاض حجم إنتاجها من نحو 192.8 ألف طن كمتوسط لفترة 1989-1993 لنحو 102.4 ألف طن وقد لعب الاحتلال الاسرائيلي لجنوب لبنان دوراً أساسياً في تهجير المواطنين ومصادرة الإنتاج وموارد ذلك الجزء من الوطن العربي ، ثم تأتي تونس في المرتبة الخامسة بإنتاج نحو 90.0 ألف طن ، والعراق في المرتبة السادسة بإنتاج 87.0 ألف طن .

وبما أن التفاح من الفواكه ذات الطلب العالي في الوطن العربي وفي جميع العالم فإن تركيز الإنتاج في نصف الأقطار العربية يوفر فرصة عظيمة لامتداد الأقطار العربية الأخرى بإحتياجاتها الإستهلاكية مما يوسع من فرص التجارة البينية بين دول الوطن العربي .

تطور إنتاج الموز :

تنتشر زراعة أشجار الموز في الوقت الحاضر في أحد عشر قطراً عربياً كما يتضح من الجدول رقم (2-18) . ومع النجاح الذي تحقق بزراعة أشجار الموز في البيوت المحمية كما في لبنان ومصر يمكن أن يتوقع المرء انتشار زراعته في عدد آخر من الأقطار لتلبية الطلب المتنامي على الموز في كل الأقطار العربية مثلما هو الحال في كل أقطار العالم .

وتشير أرقام الجدول رقم (2-18) أن إنتاج الموز تضاعف خلال التسعينات إذ زاد

جدول رقم (2-18) :
إنتاج الموز في الوطن العربي
خلال الفترة 1989 - 1996

الإنتاج : الف طن

الدولة	متوسط الفترة 1993-89	1994	1995	1996
الأردن	18.66	20.90	31.80	38.90
الإمارات	0.33	0.14	0.14	0.14
البحرين	0.64	0.80	0.83	0.69
السودان	62.40	62.02	62.82	299.00
الصومال	89.39	91.19	100.08	102.73
سلطنة عمان	23.96	14.10	14.10	14.80
فلسطين	12.05	18.38	18.38	19.76
لبنان	49.45	61.28	74.51	81.21
مصر	407.88	459.01	498.68	570.46
المغرب	48.26	100.00	90.00	112.95
اليمن	54.01	73.72	77.30	78.70
الجملة	767.02	901.54	968.64	1319.33

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ،
مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

من نحو 767.0 ألف طن كمتوسط للفترة 1989-1993 لنحو 1.3 مليون طن عام 1996. وقد جاءت الزيادة في كل الأقطار وينسب متفاوتة. وتتصدر مصر الأقطار العربية في الانتاج اذ بلغ انتاجها في عام 1996 نحو 570.5 ألف طن تمثل 43.2٪ من اجمالي الانتاج العربي، ويأتي السودان في المرتبة الثانية بإنتاج 299.0 ألف طن بعد ان ضاعف انتاجه نحو 5 مرات من نحو 62.4 ألف طن خلال الفترة 1989-1993 لنحو 299.00 ألف طن، بنسبة زيادة بلغت 379.2٪. ويلاحظ أن إنتاج الصومال لم يتغير كثيراً حيث إرتفع من نحو 89.4 ألف طن كمتوسط الفترة 1989-1993 ليصل إلى 102.7 ألف طن في عام 1996، محتلاً بذلك المرتبة الرابعة بعد المغرب والذي سجل انتاجه 112.9 ألف طن في عام 1996 بعد ان كان 48.3 ألف طن في أول التسعينات.

وبما أن جميع الأقطار العربية غير المنتجة الرئيسية للموز تستورده من أقطار عالمية وبخاصة من أقطار أمريكا اللاتينية، فإن الأقطار ذات الميزة النسبية العالية في انتاج الموز كالسودان والصومال ومصر يمكن ان تضاعف من انتاجها مرات لدعم التجارة البينية بين الأقطار العربية. مما يستدعي العمل المشترك لوضع الحلول الملائمة للتغلب على مشاكل التخزين والنقل البارد وتنسيق السياسات التجارية بين الأقطار المعنية.

تطور إنتاج المانجو:

تنمو اشجار المانجو أساساً في السودان ثم في مصر وقد رصدت المنظمة العربية للتنمية الزراعية قدراً من اشجار المانجو في كل من اليمن وبولة الامارات العربية وسلطنة عمان. ويتميز المانجو بوجود اهتمام مكثف بزراعتها في الأقطار المعنية وينعكس ذلك في الانتاج الاجمالي لثمار المانجو في الوطن العربي إذ زاد من نحو 309.6 ألف طن كمتوسط للسنوات 1989-1993 لنحو مليون طن في عام 1996 كما هو موضح في جدول رقم (2-19)، مما يعني أن الانتاج تضاعف ثلاث مرات تقريباً. وقد جاءت معظم الزيادة من السودان حيث ارتفع الانتاج من نحو 125.0 ألف طن للفترة 1989-1993 لنحو 784.0 ألف طن عام 1996 بنسبة زيادة بلغت 527٪، ويمثل انتاج السودان 77.5٪ من اجمالي الانتاج العربي. اما في مصر فقد زاد الانتاج خلال الفترة من نحو 159.7 ألف طن لنحو 203.3 ألف طن بنسبة زيادة بلغت 26.9٪، ويمثل الانتاج المصري 20.0٪ من جملة الانتاج العربي.

جدول رقم (2-19) :
إنتاج المانجو في الوطن العربي
خلال الفترة 1989 - 1996

الإنتاج : ألف طن

الدولة	متوسط الفترة 1993-89	1994	1995	1996
الإمارات	8.67	8.83	8.82	9.09
السودان	125.00	135.00	149.50	784.00
عمان	9.04	4.90	4.90	5.50
مصر	159.65	180.29	232.32	203.27
اليمن	7.26	8.48	9.80	10.60
الجملة	309.62	337.50	405.34	1012.46

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ،
مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

ونظراً لتركز الإنتاج في قطرين عربيين ، فقد أصبح المانجو من اهم ثمار الفاكهة في التجارة البينية بين الأقطار العربية . وهناك مقترح لتبادل المانجو بالتحاف في البروتوكول التجاري السوداني - السوري مما سيرفع حجم الانتاج في القطرين وفعالية الطلب المتنامي للمانجو في سوريا وفتح في السودان .

تطور إنتاج الرمان :

تنتشر زراعة اشجار الرمان في ثلاثة عشر قطراً ، وهي بالإضافة الى اقطار الهلال الخصيب وشمال افريقيا ، تضم دولة الامارات ودولة قطر ودولة الكويت . ويعتبر العراق المنتج الاساسي للرمان اذ بلغ انتاجه في عام 1996 نحو 396 ألف طن يمثل 61.5% من اجمالي الانتاج العربي من الرمان والذي قدر في نفس العام بنحو 644.3 ألف طن كما يبين الجدول رقم (2-20). وتأتي سوريا في المرتبة الثانية بانتاج 81.3 ألف طن ، وتونس بانتاج 68.0 ألف طن ، ومصر بانتاج نحو 28.3 ألف طن ، والجزائر بانتاج نحو 21.5 ألف طن ، ولبنان بانتاج 18.1 ألف طن والجمهورية الليبية بانتاج 14.3 ألف طن .

تطور إنتاج التين :

يزرع التين في اقطار الهلال الخصيب وشمال افريقيا وقد أدخل حديثاً وفي نطاق ضيق في كل من دولة الامارات العربية المتحدة ودولة قطر كما يشير الجدول رقم (2-21) وتتصدر مصر الأقطار العربية في انتاج التين اذ بلغ انتاجها في عام 1996 نحو 202.7 ألف طن تمثل 51.3% من جملة الانتاج العربي من التين والمقدر بنحو 395.3 ألف طن في عام 1996. بل لعل مصر هي الدولة العربية الوحيدة التي توسعت في انتاج التين اذ زاد انتاجها من نحو 103.5 ألف طن كمتوسط للفترة 1989-1993 لنحو 236.9 ألف طن عام 1995 ، ثم انخفض انتاجها لنحو 202.7 ألف طن عام 1996. وتأتي بعدها وبفارق كبير الجزائر بانتاج 57.0 ألف طن ، فسوريا بانتاج 46.5 ألف طن ، ثم تونس بانتاج 30.0 ألف طن والجمهورية بانتاج 28.3 ألف طن .

جدول رقم (2-20) :

إنتاج الرمان في الوطن العربي

خلال الفترة 1989 - 1996

الإنتاج : ألف طن

الدولة	متوسط الفترة 1993-89	1994	1995	1996
الأردن	3.80	5.30	5.50	7.80
الإمارات	0.19	0.47	0.47	0.53
تونس	43.92	50.00	48.00	68.00
الجزائر	10.23	15.62	16.95	21.45
سوريا	61.47	61.50	62.60	81.30
العراق	276.20	346.00	335.00	396.00
فلسطين	—	0.15	0.15	0.15
قطر	0.06	0.07	0.07	0.09
الكويت	0.07	0.06	0.11	0.12
لبنان	17.64	23.36	24.11	18.08
ليبيا	14.00	15.00	15.00	14.25
مصر	28.76	30.97	32.48	28.29
اليمن	5.32	5.87	7.10	8.24
الجملة	461.67	554.37	547.54	644.29

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ،
مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

جدول رقم (2-21):

تطور إنتاج التين في الوطن العربي

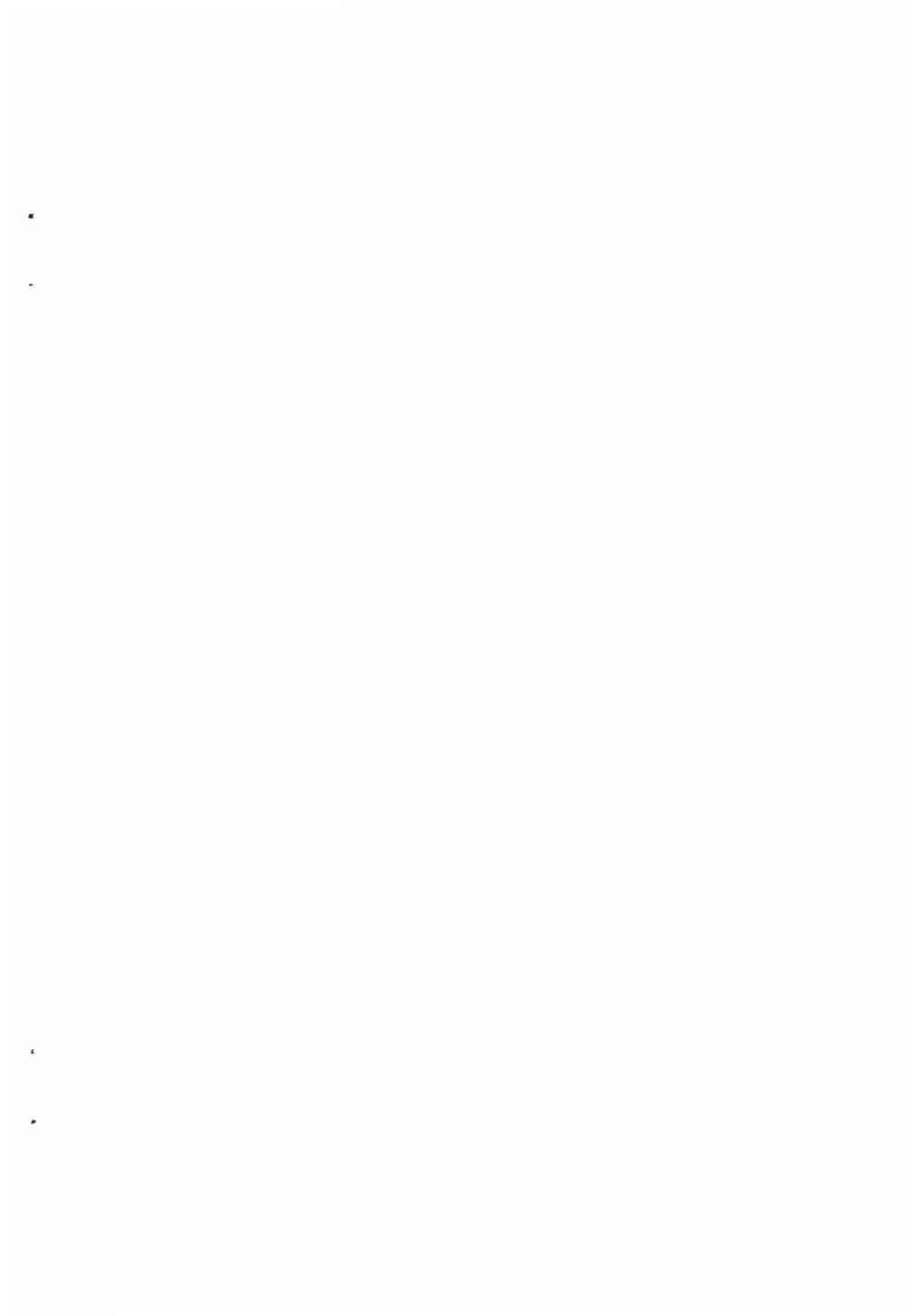
خلال الفترة 1989 - 1996

الإنتاج : ألف طن

الدولة	متوسط الفترة 1993-89	1994	1995	1996
الأردن	5.38	6.10	6.20	7.80
الإمارات	0.53	0.49	0.49	0.50
تونس	26.50	30.00	26.00	30.00
الجزائر	67.72	45.73	60.01	57.00
سوريا	40.99	38.30	48.10	46.50
العراق	6.04	9.00	11.00	7.00
فلسطين	12.88	10.21	10.24	7.14
قطر	0.19	0.18	0.18	0.20
لبنان	11.87	8.26	8.50	4.95
ليبيا	30.40	20.00	26.92	28.27
مصر	103.50	186.04	236.92	202.70
اليمن	1.91	2.46	2.80	3.23
الجملة	307.91	356.76	437.36	395.27

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ،
مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

الباب الثالث
العوامل المؤثرة علي
إنتاج الخضر والفاكهة
في الوطن العربي



الباب الثالث

العوامل المؤثرة على

إنتاج الخضر والفاكهة في الوطن العربي

يتأثر إنتاج الخضر والفاكهة في الدول العربية بمجموعة من العوامل التي تشتمل على العوامل الطبيعية والاجتماعية ، والتقنية ، والاقتصادية والاجتماعية. ويتطرق هذا الجزء من الدراسة بقدر من التفصيل إلى تلك العوامل للتعرف على مدى تأثيرها على إمكانات وتطور الإنتاج.

3-1 العوامل الطبيعية :

* المناخ :

تنتشر الأقطار العربية على رقعة هائلة من المساحة تمتد من المحيط الاطلسي غرباً والى الخليج العربي شرقاً والبحر الابيض المتوسط شمالاً الى باب المندب والقرن الافريقي جنوباً، وقد أهلها ذلك للتمتع بمناخات متعددة ومتنوعة تسمح بزراعة أنواع متباينة من محاصيل الخضر والفاكهة وقد ساعد مثل هذا المناخ - بعض تلك الأقطار على قيام صناعة تصديرية متقدمة تصدر انتاجها لكثير من الدول الاوربية والعربية الاخرى.

ففي دول شمال أفريقيا وسوريا والعراق وفلسطين وشمال مصر يسود مناخ البحر الابيض المتوسط والذي تجود فيه زراعة العديد من الخضر وأنواع عديدة من الفاكهة وأهمها الحمضيات والعنب والتفاح والمشمش والكمثرى والبرقوق وغيرها .

أما الدول العربية ذات المناخ الصحراوي وشبه الصحراوي والتي من أهمها السودان والصومال واليمن فتتميز بنوعية محدودة من محاصيل الفاكهة وأهمها التمر وبعض الحمضيات . أما محاصيل الخضر فتنتج في هذه المناطق في فصل الشتاء في الغالب الأعم مما يعطيها ميزة نسبية للإنتاج المبكر لمثل هذه المحاصيل ما يتيح لها موقعاً تنافسياً مريحاً عند التصدير الى الدول الاوربية .

من جانب آخر يسود مناخ السافانا وشبه الاستوائي في أجزاء مقدرة من بعض

الأقطار العربية مثل السودان والصومال ويساعد في انتاج بعض المحاصيل الهامة مثل الموز والمانجو والباباي مما يؤهلها لأخذ دور متميز في التجارة البينية العربية لهذا النوع من المحاصيل.

وتعتبر مستويات درجات الحرارة خلال فصل الشتاء من العوامل الرئيسية في تحديد الكمية والنوعية المنتجة من محاصيل الخضر والفاكهة في الأقطار العربية مما يؤثر بطريقة أو أخرى على مجمل العمليات التسويقية لهذه المحاصيل. ففي حين يمكن لأغلب البلاد المتأثرة بمناخ حوض البحر الأبيض المتوسط أن تنتج بعض المحاصيل البستانية الهامة في خلال أشهر الربيع (فبراير ومارس) مما يؤهلها للحصول علي اسواق متميزة في اوروبا ، نجد أن بعض البلاد التي تتميز بشتاء دافئ مثل السودان والصومال يمكنها تصدير العديد من محاصيل الخضر مثل البطاطس والشمام والفاصوليا وغيرها خلال الفترة من شهر ديسمبر الي أوائل شهر فبراير والتي تعتبر في اوروبا وأغلب بلدان البحر الأبيض المتوسط فترة يصعب فيها انتاج هذا النوع من المحاصيل ، إلا تحت البيوت المغطاة ، مما يزيد من تكلفة انتاجها ويقلل من قدرتها التنافسية مع الأقطار ذات الشتاء الدافئ.

* القرية :

تتباين التربة الزراعية من قطر لآخر من الأقطار العربية إذ تنتشر الأراضي الرملية الفقيرة في المواد العضوية في اغلب دول الخليج العربي . وقد تمثل الأراضي الصحراوية الرملية حوالي 77٪ من مساحة القطر كما في حالة موريتانيا مما يحد بشكل اساسي من الانتاج الاقتصادي لمحاصيل الخضر والفاكهة.

أما في بعض الأقطار الأخرى فتنتشر الأراضي الطينية ذات التفاعل القلوي العالي التلكس والتملح كما في حالة السودان والاردن والعراق مما يتطلب معاملات زراعية خاصة لانتاج محاصيل الخضر والفاكهة وخاصة توفير بعض أنواع اسمدة العناصر الكبرى والصغرى.

وقد يلاحظ المرء أن زراعة بعض المحاصيل البستانية تتركز في بعض المناطق دون غيرها حتي وفي داخل القطر الواحد وذلك نسبة لمتطلباتها العالية والدقيقة لنوع معين من التربة . فنجد أن زراعة محصولي المانجو والموز لا توجد إلا في المناطق ذات التربة

الخصبة الخالية من الاملاح وذات تفاعل معتدل وجيدة الصرف وعلى هذا الاساس نجد أن مثل هذين المحصولين يزرعان على ضفاف الانهار والادوية الموسمية حيث التربة الرسوبية المتجددة كما في حالة السودان والصومال .

تقع معظم الأراضي الزراعية في المناطق الجافة وشبه الجافة والتي تتميز بطول فترة الصيف الحار ، وهي في أغلب الأحوال تعتبر فقيرة المحتوى من المواد العضوية مما يؤثر بشكل مباشر علي تركيبها الفيزيائي وبالتالي علي كفاءتها الانتاجية . وقد يتطلب تحسين مستوى المواد العضوية في التربة الرملية مما يساهم في زيادة كلفة الإنتاج .

* مياه الري :

تحدد كمية ونوعية المياه المتاحة للري في حقول الخضر والفاكهة كمية ونوعية الانتاج المتوقع من المحصول المزروع . وقد يلاحظ المرء أن قلة المياه المتاحة للري (مطرية ، سطحية أو جوفية) هي القاسم المشترك الاعظم بين الأقطار العربية . كما تعتبر الامطار في معظم هذه الأقطار قليلة ومتذبذبة في كمية ومواقيت الهطول مما يؤثر مباشرة علي انتاج هذه المحاصيل من سنة لأخرى . ففي الجمهورية اليمنية تعتمد 80٪ من اجمالي الأراضي الصالحة للزراعة علي مياه الأمطار مما يجعل الانتاج عرضة للتذبذب الحاد وقد أثر الانخفاض المستمر في الهطولات المطرية في غرب الجمهورية اليمنية خلال الثلاثين سنة الاخيرة علي انتاج محاصيل الخضر والفاكهة نتيجة تأثيرها المباشر علي مياه السقي السطحية والمياه الجوفية وارتفاع تكلفة الضخ.

أما في بعض الأقطار الاخرى مثل موريتانيا والاجزاء الوسطي الجنوبية من العراق فتعتمد الزراعة على مياه الانهار ، إذ تعتمد الزراعة في موريتانيا على نهر السنغال وفي العراق على دجلة والفرات . وفي كلا القطرين تشكل المياه الجوفية نسبة ضئيلة من الموارد المائية المتاحة.

وفي الأقطار التي لا تتمتع بمياه سطحية وبها شح واضح في الامطار مثل ليبيا ودول الخليج العربي، فتعتمد علي المياه الجوفية في ري هذه المحاصيل . وقد أدى الضخ المتزايد الى انخفاض مستوي المياه مما زاد من تكلفة الضخ . وفي بعض الاحوال كما في حالة ليبيا، فإن الاستنزاف المتزايد للمياه الجوفية قد تسبب في احلال مياه

البحر محل المياه المستنزفة مما زاد من تملح مياه الري وجعلها غير صالحة للري في بعض الاحيان.

وقد أدى شح مياه الري في دول الخليج العربي الى استعمال بعض التقنيات لري هذه المحاصيل مثل خلط المياه المملحة بالمياه العذبة لري بعض المحاصيل المختارة التي تتحمل بعض الملوحة. ومن جانب آخر يقتصر استخدام مياه الصرف الصحي المعالجة لري الاحزمة الشجرية ومحاصيل الاعلاف وذلك لتفادي أي مخاطر صحية محتملة من استخدام هذا النوع من المياه .

يسود الري بالغمر في أغلب الأراضي المنتشرة على ضفتي النيل في مصر والسودان حيث يلاحظ أن هنالك هدراً في استخدام المياه مما يساعد على عملية التغدق في الأراضي الطينية، وانتشار الامراض المرتبطة بالمياه (كالمالاريا والبلهارسيا) والالذان يؤثران علي الانتاج الزراعي بطريقة مباشرة وغير مباشرة .

وقد تطور استخدام نظم الري الحديثة ، بالرش والتنقيط في عديد من الأقطار العربية واثبت كفاءة عالية في زيادة الانتاجية والاقتصاد في مياه الري. وقد اظهر كل من المغرب والاردن تقدماً كبيراً في استخدام هذه التقنيات . من جانب آخر فقد انتشر استخدام هذه التقنية في الأراضي الجديدة بالصحراء الغربية والشرقية بمصر كما تم ادخاله واستخدامه في كل اقطار الخليج العربي.

2-3 العوامل التقنية :

في سبيل انتاج محاصيل بستانية متميزة من ناحية الانتاجية والنوعية والسيطرة علي ملكيتها ، فقد اتجهت البحوث الزراعية في الشركات العالمية الى انتاج بذور الهجن من محاصيل الخضر مما يضمن للشركة المسوقة لصنف معين حماية وتسويقاً متصلاً لمنتجاتها من البذور لضمان عدم التعدي على حقوقها من عائد ذلك الصنف. هذا الاتجاه في انتاج البذور جعل المزارع العربي يقع تحت قبضة الشركات الاجنبية التي تسوق له ما يتناسب مع مصالحها الخاصة ومصالح دولها في بعض الاحيان .

من جانب آخر فقد أدى احتكار الدول المتقدمة للتقنيات المتعلقة بمجال الهندسة الوراثية - في الوقت الراهن - الى تخلف الدول النامية ، بما فيها العربية ، عن المواكبة

والإستفادة من هذه التقنيات بصورة تسارع بتطوير انتاج المحاصيل البستانية من ناحية الكم والنوع في مثل هذه الأقطار وخاصة تلك التي لها مشاكل معروفة تتعلق بالانتاج.

أما في مجال محاصيل الفاكهة ، فإن المدة التي تأخذها الاشجار بين مرحلة الاكثار خضرياً والاثمار تلعب دوراً هاماً في الحد من سرعة تحسين الانتاجية والنوعية لمحاصيل الفاكهة ، حيث تحتاج هذه الاشجار لعدد من السنين قبل البدء في الانتاج والذي يحتاج بدوره الى التقييم الفعلي لمدى ملائمة المنتج لحاجة المستهلك محلياً كان أم خارجياً. وبذلك تشكل هذه الفترة الزمنية عائقاً أساسياً للتوسع في انتاج محاصيل الفاكهة، إذ ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالقراءة الصحيحة لمستقبل هذا الانتاج من الناحية الطبيعية المتعلقة بنوع وجودة الانتاج والناحية الاقتصادية وتفاعلها مع متغيرات البيئة الطبيعية والاجتماعية.

3-3 العوامل الاجتماعية :

وفي مجال الإنتاج على مستوى الحقل مزارعي فإن مزارعي الخضر والفاكهة في معظم الأقطار العربية يغلب عليهم عدم الالمام التام بالحزم التقنية المطلوبة للحصول على أعلى انتاجية واجود نوعية وذلك نتيجة للمستوى التعليمي المتدني للمزارع مما يشكل عائقاً أمام تقبله للمعلومة الارشادية والاطلاع علي التجارب الرائدة في هذا المجال في الأقطار الأخرى .

كما أن هناك ظاهرة الهجرة من الريف إلى المدن التي أدت الى تسرب العمالة الزراعية المدربة من مناطق الإنتاج البستاني والذي يحتاج لعمالة زراعية عالية المهارة مقارنة بالعمالة المطلوبة لإنتاج المحاصيل الحقلية الأخرى .

3-4 العوامل الاقتصادية والتنظيمية :

* صغر الحيازات :

يقوم القطاع الخاص بالدور الاساسي في الانتاج البستاني في معظم الأقطار العربية مصاحباً الاهتمام الكبير الذي يوليه القطاع العام لهذا النوع من الانتاج في بعض الأقطار عن طريق الاشراف المباشر أو عن طريق الجهد التعاوني .

وقد لعب تقسيم الميراث الشرعي بين أفراد الأسرة دوراً هاماً في تفتيت الحيازات الزراعية البستانية نظراً لسيادة العمل الفردي وغياب أو ضعف النظم التعاونية مما أثر سلباً على مجمل كفاءة انتاج وانتاجية محاصيل الخضر والفاكهة نتيجة لزيادة تكلفة الإنتاج في المساحات الصغيرة مقارنة بالمساحات الكبيرة وعدم توفر التسهيلات الائتمانية وصعوبة استخدام التقنيات الانتاجية المتطورة في هذا النوع من الحيازات .

وقد يؤدي صغر الحيازة لدفع الزراع للعمل خارج المزرعة لتحقيق دخل اضافي مما يؤثر على العمل بالمزرعة . بالاضافة لذلك تساعد مثل هذه الاوضاع على ترك أجزاء كبيرة من مساحة الحيازة بوراً دون زراعتها أو تأجيرها وغير ذلك ، مما تترتب عليه آثار سلبية بعيدة المدى وذات تأثير مباشر على مجمل الانتاج البستاني في معظم الأقطار العربية.

* التمويل الزراعي :

يعتبر التمويل الزراعي من أهم العوامل المؤثرة بصورة مباشرة علي الانتاج والانتاجية وذلك لما يلعبه من دور هام في توفير رأس المال اللازم للانتاج والسيولة النقدية المطلوبة لتوفير مستلزمات الانتاج من تحضير أرض وبذور وأسمدة ومبيدات وعمالة وغيرها . وقد فطنت بعض من الدول العربية الى أهمية انشاء وتطوير مؤسسات الائتمان الزراعي ووضعت العديد من السياسات التي سهلت بموجبها عملية التمويل الزراعي بواسطة المصارف التجارية لصغار الزراع الا ان الممارسة الفعلية تكشف عن ضعف التمويل لهذه الفئة من صغار المنتجين وذلك بسبب عدم توفر الضمانات الكافية لدى المزارعين بما يضمن للمؤسسة الممولة استرداد مديونيتها ، بالاضافة للمصروفات الادارية الضخمة المرتبطة بدراسة المتطلبات ومتابعة وتحصيل المديونية نسبة لانتشار الزراع علي رقعة واسعة تجعل من الصعوبة الوصول اليهم بسهولة ويسر .

بنظرة فاحصة لموقف التمويل الزراعي لصغار الزراع في معظم الأقطار العربية نجد أن هناك نقصاً كبيراً في اتاحة التمويل لصغار المزارعين مما يضطرهم الي اللجوء الي الوسطاء وتجار الجملة والمصدرين لتمويل العمليات الانتاجية والتي تنعكس آخر الأمر سلباً علي وضع هؤلاء المنتجين وعلى استمرارية العملية الانتاجية في حد ذاتها .

وبالرغم مما تقدم يلاحظ أن بعض الأقطار العربية قد اولت اهتماماً خاصاً لتوفير

التمويل لصغار الزراع . وفي هذا الإطار تقوم مؤسسة الائتمان والاقراض الزراعي في الاردن بتوفير التمويل لصغار الزراع ، كما أن هناك جهات اخرى تعمل في هذا المجال . وقد زادت القروض والتسهيلات الائتمانية بشكل واضح في الفترة الاخيرة ، إلا أن تعدد الجهات المقرضة وعدم التنسيق بينها وصعوبة الحصول علي القروض دون تقويم الضمانات المطلوبة قد اضعف هو الآخر من ميزة هذه التسهيلات مما ترك أثراً واضحاً على كفاءة الإنتاج في الاردن . ويقوم كذلك المصرف الزراعي بليبيا بتقديم القروض الصغيرة والمتوسطة وطويلة الاجل لصغار الزراع . وفي السودان يقدم البنك الزراعي لصغار منتجي البطاطس التمويل اللازم لانتاج هذا المحصول باعتبار أنه محصول يمكن تخزينه بالمخازن المبردة لفترة معقولة تعطي بعض الضمانات للبنك لاسترداد مديونيته على الزراع . وقد ازداد الأمر صعوبة عند التحول الي اقتصاد السوق الحر وما ترتب عليه من تحرير للأسعار حيث ازيل الدعم عن مدخلات الانتاج (بذور ، أسمدة ومبيدات وغيرها) واصبحت الاسعار الفعلية في غير متناول المنتج الصغير مما أدى الي خروج العديد منهم من هذا المجال .

أما في المغرب فإن هذا القطاع يحظى بأهمية بالغة من قبل الدولة ، حيث يستفيد الزراع من الاعفاء من ضريبة الدخل والتخفيض من الضرائب الجمركية على جُل مستلزمات الانتاج المستوردة بالإضافة لمساعدة الزراع بالاعانات الممنوحة لاعداد وتجهيز المزارع بالآليات ومعدات الري . كما أن الصندوق الوطني للقرض الفلاحي يقوم باتاحة التمويل اللازم الى حوالي 70٪ من قيمة المشاريع الممولة ، إلا أن مجمل هذه القروض لا تتعدى أكثر من 20٪ من حاجيات التمويل لهذا القطاع .

3-5 السياسات الاقتصادية والعوامل المؤسسية :

تهتم الدول العربية عامة بتحقيق الأمن الغذائي في مجال المحاصيل الغذائية. وتسعى تبعاً لأهدافها وخططها التنموية السياسات التي تضمن تحقيق هذه الاهداف . إلا أن الحال يختلف مع محاصيل الخضر والفاكهة في أغلب الدول العربية، إذ لايجد هذا النوع من المنتجات أي اهتمام من جانب واضعي السياسات الزراعية يساعد على تنمية قطاع الخضر والفاكهة، ويستثنى من ذلك الدول التي تلعب فيها صادرات المحصولات البستانية من خضر وفاكهة دوراً هاماً في اقتصادها مثل المغرب والاردن وتونس.

ينحصر السبب الرئيسي لعدم الاهتمام بوضع السياسات المشجعة للإنتاج البستاني في أغلب الدول العربية إلى أن واضعي السياسات يعتبرون أن المحاصيل البستانية لا تشكل أسبقية إستراتيجية بالنسبة للقطر وأن القطاع الخاص قادر على التعامل معها، أخذين في الاعتبار المخاطر الكثيرة التي تحيط بمثل هذا النوع من الانتاج الزراعي مثل صعوبة التخزين والنقلات الموسمية وغيرها.

تلعب الإتفاقيات الإقتصادية الخاصة بالتبادل السلعي بين الأقطار العربية دوراً هاماً في التأثير على نوعية وكمية الانتاج من محاصيل الخضر والفاكهة. فهناك العديد من مثل هذه الإتفاقيات التي تربط بين الدول العربية إلا أنها لم تؤتي ثمارها في مجال انسياب التجارة في هذا المجال بين هذه الدول. ويعزى ذلك لاعتبارات كثيرة منها ما يتصل بالهياكل الإنتاجية والتسويقية وطبيعة النظم التجارية الداخلية والخارجية. من جانب آخر نجد أن هنالك عدد من الدول العربية لها ارتباطات تجارية مع دول غير عربية تقوم بموجبها بتبادل كميات من منتجات الخضر والفاكهة، ومن أهم هذه الإتفاقيات ما تعقده دول الوحدة الأوربية مع بعض الدول العربية لتسهيل التبادل التجاري في هذا المجال، إلا أن الآثار الإيجابية لهذه الإتفاقيات على تنشيط صادرات الخضر والفاكهة الدول العربية إلى دول الوحدة الأوربية تعتبر محدودة وأخذ في الانكماش كنتيجة لتدابير الحماية المتزايدة التي تتبعها دول السوق تجاه هذا النوع من الصادرات. وبما يفاقم الأمر سوءاً، دخول إتفاقية تحرير التجارة العالمية حيز التنفيذ قريباً مما يضع على الدول العربية ضغوطاً كبيرة سيكون لها تأثير واضحاً على صادرات هذه الدول من المحاصيل البستانية. من جانب آخر نجد أن ضعف الدعم الحكومي للبحث العلمي في مجال البساتين لإنتاج محاصيل متميزة تلبي الأغراض المطلوبة وقلة عدد الباحثين في هذا المجال بالإضافة لضعف الإرشاد الزراعي قد ساعد في تعقيد وتكبيد الانطلاق في مجال انتاج الخضر والفاكهة في معظم الأقطار العربية مما كان له الأثر المباشر على ضعف الإنتاجية والنوعية التي يمكن بها المنافسة في الأسواق العالمية إضافة إلى تزايد الفاقد بعد الحصاد.

ومن العوامل التي تؤثر على انتاج الخضر والفاكهة سياسات الإقتصاد الكلي والسياسات الاقتصادية القطاعية، وقد أخضعت هذه السياسات خلال العقدين الماضيين لإجراءات عرفت بسياسات الإصلاح الإقتصادي والتكيف الهيكلي والتي تم

تطبيقها بقدر أو آخر في كل الأقطار العربية . وقد شملت تلك الاجراءات تحرير سعر الصرف ، رفع الدعم ، تحرير سياسات الإنتاج والتسويق والتسعير ، تحرير التجارة الخارجية ، تبسيط إجراءات الإستثمار وتحفيز القطاع الخاص .

لقد تباينت الأقطار العربية في المدى الذي طبقت فيه هذه الحزمة من السياسات ، كما تباينت في الآثار الايجابية والسلبية التي ترتبت عليها . وكمثال لذلك نجد أنه بينما ساعد تحرير سعر الصرف في مصر علي تثبيت سعر الجنيه المصري وتحسين المناخ الاستثماري وتحقيق إستقرار إقتصادي، فإن تعويم سعر الصرف في السودان قد اضر ضرراً بليغاً بالبلاد . ويعود ذلك لتباين الظروف التي طبق فيها التعويم في كل من القطرين . وبينما طبق التعويم في مصر وهي تملك احتياطياً كبيراً من الدولارات قدر بنحو 15 مليار دولار ، وفي ظروف مواتية للقطاع الزراعي الذي يعتمد على السوق المحلي لتوفير كل متطلباته بما في ذلك المحروقات والآليات من العملات الصعبة ، فقد طبق في السودان دون أن يكون للبلاد إحتياطي من العملات الصعبة ، والفجوة السنوية في الميزان التجاري تزيد عن المليار ونصف المليار من الدولارات . علماً بأن السودان يعتمد إعتماً كاملاً على استيراد المحروقات والآليات والمدخلات وقطع الغيار . في ظل هذه الظروف تدهور الجنيه السوداني تدهوراً كبيراً من نحو 95 جنيهاً للدولار في مطلع عام 1992 إلى ما يزيد عن 2000 جنيه للدولار في عام 1998 . وترتب علي ذلك ارتفاع تكلفة الانتاج بنسبة تفوق العشرين ضعف مما أعاق تطور الانتاج البستاني بوتائر عالية ، كما أن تدهور العملة المحلية جعل جدوى استيراد المحاصيل البستانية أمراً عسيراً فيه ، فضلاً عن القيود الأخرى علي الواردات .

وهناك دول عربية أخرى آثرت التعامل بأسعار متعددة لسعر الصرف لكي تعطي نفسها المرونة الكافية لتحفيز المنتج وحمايته من الاستيراد غير المرغوب . كما تقوم من خلال هذه السياسات بتحفيز المصدر لفتح أسواق ثم التوسع في الاسواق الأخرى .

كذلك فقد تباينت الأقطار العربية في تعاملها مع سياسة دعم القطاع الزراعي ، عن طريق تخفيض الرسوم أو دعم شراء المدخلات أو تخفيض الهوامش الربحية علي القروض الائتمانية . وجاءت اتفاقية تحرير التجارة الدولية (الجات) لتؤكد على أهمية رفع الدعم عن الانتاج كشرط من شروط تحرير التجارة العالمية ولكنها اعطت هامشاً للاقطار

العربية وبخاصة الأقطار العربية الأقل نمواً لابطاء رفع الدعم خلال الفترة الانتقالية.

وتشير الدراسات القطرية الى أن الأقطار العربية تختلف كذلك في سياسات التجارة الخارجية ، فالدول العربية النفطية باستثناء الجزائر وليبيا ، تطبق سياسات تجارية يراعى فيها أنظمة وإجراءات النظام الحر ، إذ لا توجد قيود علي التجارة سوى بعض التعريفات الجمركية المنخفضة. بل أن بعضها كولة الامارات العربية تقوم باعادة تصدير الخضر والفاكهة للأقطار الاخرى . ومن ناحية اخري فإن الأقطار العربية النفطية تتبع سياسة حماية مكثفة عن طريق دعم الانتاج الزراعي . وبفضل هذا الدعم الكثيف والذي تمثل في الاعانات والقرض الحسن والمساهمة في تأسيس المنشآت فقد استقرت قاعدة طيبة للانتاج الزراعي سمحت في السنوات الاخيرة بتقليص الدعم . أما الدول الأخرى فقد كانت تتبع بعض السياسات الحمائية للانتاج الزراعي المحلي كالسودان والمغرب ومصر وسوريا والجزائر وليبيا والعراق واليمن وموريتانيا ، غير أنها قامت بتنفيذ برامج لتقليص الدعم على المدخلات الزراعية كالأليات والأسمدة والتقاي والمبيدات ، كما شرعت في تطبيق رسوم الارض والمياه والخدمات الأخرى على أسس تجارية في بعض الاحايين كخدمات الكهرباء وخدمات الإرشاد الزراعي وغير ذلك .

مما سبق يتضح أن القطاع البستاني تأثر ايجاباً وسلباً من بعض سياسات الإصلاح الإقتصادي ومن بعض قواعد اتفاقية الجات عام 1994 ، ولابد من اتخاذ تدابير لتقليص الآثار السلبية ودعم الايجابيات والسعي للاستفادة القصوي من التسهيلات والاعفاءات التي تضمنتها إتفاقية الجات بالنسبة للدول النامية وللدول الأقل نمواً ، فضلاً عن ذلك فإن قطاع الخضر والفاكهة يتأثر بالسياسات المالية والنقدية ، كما يتأثر بالسياسات القطاعية الخاصة بالاستثمار والانتاج والائتمان والتسويق والتسعير الزراعي . كما يتأثر بالسياسات الزراعية المتعلقة بالخدمات الزراعية المختلفة كسياسات البحوث والارشاد والتدريب والادارة ونظم المعلومات وغير ذلك . وكل هذا يتطلب من كل قطر اتخاذ سياسات متكاملة في هذه المحاور لتهيئة قطاع الخضر والفاكهة لمرحلة العولمة.

3-5-1 سياسات لدرء الآثار السلبية لسياسات التكيف الهيكلي والإصلاح

الاقتصادي:

لقد أفرزت سياسات الإصلاح الإقتصادي بعض الآثار السلبية كارتفاع معدلات

التضخم في عدد من الأقطار العربية مما يتطلب اتخاذ سياسات حكيمة لضبط السيولة وتقليص المصروفات على القطاعات غير الانتاجية بهدف التأثير علي معدلات التضخم، علي أن يتم ذلك بالتوازي مع بسط السيولة بالقدر الكافي وفي الوقت المناسب للقطاع الانتاجي بما في ذلك القطاع البستاني لزيادة الانتاج والعرض.

ومن ناحية أخرى فقد استهدفت سياسات الإصلاح الإقتصادي تسعير الخدمات الزراعية بشكل تجاري أو تحويلها للقطاع الخاص . وبما أن القطاع الخاص سوف يستهدف تعظيم عائد استثماراته بتحقيق هامش ربحي لا يقل عن المتوسط العام فإن من شأن ذلك أن يرفع من تكاليف الإنتاج ويقلل الكفاءة التنافسية للخضر والفاكهة العربية في ظل مستويات الإنتاجية الحالية. وعليه لابد من اعداد برنامج متدرج لتسعير الخدمات الزراعية بالتوازي مع برنامج مكثف لرفع الإنتاجية وتقليل التكلفة.

تقوم زراعة الخضر والفاكهة في معظم الأقطار العربية عن طريق الري وبخاصة في مصر والسودان وسوريا والعراق والصومال والمغرب والجزائر وغيرها . وهي جميعاً تتقاضى رسوماً متواضعة علي خدمات الري . وهناك دعوة تقف وراءها بعض المؤسسات الدولية لتسعير المياه وليس خدمات الري فقط، ومن شأن ذلك أن يرفع من تكاليف الانتاج وخاصة بالنسبة لاشجار الفاكهة التي تتطلب رياً دائماً مما يضعف من الجدوي الاقتصادية لانتاج الخضر والفاكهة ، كما أن قبول تسعير المياه يحمل في طياته محاذير تأصيلية تتصل بنعمة المياه والحق الطبيعي للناس ، للاستفادة منها دون عوض. باستثناء تكلفة توفيرها للشرب أو الري . كما أن هذا المفهوم يرتبط بمحاذير ذات بعد استراتيجي خاصة وان جميع مصادر الانهار العربية تنبع من خارج الوطن العربي . ومن شأن قبول مبدأ التسعير أن يعرض الدول العربية لدفع رسوم على مياه الانهار المنسابة اليها .

3-5-2 سياسات لدرء الآثار السلبية لاتفاقية الجات 1994:

أ- قضت الاتفاقية الزراعية الملحقه باتفاقية الجات 1994 بتخفيض الدعم بنسبة 20٪ في غضون 6 سنوات بالنسبة للدول الصناعية وفي خلال عشر سنوات للدول النامية، واعفيت الأقطار الأقل نمواً من هذا الإجراء خلال سنوات الفترة الانتقالية والتي تمتد حتي ديسمبر 2004.

بالرغم من وجود هذا الهامش المتواضع نجد أن الأقطار العربية قطعت شوطاً بعيداً في تنفيذ سياسات إلغاء الدعم ، وقبل أن تحقق الأقطار ، باستثناء مصر ، طفرة مقدرة في الانتاجية تسمح بالمنافسة في التجارة الدولية. وعليه يقترح أن تعيد الأقطار النظر في سياسات إلغاء الدعم من خلال وضع برنامج متدرج يتسق مع تطور مضطرد في الانتاجية.

ب- سيجعل تطبيق بنود الاتفاقية الخاصة بحقوق الملكية بعد انتهاء الفترة الانتقالية، من الصعب بل والمكلف استخدام البراءات الاجنبية سواء ما يتعلق بالآليات والمعدات أو بالتقايي والأنواع المحسنة مما يستوجب وضع برنامج مكثف للبحث العلمي لتوطين التقنية في الوطن العربي . كما يستلزم الأمر المزيد من التنسيق بين هيئات ومراكز البحوث الزراعية العربية لتكامل الجهد العربي ولتسريع الخطي نحو توطين التقنية في الأقطار العربية.

ج- تخضع الاتفاقية الزراعية صادرات الدول العربية من الخضر والفاكهة والمعلبات الغذائية لمعايير شهادة المطابقة للايزو (ISO 9000-9004).

وهي مجموعة المواصفات المعتمدة للتجارة الدولية من قبل المنظمة العالمية للمواصفات القياسية وذلك لتأمين سلامة المأكولات ولتحقيق الانسجام في مواصفات السلع التي يتم تبادلها تجارياً في العالم.

فضلاً عن ذلك فقد سمحت اتفاقية الجات للأقطار المختلفة بوضع مواصفات اضافية أن كانت ترى لذلك ضرورة لصحة الانسان والبيئة. ولا شك أن ذلك سوف يشكل عقبة أمام الصادرات العربية من الخضر والفاكهة ما لم يرتفع المنتجون والمصدرون لمستوي التحدي وذلك من خلال زيادة الانتاج وتحسين نوعيته في اتجاه انواق المستهلكين ، وتحسين خدمات الحصاد والنقل والتعبئة وتبسيط اجراءات الصادر. كما يتطلب الأمر بسط حملة إعلامية إرشادية لتنوير الزراع العرب بالمتطلبات الجديدة ، وانشاء مراكز حديثة للتعبئة مهينة بخدمات شهادة المطابقة للايزو. ولا بد أن يدعم كل ذلك بتوفير البنيات الاساسية من اوعية تخزين مبردة وطرق معبدة ووسائل نقل مناسبة وخدمات شحن وتفريغ سريعة في المطارات والموانئ.

د- يتمثل المحور الرئيسي لاتفاقية الجات في تحويل القيود غير التعريفية لرسم

تعرفية معلومة ، ثم يتم خفض تلك الرسوم بنسبة 36٪ في غضون خمس سنوات بالنسبة للدول الصناعية وعشر سنوات بالنسبة للدول النامية. مع إعفاء الدول الأقل نمواً من هذا الالتزام خلال الفترة الانتقالية . ولا شك ان الدول العربية المكتفية ذاتياً من الخضر والفاكهة لن تتمكن من خلال هذا الاجراء من توفير الحماية الكافية للقطاع البستاني والتي كان يحظى بها نتيجة للقيود والرسوم المختلفة التي لا تزال تفرض علي الواردات الزراعية. وهذا يستوجب تجويد الإنتاج وتحسين المواصفات لتجنب سيطرة الواردات . ومن ناحية أخرى فإن تخفيض الرسوم في الدول المستوردة يتيح فرصة طيبة للدول العربية المصدرة للخضر والفاكهة أن تكسب أسواقاً جديدة وتتوسع في الاخرى فيما لو تحقق رفع مستوى الجودة والإعداد بالمستويات العالمية.

3-5-3 توظيف السياسات الاقتصادية والزراعية لدعم انتاج الخضر والفاكهة :

يتميز القطاع الزراعي بصفة عامة بما في ذلك قطاع الخضر والفاكهة بخصوصية تميزه عن القطاعات الاقتصادية الاخرى كالصناعة والتجارة والخدمات ، تتمثل في المخاطر الطبيعية المرتبطة بالانتاج الزراعي وبالموسمية ، وبسيادة انتاج الحيازات الصغيرة في الدول النامية ، وهي خصوصية ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار لدى إعداد السياسات المالية والنقدية، وخاصة ما يتعلق بتوفير القروض التنموية ، وتخفيض هامش المربحة من قبل المؤسسات التمويلية ، وتوفير السيولة في الوقت المناسب ، وتطوير قنوات التسويق والخدمات التسويقية ، وترشيد سياسات التسويق بالتأثير الإيجابي علي العرض والطلب ، ووضع نظام متطور للمعلومات لتمكين الزراع والوسطاء والمصدرين من التعرف علي المعلومات الخاصة بحجم الانتاج والأسعار في الأقطار المختلفة.

ويبدو واضحاً من استعراض الدراسات القطرية التي أعدتها المنظمة العربية للتنمية الزراعية أن قطاع الخضر والفاكهة ظل يتمتع علي الدوام بتحرير كامل فيما يتعلق بسياسات الانتاج والتوزيع والتصدير ، ولكن غياب مؤسسات ذات كفاءة عالية في مجالات التسويق والتصدير يقف عقبة أمام التوسع في الانتاج لتحقيق مستويات أعلى من الاكتفاء أو للتصدير أو لزيادة الصادر ، كما أن غياب تلك المؤسسات يرفع من معدل الفاقد وخاصة بالنسبة للخضر .

لقد إنقضت ما يقارب أربع سنوات من الفترة الانتقالية التي حددتها منظمة التجارة الدولية ، وما تبقي من زمن لا يكاد يكفي لبناء اساس للنهضة الزراعية من خلال توطين التقانة الزراعية وتربية أصناف من الخضر والفاكهة لمقابلة المنافسة العالمية. وعليه لابد من اعداد خطة محكمة لتطوير الخدمات الاساسية الزراعية وتوفير الموارد والكوادر لها ، وبخاصة في مجال البحوث والارشاد والوقاية والاكتثار ، ثم في مجال العمليات الزراعية ونظم الري وخدمات ما بعد الحصاد . فبدون برنامج شامل ومتكامل لن تتحقق النتائج المرجوة ، ومن هنا فإن التنسيق والتعاون بين الأقطار العربية سوف يختزل الزمن من خلال الإستفادة من الخبرة الجماعية ومن خلال تعظيم الإستفادة من القوى المدربة في المنطقة العربية ، وخاصة في بعض الأقطار مثل مصر وسوريا والمغرب.

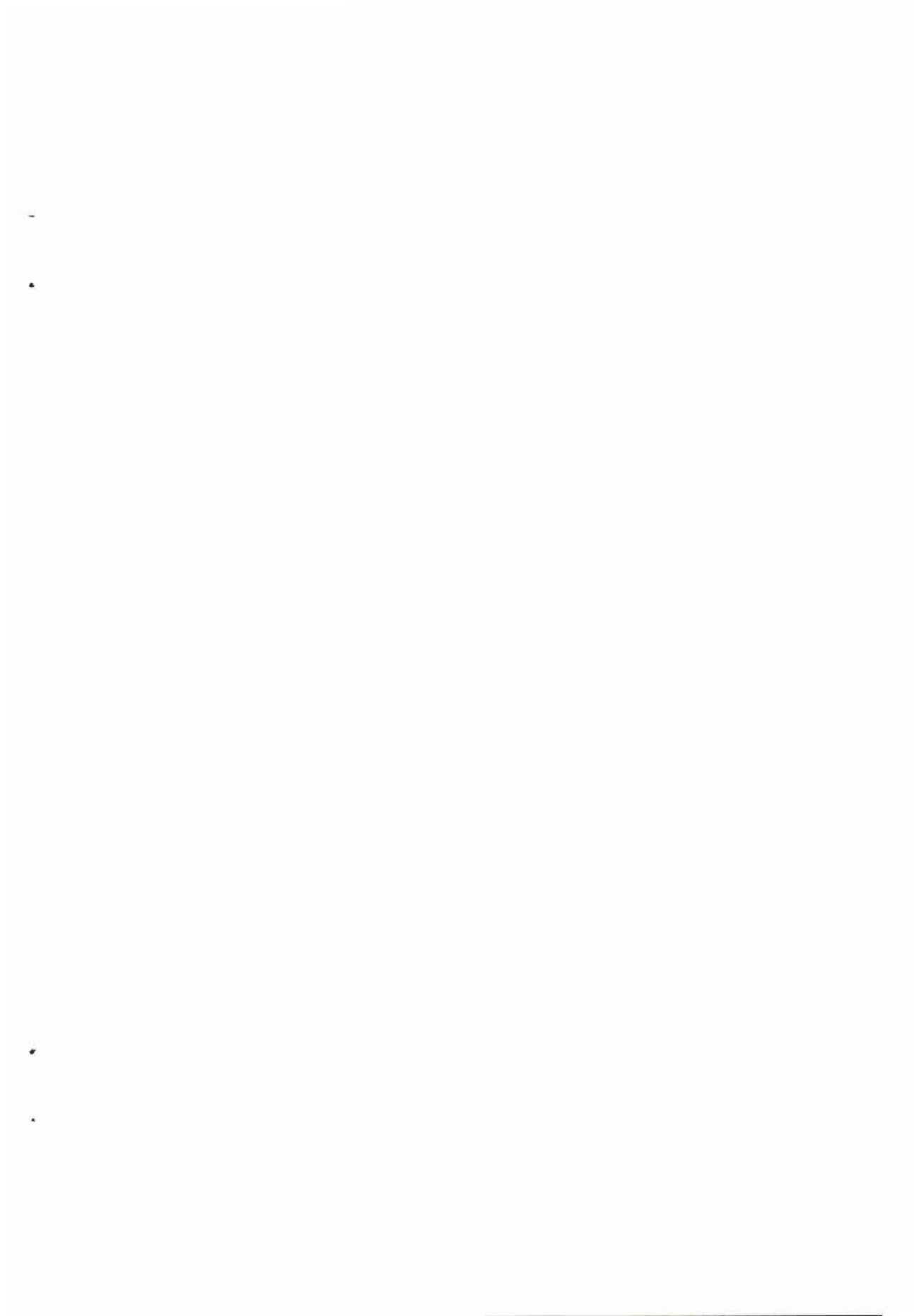
3-5-4 تصويب السياسات الاستثمارية لدعم الانتاج البستاني :

وضعت كل الأقطار العربية قوانين مشجعة للاستثمار تتضمن الكثير من الاعفاءات والتسهيلات ، غير أن تلك القوانين لم تساعد كثيراً في تكتيف الاستثمار وبخاصة في قطاع الخضر والفاكهة . والسبب في ذلك أن السواد الأعظم من الزراع والمنتجين في الوطن العربي يعانون من مشاكل التمويل بسبب ندرة الموارد الرأسمالية . ويعود ذلك للتواجد المحدود للمصارف المتخصصة في الاقراض الزراعي ، كما يعود في بعض الأقطار لارتفاع تكلفة الإقراض ، وللضوابط التي تحكم منح القروض كالضمانة العقارية التي لا تتوفر لصغار الزراع . وفي مثل هذه الاحوال لابد من النظر الى صيغ ملائمة مثل المشاركة أو التمويل الجماعي للزراع عن طريق شركات الزراع أو الاتحادات التعاونية . بغير ذلك لن يتمكن صغار الزراع من إحداث التوسع المطلوب في مجالات الإرتقاء بالإنتاج والإنتاجية من خلال استخدام القدر الكافي من المدخلات وتطوير نظم الري ، إضافة إلى تطوير خدمات ما بعد الحصاد . ومن ناحية أخرى ، فإن الإستثمار في أشجار الفاكهة يتطلب بالضرورة ائتمناً طويلاً ومتوسط الأجل ، غير أن فرص الاقراض التنموي محدودة في مصارف الدول غير النفطية . ومن شأن ذلك أن يعيق التوسع في انتاج الفاكهة ، وعليه لابد أن تهتم الأقطار العربية بالائتمان التنموي ، وأن تكون التسهيلات الائتمانية جزءاً لا يتجزأ من السياسات الاستثمارية .

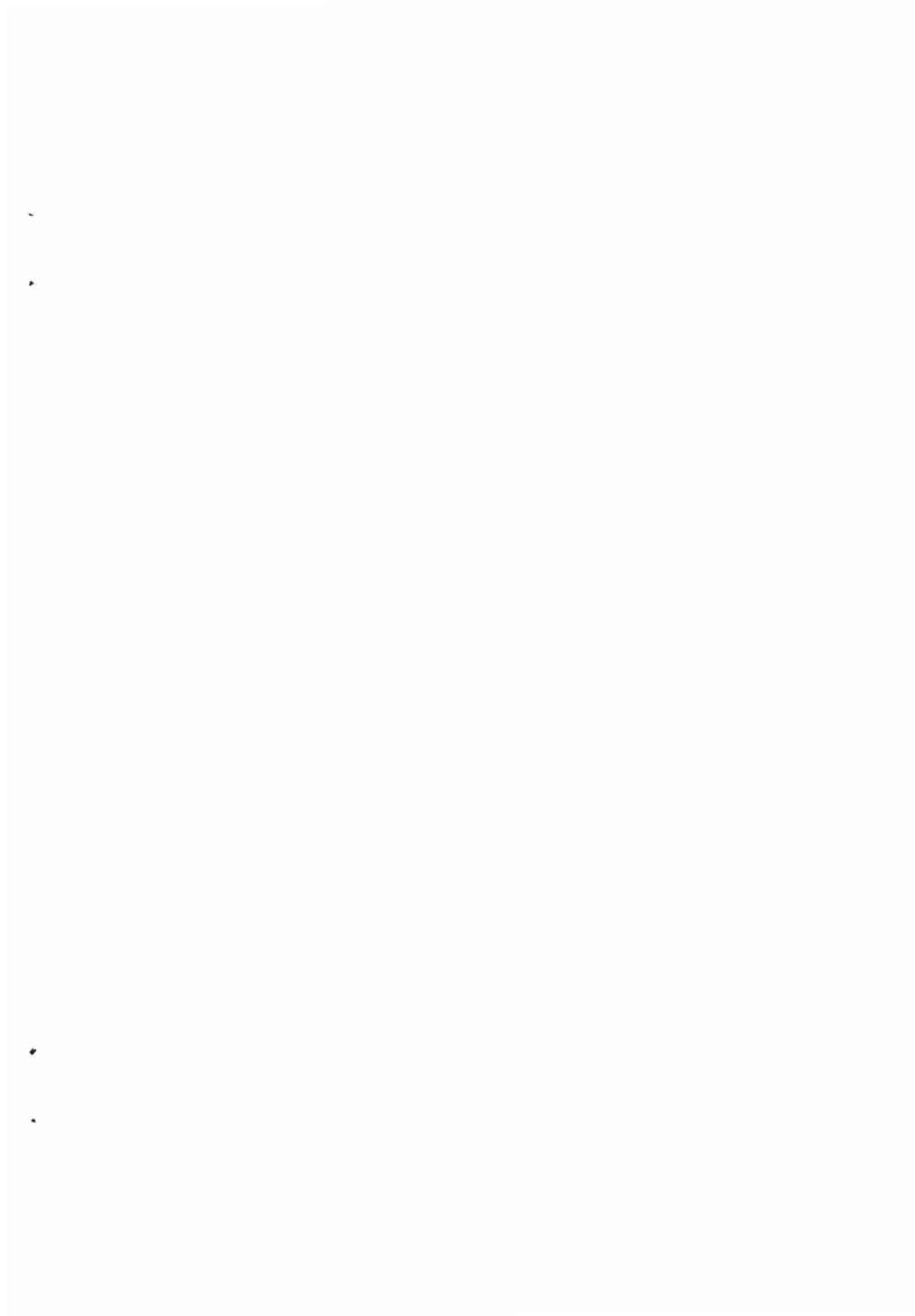
كذلك فقد درجت السياسات الاستثمارية على تصويب الإهتمام نحو الانتاج بون أن

تولي إهتماماً مماثلاً للخدمات المرتبطة بالإنتاج سواء للتوزيع الداخلي أو للتصدير. وعليه لابد من تقديم التسهيلات لتشجيع الاستثمار في هذا المجال ويستحسن في هذا الصدد أن تشترك القطاعات الأهلية في وضع وتخطيط السياسات الانتاجية وسياسات التصدير للخضر والفاكهة . وكمثال في هذا الصدد قام كل من المغرب والسودان بإنشاء شركات عامة لتنمية الصادرات البستانية تشارك فيها الدولة على قدم وساق مع القطاع الخاص بغرض تقديم الخدمات وحل مشاكل التصدير ووضع برامج فعالة للدعاية والترويج لمحاصيل الخضر والفاكهة في الداخل والخارج. ولعل الإهتمام بالداخل لا يقل أهمية عن الترويج في الخارج ، وليكون ذلك بمثابة حائط صد دون إغراق الأقطار العربية بالواردات من الدول الصناعية المدعومة بقدرات اعلامية وترويجية عظيمة. كذلك فإن من شأن هذه المؤسسات العامة أن تعمل من خلال البحوث التطبيقية على حل كل مشاكل التسويق وتوفير خدمات الارشاد التسويقي فنياً وإقتصادياً للزراع والمصدرين على السواء . ومن خلال هذه المؤسسات يسهل توفير قاعدة معلومات تسويق متطورة لتكون تحت تصرف المخططين والمصدرين والمنتجين .

إن الإستثمار في قطاع الفاكهة إستثمار طويل المدى وما لم تحل قضايا ملكية الارض وعلاقات الانتاج بين المستثمرين من جهة والزراع والعمال الزراعيين من جهة اخرى ، قد يصعب توفير الحوافز الكافية لتشجيع القطاع الخاص للتوسع في هذا المجال . ولعل القضية الأساسية في هذا المجال تتعلق بقوانين التصرف في الاراضي والتي تمنع غير المواطنين المحليين من تملك الأراضي ، فضلاً عن أن أي مستثمر لن يقبل عملية الإستثمار في أراضٍ لا يملكها . وعليه هناك حاجة لتغيير قوانين التصرف في الاراضي وبخاصة في الأقطار العربية ذات السعة في مواردها الزراعية كالسودان لفتح الطريق أمام رأس المال العربي للاستثمار وبشكل كبير في إنتاج وتصنيع وتصدير الخضر والفاكهة.



الباب الرابع
تسويق الخضر والفاكهة
في الأقطار العربية



الباب الرابع

تسويق الخضر والفاكهة في الأقطار العربية

1-4 تمهيد :

تعتمد عمليات تسويق الخضر والفاكهة على مجمل الأنشطة التي تحكم مسار المنتج من المزرعة الى المستهلك المحلي أو الخارجي ، والتي بموجبها يتم اعداد ونقل هذه المنتجات بشكل معين حتى تصل إلى موقعها النهائي في الوقت المحدد وبالشكل المطلوب. وتشتمل عملية تسويق الخضر والفاكهة على المسالك التسويقية من المنتج وحتى وصولها للمستهلك والخدمات التنسيقية المناسبة والمواصفات المطلوبة لضبط جودة هذه المنتجات .

2-4 المسالك التسويقية :

المسالك التسويقية هي القنوات التي تسلكها السلعة من المنتج الى المستهلك وذلك من خلال الاجهزة المختصة في التوزيع . وقد وضع جلياً من التقارير القطرية للدول العربية المختلفة ، والتي اعدت لهذه الدراسة ، أن هذه المسالك تختلف باختلاف طبيعة السلعة وبالعمليات التبادلية والتحويلية التي تتعرض لها اثناء تحركها في المسلك التسويقي حتي تصل إلى المستهلك بالمواصفات المطلوبة.

وتتسم المسالك التسويقية لحاصلات الخضر والفاكهة في معظم الأقطار العربية بأنها مسالك تسويقية طويلة ومتشعبة ، وتحتوي على العديد من الحلقات غير الضرورية مما يؤدي الى انخفاض كفاءة النظام التسويقي، حيث أن هذه الكفاءة تتأثر بصفة عامة بمقدار الهوامش التسويقية (الفرق بين سعر المنتج وسعر المستهلك)، وب نوعية ودرجات الخدمات التسويقية التي تتعرض لها السلعة.

ومما يزيد الأمر تعقيداً أن محاصيل الخضر والفاكهة تتميز بأنها سريعة العطب والتلف وغير قابلة للتخزين لمدة طويلة تحت الظروف العادية، وبهذا فهي في حاجة لقنوات تسويقية خاصة تساعد على تجنب التلف وتقلل من التقلبات الحادة في الاسعار

نتيجة لحجم العرض وقدرات السوق الاستهلاكية . ومع التوسع الذي حدث في انتاج الخضر والفاكهة حدثت بعض التطورات في قنوات التسويق وفي الخدمات المتاحة في الاسواق المختلفة ، ولكن بدرجات متفاوتة بين الأقطار العربية المختلفة.

يتم تسويق محاصيل الخضر والفاكهة في كل الأقطار العربية علي المستوى المحلي عبر سلسلة من المسالك التسويقية المتشابهة حتي وصولها الى يد المستهلك . أما التسويق الخارجي فإنه يختلف من قطر الى آخر حسب مستويات وطبيعة الإنتاج في الأقطار المصدرة ووفق السياسات التي تحكمها .

4-2-1 التسويق الداخلي :

يتم إنتقال محاصيل الخضر والفاكهة من المنتج إلى المستهلك في الأسواق المحلية والتي تتشابه في كل الأقطار العربية وفيها تتخذ مجموعة من الإجراءات بين البائعين والمشتريين في أماكن العرض ومواقع التصريف . وفيما يلي نورد نماذجاً للأسواق التي تتم فيها عملية تسويق الخضر والفاكهة في الدول العربية .

* الأسواق المحلية :

وهي تلك الأسواق التي تقع بالقرب من مراكز الإنتاج وتسمى أيضاً أسواق المنتجين . وتعتبر هذه الأسواق أول مكان تتفاعل فيه قوى العرض والطلب ، ويقوم المستهلك بالشراء مباشرة من المنتجين دون إعطاء دور للوسطاء ومستفيداً من الأسعار التي تضاهي مستويات التكلفة الإنتاجية ولا تضم تكاليف النقل والترحيل . وقد إتبع هذا النظام بعض المزارع في جمهورية مصر العربية في مناطق الصالحية من خلال شبكة من منافذ التوزيع . ويتم في هذه الأسواق كما هو الحال في سوريا ، بيع المنتجات للتجار المجاورين لأماكن الإنتاج ، بالإضافة للمستهلكين .

وفي دولة البحرين حيث يتصف إنتاج الخضر والفاكهة بالموسمية ، توجد هذه الأسواق على مستوى القرية - بالقرب من مناطق الإنتاج - ولا يزيد ما يتم تسويقه في هذه الأسواق عن 4% من جملة الإنتاج .

وفي جمهورية مصر العربية توجد بالإضافة لأسواق القرية هذه ، أسواق المركز وأسواق جانب طريق وأسواق المحافظة . وتشبه أسواق المركز أسواق القرية إلى حد كبير وتتميز عنها بارتفاع حجم الحاصلات المتداولة ، كما أن بعض التجار يمتلكون

متاجر دائمة في هذه الأسواق وتتسم هذه الأسواق بصفة عامة بضعف التسهيلات والبنية الأساسية . وفي أسواق جانب الطريق يقوم المنتجون بعرض منتجاتهم على منصات خشبية على جانب بعض الطرق السريعة . وأسواق المحافظة هي أسواق الجملة حيث يوجد سوق جملة في كل عاصمة محافظة تقريباً ، ويتم فيها البيع من تجار الجملة إلى تجار التجزئة والموزعين . وتتسم هذه الأسواق بصفة عامة بضعف الخدمات إذ تكاد تنعدم بأي منها خدمة التخزين المبرد على سبيل المثال.

* الأسواق والمراكز التجميعية :

تتجمع في هذه الأسواق المنتجات الزراعية من العديد من الأسواق المحلية . ففي سوريا يتم في هذه الأسواق تجهيز المنتجات الزراعية ومن ثم إعادة نقلها إلى الأسواق المركزية أو الأسواق التصديرية بالقرب من الموانئ أو النقاط الحدودية الأخرى .

وفي الجمهورية اليمنية توجد هذه الأسواق بالقرب من مناطق الإنتاج حيث يتم فيها تجميع المنتجات الزراعية ومن ثم إعادة تعبئتها وبيعها أو إرسالها إلى أسواق الجملة المركزية . ويوجد في اليمن اثنان فقط من هذه الأسواق ، وتقعان في منطقة تهامة بمحافظة الحديدة وهما : سوق الحسينية التجميعة وسوق المراوعة.

وفي الجماهيرية توجد هذه الأسواق في كل من مدن الزاوية ، بنغازي ، سبها ، غريان ومصراته . وتتبع هذه المراكز التجميعية إلى الشركة العامة للتسويق . وقد نجحت هذه المراكز في الحد من إحتكار الوسطاء.

وفي الأردن توجد أسواق التجميع التي يلتقى فيها المنتجون أو ممثلوهم والوسطاء مع تجار الجملة المحليين والمصدرين أو وكلائهم . وتضم أسواق الجملة المحلية تلك الأسواق التي أنشأتها سلطة وادي الأردن ، بما في ذلك أسواق العارضة، اليباس، الشونه الجنوبية والصافي. ويعمل حالياً من هذه الأسواق سوق العارضة وبه مخزن مبرد سعة ألف طن. ومعامل تصنيع الطماطم. كما تضم أيضاً أسواق الجملة الموسمية في بعض مناطق الإنتاج وتشمل سوق البقعة وسوق الكرامة في الغور الأوسط.

وفي جمهورية السودان يتركز تسويق معظم منتجات الخضر والفاكهة في عواصم الولايات والمدن الرئيسية ويعتمد الوارد لهذه المدن والعواصم على الإنتاج المحلي بالولاية المعنية إضافة لوارد الولايات الأخرى المجاورة.

* الأسواق المركزية:

تقع هذه الأسواق بين أسواق الإنتاج وأسواق الإستهلاك التي يضمها النظام التسويقي في البلدان العربية وفيها تتجمع وتتركز السلع الواردة من الأسواق المحلية والمراكز التجميعية. وكما هو الحال في سوريا يتم في هذه الأسواق تجهيز المنتجات الزراعية وتحويلها أو إعادة تحويلها. كما ويتم تخزينها أو تدريجها وتصريفها إلى أسواق الجملة الثانوية أو لأصحاب المصانع التحويلية أو يتم شحنها للأسواق التصديرية.

وفي الجمهورية اليمنية ينتشر هذا النوع من الأسواق في المدن الرئيسية الأهلة بالسكان وعلى وجه الخصوص في محافظات صنعاء ، تعز ، إب والحديدة ، إلا أن أغلبيتها ليست أسواقاً متخصصة حيث يتم فيها تداول منتجات أخرى ، إضافة للخضر والفاكهة ، كالحوانات الحية والحبوب والاعلاف الخضراء ، كما تتم فيها عمليات البيع بالتجزئة جنباً إلى جنب مع البيع بالجملة.

وفي الكويت يوجد ثلاث أسواق مركزية للخضر والفاكهة هي سوق شجرة الشويخ وسوق الرقة وسوق الجهراء. ويعتبر سوق شجرة الشويخ هي السوق المركزي الرئيسي للخضر والفاكهة بالكويت .

وفي الجزائر تعد هذه الأسواق العمود الفقري لتسويق الخضر والفاكهة وهي أكثر تنظيماً ومراقبة ويقصدها تجار نصف الجملة وتجار التجزئة. ويوجد في الجزائر 36 من هذه الأسواق موزعة على 33 ولاية.

وفي الجماهيرية الليبية تنتشر هذه الأسواق في مختلف مناطق البلاد وتنقسم الى عدة أسواق حسب نوع السلع.

وفي دولة البحرين توجد هذه الأسواق في المدن الكبيرة كالعاصمة المنامة . ووظيفة هذه الأسواق هي استقبال الإنتاج المحلي وتوزيعه على تجار التجزئة.

وفي جمهورية مصر العربية يوجد سوقى جملة رئيسيين للخضر والفاكهة ، أكبرهما سوق العبور بمحافظة القاهرة ، وسوق النزهة بمدينة الاسكندرية . وقد تم تخطيط سوق العبور على أحدث الاساليب العصرية كما تم ربط مناطق الإنتاج وتجمعات المستهلكين بشبكة ممتازة من الطرق السريعة.

وفي جمهورية السودان ادخل نظام السوق المركزي قبل سنوات قليلة في معظم المدن الكبرى وعواصم الولايات واكبرها السوق المركزي للخضر والفاكهة بالعاصمة "الخرطوم". وتتصف هذه الأسواق بصفة عامة بتوفر البنيات الأساسية خاصة سوق الخرطوم المركزي حيث يتعامل فيه المنتجون وتجار الجملة والمتعهدون وتجار التجزئة وفقاً لبطاقات معينة. وتوجد بالسوق مكاتب الصحة ومكاتب المواصفات والمقاييس وثلاجات لحفظ المنتجات.

كما أن في السودان ظاهرة مميزة في تسويق الفاكهة، خاصة المانجو والموالح، إذ أنه وفي حالات كثيرة يتم بيع إنتاج الحديقة مباشرة لتاجر الجملة أما عن طريق عطاءات أو بالاتفاق المباشر مع أحد تجار الجملة الذي قد يكون ممولاً للعمليات الزراعية خلال الموسم. وفي كلا الحالتين يقوم المشتري بعمليات الحصاد والتعبئة والتحميل. وفي بعض الحالات يقوم المنتجون بحصاد محصولاتهم وتجميعها وتعبئتها في عبوات من الكرتون أو الخشب ثم شحنها إلى الأسواق الرئيسية حيث يتم البيع إما لاصحاب وسائل النقل أو تجار الجملة أو تجار التجزئة.

وفي الأردن توجد بالإضافة لسوق الجملة المركزي للخضار والفواكه في عمان، توجد سبعة أسواق جملة أخرى للخضار والفواكه في الزرقاء واربد وجرش والطفيلة والسلط والكرك والمفرق.

وفي كافة الدول العربية فإن أسواق الجملة المركزية تقوم بمهامها المطلوبة الخاصة بعملية الموازنة بين العرض والطلب الأمر الذي يحقق إستقرار أسعار منتجات الخضر والفاكهة التي تتصف بالموسمية. وتتحدد في هذه الأسواق أسعار نسبة كبيرة من منتجات الخضر والفاكهة، كما تعتبر هذه الأسواق مصدراً هاماً للمعلومات التسويقية الزراعية خاصة فيما يتعلق بالعرض والطلب واسعار منتجات الخضر والفاكهة.

أسواق التجزئة:

وتعتبر هذه الأسواق حلقة الوصل النهائية بين المنتج والمستهلك، وعن طريقها يحصل اغلبية المستهلكين النهائيين على السلع التي تشبع حاجاتهم ورغباتهم. وتتمثل هذه الأسواق في مجموعة محلات أو أماكن للبيع بالتجزئة وكذلك الجمعيات التعاونية الإستهلاكية ومعارض الشركات المتخصصة في مجال الخضر والفاكهة.

4-2-2 التسويق الخارجي :

تساهم صادرات المنتجات البستانية خاصة الخضر والفاكهة بدور هام في اقتصاد العديد من الأقطار العربية حيث تقوم بعض هذه الأقطار مثل المغرب ومصر وتونس وسوريا والاردن ولبنان ، والتي لها بعض الميزات النسبية في انتاج بعض الخضر والفاكهة المرغوبة في الاسواق الخارجية من أوربية وعربية ، بانتاج وتجهيز وتصدير مثل هذه المحاصيل عن طريق مسالك تسويقية متخصصة تختلف اختلافاً جذرياً عن المسالك التسويقية المحلية . وبالرغم من أن هناك تطوراً ملحوظاً قد حدث في الصادرات البستانية في العديد من الأقطار العربية ، إلا أن هناك تبايناً كبيراً بين الدول العربية في مدى تطور صناعة تصدير الخضر والفاكهة . فالدول العربية التي تصدر الى اوروبا هي الأكثر تقدماً في هذا المجال نسبة لالتزامها بقوانين الدول المستوردة والتي انعكست ايجاباً على تطور قدراتها الفنية والادارية . ومن جانب آخر لا ينطبق هذا الوضع على التجارة البينية بين الدول العربية في هذا المجال ، اذ يلاحظ تدني في خدمات ونوعية الصادرات نتيجة لعدم وجود اللوائح والقوانين في بعض الأقطار العربية. ولتوضيح الوضع الراهن لتصدير الخضر والفاكهة سنتناول الدراسة تحليل الوضع التصديري للخضر والفاكهة في اثنين من اكبر الأقطار العربية المصدرة لحاصلات الخضر والفاكهة وهي مصر والمغرب .

ففي مصر ، يسود نظامان لتصدير الخضر والفاكهة بصفة أساسية وهما النظام التقليدي وهو السائد منذ زمن طويل ، والثاني هو النظام الحديث الذي يعتمد على منتجين ومصدرين متخصصين في حاصلات الخضر والفاكهة المتجهة أساساً للتصدير . فالنظام التقليدي ، والذي يتم اتباعه بواسطة الشركة الحكومية ، يعتمد بصفة رئيسية على شراء فائض الإنتاج واعداده للتصدير . ويتسم هذا الاسلوب باتباع تقنيات بسيطة وتقليدية في اعداد المنتج البستاني للتصدير . وفي إطار هذا المسلك التسويقي يذهب المصدر للمزرعة لشراء السلعة المزمع تصديرها وذلك بعد الاتفاق المسبق على الاسعار . وبعد ذلك يقوم المصدر بإحضار العبوات الى المنتج حيث يتولى الاخير عمليات الفرز والتدريج والتعبئة ، أو يقوم المصدر نفسه أو من ينوب عنه في الاعداد والاشراف على عمليات الفرز والتدريج والتعبئة بالمزرعة . في بعض الاحيان يتم التعاقد بين المنتج والمصدر على أسعار ثابتة مع بعض الزيادة وفقاً لحالة السوق أو يتم التعاقد على توريد كميات

محددة بسعر محدد خلال فترة التوريد . وقد يقوم بعض المنتجين بتصدير انتاجهم بأنفسهم ويستكملون احتياجاتهم التصديرية من منتجين آخرين .

وقد فشل هذا النظام على مدار السنوات الماضية في تطوير الصادرات وتنويع الاسواق ، كما أدى للتأثير على سمعة المنتج المصري في الاسواق الخارجية وخاصة الالبرية وذلك بسبب عدم الالتزام بالإنتاج المخصص للصادر والمطلوب بواسطة المستهلك الخارجي . فقد اثبتت التجربة ان العملية التصديرية التي تعتمد على فائض الإنتاج في السوق المحلي لا تستطيع المنافسة في الاسواق الخارجية المتخصصة وبذلك كان لهذا النظام أثر سلبي علي تطور العملية التصديرية لمحاصيل الخضر والفاكهة في مصر .

أما النظام الحديث ، والذي اتبع في السنوات الاخيرة ، فيتميز عن النظام التقليدي بالرغبة الجادة للمنتجين والمصدرين في تطوير نظم الإنتاج ومعاملات ما بعد الحصاد بهدف الإنتاج للتصدير والتنافس في الأسواق الخارجية لزيادة الانصبه السوقية (Market share) . كما أن المستثمرين المصريين من القطاع الخاص في هذا المجال على كامل الاستعداد للإستثمار في مرافق البنية الاساسية وفي التسهيلات اللازمة للتصدير ، بالاضافة لرغبتهم وقابليتهم في نقل وإستيعاب وتطبيق التقنيات الحديثة في مجال الإنتاج ومعاملات ما بعد الحصاد .

أما في المملكة المغربية فتتميز العملية التصديرية لمحاصيل الخضر والفاكهة بنظام محكم أملاه الوعي الكامل لدى المنتجين والمصدرين بطبيعة المنتج الذي يتميز بسرعة التلف وطول المدة بين القطف والوصول ليد المستهلك ، بالاضافة لبعد المسافة بين مناطق الإنتاج والاسواق الخارجية الموجه لها المنتج اصلاً . كما أن المنتج المغربي يعي ضرورة الالتزام بمواصفات ضبط الجودة التي تتطلبها تلك الاسواق ومواجهة المنافسة القوية من الأقطار الاخرى المنتجة لنفس السلعة ، لذلك نجد أن المنتج الدوجه للتصدير من خضر وفاكهة - في المغرب - يمر بعدد من المسالك المحددة والمنضبطة وذلك من خلال المنتج ، مراكز التعبئة والتغليف ، المجموعات المصدرة والمراقبة.

على مستوى الإنتاج ، نجد ان الإنتاج الموجه للتصدير يتم تحديده من حيث النوع قبل الزراعة ، وذلك حسب طلب السوق الخارجي الذي سيصدر اليه الإنتاج . ويتعين

على كل منتج عامل بهذا القطاع أن ينضم الي مركز تعبئة وتغليف ومجموعة مصدرة معينة إن لم يكن نفسه منتجاً ومعبأً في الوقت نفسه . وعلى المنتج أن ينقل المحصول الي مراكز التعبئة والتغليف وذلك للتصنيف والفرز والتعبئة في المواعين المناسبة للمحصول المعين المراد تصديره وذلك مقابل أجر محدد حسب نوعية الخدمة المطلوبة بحيث يظل الإنتاج ملكاً لصاحبه . وتنقسم هذه المراكز الى ثلاثة أنواع :-

- مراكز خاصة تابعة للمنتج .
- مراكز تابعة لمنتجين منضويين تحت جمعية تعاونية .
- مراكز خاصة على شكل شركات خدمات .

وقد تقوم المراكز التابعة للمنتج أو المراكز التعاونية بتقديم خدماتها للمنتجين أو مصدريهم آخرين ، كما أن بعض المراكز تتولي مهمة تسويق المنتج غير المصدر لفائدة اعضائها أو زبائنها .

أما دور المجموعات المصدرة ، فيتمثل في التسويق الخارجي للإنتاج المعبأ من طرف مراكز التعبئة والتغليف حسب مواصفات الجودة المحددة بالنسبة للأسواق الخارجية المعنية ، وذلك بعد خضوعه للمراقبة من طرف المصالح المختصة . بالإضافة لذلك تقوم المجموعة المصدرة بنقل الإنتاج الى الأسواق الخارجية . وتنقسم هذه المجموعات المصدرة الى ثلاثة انواع علي النحو التالي :-

- المجموعات المندمجة كلياً : وتتشكل من المجموعات التي تمتلك مزارع للإنتاج ومحطات للتعبئة والتغليف وتقوم بتسويق انتاجها . وقد تتكون هذه المجموعات من اشخاص من القطاع الخاص أو تعاونيات أو شركات تمتلك علامة أو عدة علامات تجارية خاصة بها .

- المجموعات المختلطة : وهي المجموعات التي تسوق انتاج منتجين آخرين بالإضافة الى انتاجها الخاص .

- المجموعات الغير المندمجة : وهي المجموعات التي لا تمتلك أي انتاج خاص بها ، وتكون العلاقة بينها وبين المتعاملين معها علاقة تجارية بحتة . فقد تقوم هذه المجموعات بفرز وتدرج وتعبئة منتجات تقوم تسويقها خارجياً لحسابها الخاص .

تحتم القوانين التي تحكم مسار الحاصلات البستانية في المملكة المغربية على خضوع جميع المنتجات البستانية المصدرة من المملكة المغربية للمراقبة والفحص من قبل المؤسسة المعنية بمراقبة وتنسيق الصادرات والتي تشرف عليها وزارة الفلاحة والاستثمار الفلاحي المغربية. وللمؤسسة مكاتب للمراقبة في كل موانئ التصدير التي تمر عن طريقها شاحنات الخضر والفاكهة المصدرة خارج البلاد والتي ترسل عن طريق الشاحنات المبردة أو السفن أو الطائرات . ويتمثل الهدف الاساسي لهذه المؤسسة في ضمان ملائمة المنتجات البستانية المغربية من خضر وفاكهة مع المواصفات الدولية المطلوبة.

3-4 الخدمات التسويقية :

اثبتت العديد من الدراسات أن هناك علاقة ايجابية مؤثرة بين معدل النمو في القطاع الزراعي والاستثمار في المجالات التي تؤدي الى تحسين الوصول للسوق . ويتمثل هذا في الاستثمار في البنيات الاساسية من طرق ووسائل ترحيل وخدمات تسويقية مساعدة . ويزداد الأمر أهمية بالنسبة لمحاصيل الخضر والفاكهة التي تتميز بمتطلباتها لمناولة معينة من الحقل الى يد المستهلك وذلك لقابليتها السريعة للتلف أو لاعادها بشكل يجعلها قابلة للاستهلاك بواسطة المستهلك.

تتركز الخدمات التسويقية لمحاصيل الخضر والفاكهة في مجمل معاملات ما بعد الحصاد والوسائل التي يمكن بها تحسين هذه المعاملات لتقليل الفاقد من المحصول بعد جمعه . وفيما يلي موجز للخدمات التسويقية الضرورية للخضر والفاكهة والتي يجب الاهتمام بها في الأقطار العربية المختلفة للوصول للتطور المنشود في هذا المجال والذي - من المفترض - أن يؤثر ايجاباً على معدلات العرض والطلب لهذا النوع من الحاصلات في السوق المحلي ويزيد من مقدرتها التنافسية في السوق العالمي .

1-3-4 الحصاد والتجميع والنقل من الحقل :

نسبة لأن معظم محاصيل الخضر والفاكهة تتصف بأنها طازجة وغضة وسريعة التلف عند المناولة بإهمال ، لذلك تتطلب عملية الحصاد حرصاً شديداً عند القطف حتى يمكن التقليل من التلف الذي قد ينشأ نتيجة لخدش أو ضغط أو تكسر اثناء الحصاد ، فيكون مدخلاً الى الآفات والحشرات التي تؤدي الى تلف بعض أو كل المحصول وتقليل

قيمته التسويقية على المستوي المحلي أو رفضه كلية بواسطة الاسواق الخارجية المستوردة.

قد تتطلب بعض الحاصلات البستانية استخدام بعض المعدات البسيطة مثل "المقصات" لفصل الثمرة عن الأم للتقليل من احتمالات الإصابة . من جانب آخر يلاحظ أن الحصاد باستخدام الآلة لا يعطي - في الغالب الأعم - الصفات المطلوبة في محاصيل الخضر والفاكهة التي تباع أو تصدر طازجة ، حيث أن المهارة الانسانية تعطي دائماً نتائج افضل وبالتالي سعر أعلى للمنتج . أما اذا كان الغرض من الحصاد هو التصنيع ، ففي هذه الحالة يفضل استخدام الآلة لأنها توفر وقت وجهد كبير في حصاد كميات كبيرة من المحصول الذي لا يتطلب مواصفات دقيقة وتجانس عالي .

كذلك يتحتم على الزراع وضع الحصاد بعد جمعه من الحقل في مكان ظليل حتى يمكن التقليل من تأثير حرارة الحقل على المنتج والتي تنعكس سلباً على المحصول بتغيير مظهره وتقليل عمر التخزين . وفي بعض الاحيان وعند تعذر الترحيل الفوري للمحصول ، يمكن انشاء مظلات متحركة في الحقل لجمع المحصول والفرز الأولي قبل نقله إلى مركز الفرز والتدريج والتعبئة وذلك كما هو في الأردن وسوريا والعراق حيث يقوم المزارعون بعد عملية قطف المحاصيل بتجميعها وإجراء عمليات فرز مبدئية في أماكن مظلة داخل الحقول وتعبئتها في عبوات السوق . وفي لبنان تبدو مشكلة إرتفاع تكاليف تجميع المحصول مما يؤثر على زيادة فاقد الإنتاج خاصة في تجميع الكرز والتفاح وكثيراً ما يترك المحصول تحت اشعة الشمس لعدم توفر صناديق التعبئة أو وسائل النقل (خاصة أن العديد من البساتين لا تتوفر بها الطرق الزراعية).

وفي الجماهيرية الليبية توجد مراكز للتجميع يسوق من خلالها المزارع إنتاجه من الخضر والفاكهة ويتم فيها فرز المنتجات وتدريجها وتعبئتها . وفي المغرب تتم عملية التجميع والفرز والتعبئة بصفة منتظمة للمنتجات الموجهة للتصدير والتي تتطلب معالجة إجبارية لتتلاءم ومتطلبات الأسواق الخارجية . وفي الكويت تتم عملية جمع المحصول يدوياً بواسطة العمال الزراعيين . وفي اليمن يتم عادة جمع المحاصيل في أماكن بعيدة عن المزرعة وتكون في غالب الأحيان عرضة لحرارة الشمس والأتربة ، وإلى جانب ذلك تساهم صغر الحيازات إلى حد كبير في خلق مشاكل وصعوبات تجميع وتسويق الخضر في اليمن.

4-3-2 الفرز والتدريج :

عملية الفرز هي الطريقة التي يمكن بواسطتها استبعاد الأشياء الغريبة عن المنتج إضافة إلى الثمار المصابة والتالفة والتي تخطت مرحلة النضج المطلوب للسوق بحيث يكون المنتج النهائي مقبولاً عموماً من قبل المستهلك أو قابلاً للتصدير أو التصنيع .

وتختلف خدمات الفرز والتدريج والطرق التي تتم بها اختلافاً كبيراً بين الدول العربية. فعلى سبيل المثال في اليمن تكاد تنعدم خدمات الفرز والتدريج حيث يسوق الزراع منتجاتهم دون فرز ، وبالتالي يفقدون الكثير من حوافز الصفات النوعية في حين يقوم بعض تجار الجملة والتجزئة بإجراء نوعاً من الفرز والتدريج تبعاً للشكل لبعض محاصيل الخضر والفاكهة.

وكمثال آخر فإن عمليات الفرز غير منتشرة في الكويت حيث يكفي المزارع بعلمية فرز المحصول بإبعاد التالف. وبصفة عامة لا توجد درجات أو رتب لأي محصول مما يجعل تحديد الأسعار غير خاضع لأي مقاييس ، وقد تجري بعض محلات البيع بالتجزئة فرزاً للسلة قبل بيعها. وفي بعض الدول العربية الأخرى تتم عمليات الفرز والتدريج يدوياً ، كما هو الحال في دولة فلسطين ، حيث توجد في محافظات غزة مراكز فرز وتدريج وتغليف وتعبئة الحمضيات المعدة للتصدير ، كما توجد مراكز معاملة الزهور والتوت الأرضي المعدة للتصدير.

وفي الجماهيرية تجري عمليات الفرز والتدريج في مراكز التجميع وكذا الحال بالنسبة للمغرب حيث توجد 247 وحدة مختصة في مجال التجميع والفرز والتعبئة ، منها 63 وحدة خاصة بالحوامض و 184 وحدة خاصة بالبواكر.

وفي سوريا ، وبعد صدور بعض القوانين التي تنظم هذه العمليات ، وبتاحة مجالات واسعة للمستثمرين ، صارت عمليات الفرز والتدريج تؤدي آلياً في كثير من المراكز ، كما أقيم الكثير من المعامل لتذليل صعوبات الفرز والتدريج والتعبئة والتغليف. وفي لبنان يتم فرز وتدريج حوالي 80% من الحمضيات آلياً ولكن هناك الكثير من مشاتل التفاح تتم فيها عمليات الفرز والتدريج يدوياً بعد أن كان آلياً. أما في العراق فيتم تعبئة المحصول مباشرة في العبوات وتكون كافة الدرجات في عبوة واحدة.

4-3-3 التعبئة والتغليف :

وهذه المرحلة تعنى بوضع المنتج حسب درجته في عبوة معينة تعتمد على نوعية المنتج . وفي العادة تصنع العبوات من الخشب والكرتون أو المنتجات الصناعية الأخرى المسموح بها وذلك لتسهيل عملية الترحيل والمحافظة على المنتج حتى يصل الى يد المستهلك بصورة جيدة . وهذه المرحلة ، على الرغم من أنها لا تغير من مواصفات المنتج إلا أنها ضرورية جداً للأغراض التسويقية المختلفة.

غير أن هناك بعض الدول مثل العراق تتم عمليات التعبئة في عبوات تقليدية وبدون إجراء عمليات التغليف . وايضاً في الأردن لا تؤدي وظيفة التعبئة بشكلها المطلوب وهناك مساعي جادة لإصدار قرارات تنظم هذه العملية في تلك الأقطار.

أما في سوريا ، وكما تمت الإشارة اليه سابقاً ، فإن صدور بعض القوانين المنظمة لهذه العمليات قد أزال الكثير من عقبات هذه العمليات التي أصبحت تؤدي آلياً.

وفي الكويت يتم تعبئة الخضروات الورقية في صناديق أو أقفاص كبيرة الحجم ويتم تجزئتها في الأسواق الي حزم لبيعها بالتجزئة أو تعاد تعبئتها في صناديق صغيرة.

وفي المغرب ، وكما تمت الإشارة اليه سابقاً ، فتوجد وحدات كثيرة للتجميع والفرز والتعبئة . وجدير بالذكر أن عمليات الفرز الخاصة بالمنتجات الموجهة للأسواق الداخلية لا تخضع لمقاييس محددة وتنحصر في تقسيم عام يتصل بصفات الجودة . ويعد عدم خضوع المنتجات الموجهة للاستهلاك المحلي لمواصفات ضبط الجودة من العوامل التي تؤدي الي ارتفاع نسبة التلف خلال العملية التسويقية وصعوبة تحديد اسعار المنتجات حسب جودتها أو درجاتها .

وفي لبنان يتم استخدام عبوات مختلفة ومتنوعة خاصة بالنسبة للمنتجات الموجهة للتسويق المحلي وينحصر التغليف لثمار التفاح فقط.

وفي اليمن يوجد أيضاً أنواع متعددة من العبوات تشمل الصناديق الخشبية لتعبئة منتجات العنب ، وتستخدم العبوات البلاستيكية في تغليف محاصيل الطماطم والعنب والبرتقال وغيرها ، إلا أن استخدامها يعتبر محدوداً لإرتفاع اسعارها . كما توجد العبوات الكرتونية وهي الشائعة الاستعمال ، خاصة في تعبئة الموز . كما يتم استخدام

الجالات في تعبئة كثير من الاصناف مثل البصل والبطاطس والبامية والبانجان مما يؤثر على مستويات الجودة خاصة بالنسبة للحاصلات الخضرية.

4-3-4 النقل من محطات التعبئة :

تعتبر عملية نقل و شحن المنتجات الزراعية عملية اساسية وهامة لنجاح تسويق المحاصيل التي تتميز بسرعة التلف لأنها تلعب دوراً كبيراً في توسيع حجم السوق ، وبالتالي تحفز الزارع على التوسع في الإنتاج ، لذلك يتطلب النقل الى المسافات البعيدة تحسين الطرق وزيادة كفاءة الشاحنات الناقلة للمحصول ، بحيث تكون جيدة التهوية ويمكن السيطرة على درجة الحرارة المناسبة للمحصول المراد نقله . كما انه من الضروري دراسة ومعرفة طرق رص العبوات الصحيحة داخل وسيلة النقل بحيث يسمح بمرور الهواء على كل العبوات بصورة جيدة تضمن عدم تكون جيوب هوائية ساكنة تزيد من الرطوبة والحرارة ، بما يساعد على نمو الفطريات والجراثيم على المنتج ويؤدي الى تلفه. وباختصار ، فإن عملية النقل هي العملية التسويقية التي يتم عبرها نقل المنتج من المزرعة الى مواقع الاستهلاك أو التصدير بطريقة تحفظ صفات المنتج الفيزيائية والتسويقية وليصل في الزمان والمكان المطلوب.

يتم في العادة ، وفي معظم الأقطار العربية التي تعمل في مجال تصدير الخضر والفاكهة ، نقل هذه المنتجات من مراكز التعبئة لموانئ الشحن عن طريق الشاحنات المبردة وبتوقيت مناسب ليصادف سفن الشحن الى الأقطار المستوردة. وقد انتشرت في السنوات الاخيرة عملية النقل بالشاحنات المبردة عبر الأقطار المختلفة مثل ما يحدث من نقل وترحيل للخضر والفاكهة من سوريا ولبنان والاردن الى دول مجلس التعاون الخليجي. وقد إتجه السودان مؤخراً لتأجير شاحنات مبردة من المملكة العربية السعودية ومن المملكة الاردنية الهاشمية لنقل الخضر والفاكهة مباشرة من مراكز الاعداد والتعبئة في الخرطوم للموانئ المطلوبة في الأقطار العربية . أما المغرب فقد كانت تعتمد في نقل الخضر والفاكهة للاسواق الاوربية عن طريق النقل البحري ولكن يتم في الونة الاخيرة نقل الشاحنات بعبواتها المختلفة عبر العبارات البحرية الى الاسواق الاوربية مما يقلل من تكلفة الشحن وتقليل التلف الذي يصاحب عمليات المناولة المتعددة حتي تصل الى السوق النهائي.

ويعتبر النقل الجوي عنصراً هاماً في تجارة الصادر وخاصة بالنسبة لهذا النوع من المحاصيل وفي مطلع الموسم الإنتاجي ، وذلك للحاق بالأسعار العالية المتزامنة مع قلة العرض . وبالرغم من أن النقل الجوي يساعد في إختصار الزمن ، وهو عامل مهم بالنسبة للخضر الطازجة ، ولكن ارتفاع تكلفة الشحن الجوي يحد من فرص استخدامه بشكل واسع ففي لبنان مثلاً يتم نقل كميات محدودة جداً من منتجات الخضر والفاكهة إلى بعض دول أوروبا وأفريقيا .

4-3-5 التخزين المبرد :

تستخدم في هذه المرحلة المخازن المبردة لزيادة العمر الافتراضي لمنتجات الخضر والفاكهة مقارنة بالمحاصيل الحقلية التي يحتفظ بها تحت ظروف التخزين الطبيعية . وتستخدم هذه الطريقة للحفاظ على المنتج من التغيرات الضارة والمؤثرة على طبيعته، خاصة تحت الظروف غير الملائمة لتصريف السلع المنتجة أو المستوردة من خارج القطر . كما يستفاد منها في تحقيق التوازن بين العرض والطلب باتاحة الكميات المناسبة المطلوبة بواسطة المستهلك في الوقت المطلوب. من جانب آخر تحتم طبيعة الإنتاج الموسمي لبعض محاصيل الخضر والفاكهة استخدام طرق التخزين المبرد للمساعدة في اتاحتها للمستهلك في غير موسمها . وقد يستعمل التخزين المبرد في بعض الحالات لتحسين مواصفات السلعة بغرض الاستهلاك بمواصفات خاصة.

لا يزال الجانب الاعظم من السعات التخزينية في الوطن العربي يقوم علي التخزين التقليدي ، ويعود السبب في ذلك الى أن معظم الإنتاج يتجه الى السوق المحلي ولا يحتاج الى تخزين لفترات طويلة تستوجب وجود أوعية تخزين بمواصفات عالية للاحتفاظ بسلامة المحاصيل سريعة التلف تحت الظروف العادية . وقد شهدت السنوات الاخيرة إهتماماً أكبر بتشبيد مخازن حديثة بواسطة القطاع الخاص في اغلب الدول العربية ، ففي المملكة المغربية توجد (225) وحدة تخزين مبرد للخضر والفاكهة بطاقة اجمالية تقدر بحوالي (230) ألف طن ، وتتركز اساساً في مدن الدار البيضاء واكادير وفاس ومكناس وبركان ، وتتوزع بين الموانئ للصادر والمدن الرئيسية لتخزين الإنتاج الموجه للسوق المحلي .

وفي العراق تفي الطاقة التخزينية المبردة فقط بنحو 30٪ من اجمالي الاحتياجات

الفعلية مما يؤثر سلباً على كفاءة انسياب الخضر والفاكهة خلال السنة ، حيث تصل الأسواق كميات أكبر من طاقة هذه الأسواق خلال مواسم الحصاد مما يؤدي الى تدني أسعار هذا النوع من المحاصيل بشكل كبير . من جانب آخر يقل العرض في الأشهر الأخرى من العام وترتفع الأسعار فوق طاقة السواد الأعظم من المواطنين ، وفي هذه الحالة فإن نصيب المنتج من العوائد يعتبر ضئيلاً قياساً بمجموعة السماسرة وأصحاب المخازن المبردة التي يستأثرون بالشق الأعظم . أما في المملكة الأردنية الهاشمية فقد قامت شركة التسويق بتنفيذ مشروع رائد تم من خلاله إنشاء مخازن مبردة بطاقة تبلغ حوالي 15 ألف طن وهي كافية لسد احتياجات السوق المحلي . كما تم تشييد وحدة للتبريد الأولى في مطار الملكة عالية بعمان ، لتهيئة الخضر والفاكهة للشحن الجوي وللحفاظ علي جودة الخصائص النوعية لتلك السلع لتمديد فترة الصلاحية للاستهلاك. وفي الجماهيرية العظمى يتم تخزين الخضر والفاكهة في مخازن مبردة ملحقة بمكاتب التسويق وبطاقة محددة لا تناسب حجم الإنتاج ، كما أن انشائها في المدن وبعيداً عن مناطق الإنتاج يعرض الإنتاج الي التلف خلال عملية النقل. ويشكو المنتجون في جمهورية مصر العربية من ذات المشكلة ، حيث أن الجمعيات التعاونية التي تقوم بمعظم انتاج الخضر والفاكهة لا تملك أوعية خاصة بها كما أن الأوعية المقامة من قبل القطاع الخاص لا تفي بالاحتياجات وتكرر المشكلة في الجزائر بشكل حاد مما أثر على حجم الإنتاج المحلي الكلي . أما في لبنان فتركز خدمات التخزين في محاصيل الفاكهة وخاصة التفاح والعنب والكمثري وفي حدود مائة ألف طن ، ولا تتوفر في الوقت الراهن أوعية كافية للخضر وخاصة البطاطس والبصل والثوم وغيرها . وفي السودان لا تتعدى الطاقة التخزينية المبردة (40) ألف طن وتستخدم أساساً في تخزين انتاج البطاطس ويتركز أغلبها في العاصمة بالقرب من أسواق الاستهلاك الرئيسية.

4-3-6: التصنيع :

يعتبر التصنيع التحويلي من المراحل الخدمية المكملة للعملية التسويقية ، إذ يستفاد منها في إمتصاص الفائض المنتج من العملية التسويقية أو فائض المنتج الذي لم يوف متطلبات التصدير أو لم تسمح بعض الظروف الخارجية من تصديره في الوقت المطلوب.

وقد إتجهت معظم الأقطار العربية خلال عقدي الستينات والسبعينات الى إنشاء عديد من هذه الصناعات التحويلية لتعليب الخضر والفاكهة و انتاج المركّزات والعصائر وغيرها من السلع الغذائية المصنعة. وقد تم انشاء معظم تلك المصانع في اطار استراتيجية الاحلال بدلاً عن الواردات ، كما في حالة السودان ، أو بفرض التصدير كما في حالة مصر والمغرب وغيرهما من الدول العربية.

وتشير الدراسات القطرية لمختلف الأقطار العربية ، الى أن الطاقة التصنيعية في معظم الأقطار أكبر من الإنتاج المتاح للتصنيع مما يجعل تلك المصانع تعمل بطاقة اقل بكثير عن الطاقة التصميمية أو تضطر الى استيراد المواد الخام من الخارج. ومهما يكن من أمر فإن المصانع في كل الأقطار العربية بحاجة للعمل في ظل استراتيجية تستوجب التحديث المتواصل لتقنيات التصنيع والتجهيزات المختلفة لمواكبة متطلبات الاسواق وانواق المستهلكين وظروف المنافسة الدولية القادمة في ظل المستجدات في التجارة الدولية.

ويشير التقرير القطري للمملكة المغربية أنه يتوفر (160) وحدة تصنيع للخضر والفاكهة بطاقة تقدر بحوالي مليون طن ولكنها في الواقع تعمل بطاقة لا تزيد عن 70٪ من الطاقة الاستيعابية . أما في السودان فهناك عدد قليل من المصانع التحويلية لمحاصيل الخضر والفاكهة ولكنها تعمل بطاقة تقل عن 30٪ من الطاقة التصميمية وذلك لاسباب عديدة ، اهمها ضعف الإنتاج المتاح من الخضر والفاكهة ، بالإضافة الي ضعف مصدر التمويل وعدم توفر قطع الغيار . وربما يعود السبب في ذلك الى أن هذه المصانع ظلت طوال عهدها تعمل للسوق المحلي وبمواصفات متواضعة لا تنافس في الاسواق الخارجية ولهذا لا تتوفر لادارة المصانع حاجتها من العملات الصعبة لشراء قطع الغيار والمدخلات المختلفة مما يؤثر سلباً على حركة الإنتاج في المصانع .

يوجد في الجماهيرية العظمى عدد كبير من مصانع الخضر والفاكهة ومصانع تجفيف البصل والثوم والتي تعتمد بشكل رئيسي على الإنتاج المحلي وتستكمل بقية الاحتياجات ، وخاصة معجون الطماطم ، بالاستيراد من الأقطار الاوربية . وقد واجهت المصانع الليبية - في السنوات الاخيرة - مشاكل توفير المدخلات الضرورية لهذه الصناعات وذلك بسبب الحصار المفروض على البلاد منذ عام 1992 . أما في الجزائر فيقتصر التصنيع على انتاج الصلصة والمنتجات الاخرى الشبيهة.

وتتميز جمهورية مصر العربية ، بوجود عدد كبير من المصانع التحويلية للخضر والفاكهة ، إلا أن كفاءة هذه المصانع متدنية بالمقاييس الحديثة ، وذلك لعدم المعدات في الغالبية العظمى منها .

وبالرغم من أن التصنيع في مجالات الخضر والفاكهة يعتبر من العوامل الهامة لتحقيق الاستقرار في اسعار هذا النوع من المنتجات الزراعية وذلك عن طريق استيعاب الفائض من الإنتاج وزيادة قيمته المضافة ، إلا أنه من الضروري النظر إلى هذه العملية في إطار أن التصنيع التحويلي للخضر والفاكهة هو في الأساس عملية استثمارية تحتاج إلى ضمان تدفق المادة الخام اللازمة للإنتاج بصورة لا تعرقل أو تحد أو تهدد بتوقف عملية التصنيع في حالة عدم توفر الخام . لذلك فإنه من الضروري تناغم وتكامل عملية الإنتاج والتسويق المحلي والتصدير والتصنيع بحيث يمكن توجيه النوعيات منخفضة الجودة نسبياً للتصنيع وتحول الدرجات المتوسطة والعالية للأسواق المحلية والصادر وفق الأسس المعتمدة لذلك .

4-3-7 التمويل التسويقي :

ويقصد بهذه العملية تأمين الأموال اللازمة للانفاق على عملية التسويق بكافة مراحلها . ولما كان معظم منتجي الخضر وبعض منتجي الفاكهة هم من صغار المنتجين نجد أن تمويل العمليات المرتبطة بالتسويق تقف حجر عثرة أمام إنسياب منتجاتهم إلى الأسواق المختلفة ، لذلك تتم هذه العملية في الغالب الأعم عن طريق التمويل من كبار المنتجين أو تجار الجملة أو السماسرة وذلك وفق اتفاقيات عرفية تختلف ظاهرياً من بلد إلى آخر ، ولكنها تتفق جميعاً في البيع المقدم لتجار الجملة أو السماسرة للحصول على التمويل مما يجعلهم مرتبطين بتجار بعينهم وبذلك يؤدي إلى إضعاف مركزهم التنافسي .

من جانب آخر، يوفر التمويل وخاصة من المؤسسات الحكومية مثل مؤسسة الاقراض الزراعي بالاردن ، رأس المال اللازم للقيام بالانشطة التسويقية المختلفة ، خاصة تلك التي تحتاج إلى إستثمارات كبيرة مثل محطات التعبئة ، والمخازن المبردة وشاحنات النقل وغيرها . ولكن علي مستوي المنتجين لا يوجد لدى مؤسسات التمويل الحكومية أي برامج لتمويل المتعاملين في تسويق الخضر والفاكهة ، حيث أن وكلاء البيع هم المصدر الأساسي لتمويل المزارعين ، أما المصدرون فيعتمدون بشكل رئيسي على المصارف التجارية .

ولعل السبب المباشر في عدم توفر التمويل التسويقي لمنتجات الخضر والفاكهة يتمثل في عدم قبول المنتج من خضر وفاكهة كضمان لاسترجاع قيمة التمويل وفائدته وذلك نسبة للمخاطرة المتعلقة بسرعة تلف هذا النوع من المنتجات الزراعية.

4-3-8 المعلومات التسويقية :

وهي مجمل المعلومات المتعلقة بموقف المنتج من ناحية العرض والطلب والأسعار المتاحة في الاسواق الداخلية أو الخارجية ، ونوعية ومصدر وسعر المنتجات المنافسة وتوقيت دخولها للأسواق . وتشتمل المعلومات التسويقية أيضاً على الإحصاءات المختلفة الخاصة بالإنتاج والتسويق ومواصفات ضبط الجودة المطلوبة في الاسواق المستوردة وتشمل كذلك المعلومات المتعلقة بالتحليلات والتنبؤات ذات الصلة بحركة الإنتاج من ناحية التداول الموسمي أو السنوي وما يحدث من تذبذبات غير متوقعة. الجدير بالذكر أن تلك المعلومات لا تتوفر بشكل مؤسسي ومنظم في معظم الأقطار العربية المنتجة للخضر والفاكهة ، فيضطر المصدر لجمعها بجهد فردي وقد يتيحها للآخرين من الجيران أو المعارف . وقد قامت مؤسسة التسويق الزراعي الاردنية بإنشاء قسماً للمعلومات التسويقية يضم قاعدة بيانات للسوق المحلي والخارجي وشعبة لأخبار السوق ، ولكن وبالرغم من هذا الجهد فإن المؤسسة تحتاج الى دعم مستمر للاستمرار في برامجها لاستكمال وتطوير نظام المعلومات التسويقية المطلوب الذي يخدم رفع كفاءة تسويق منتجات الخضر والفاكهة في الأردن على المستويين المحلي والخارجي.

4-4 السياسات السعرية:

تعد الأسعار والسياسات السعرية من أهم العوامل الإقتصادية لتوجيه الموارد وكفاءة إستخدامها في العمليات الإنتاجية والتسويقية المختلفة.

وقد أدى تطبيق سياسة التحرير الإقتصادي لتحرير أسعار المدخلات والنواتج في الدول العربية حيث يتم تحرير الأسعار في معظم الحالات عن طريق تفاعل قوى العرض والطلب إذ تم إلغاء القيود على تحديد أسعار المنتجات الزراعية.

وقد شرعت الدول في التخلي عن دعم مدخلات الإنتاج إما بصورة تدريجية كما في الأردن ، وسلطنة عمان ، وسوريا والجمهورية التونسية وموريتانيا . أو كلياً كما في الجزائر واليمن والسودان والبحرين ودولة قطر .

وفي دولة الكويت تؤدي الأسعار دورها في إطار من الحرية الإقتصادية حيث تتحدد الأسعار الإستهلاكية للسلع الزراعية والغذائية وفقاً لتفاعلات السوق في إطار التوجه العام الذي يستهدف الحد من التصاعد في الأسعار وذلك بإعفاء مدخلات الإنتاج الزراعية من الرسوم الجمركية وتوسيع قاعدة المنافذ التسويقية لتسويق الإنتاج المحلي .

كما تقدم الدولة دعم نقدي مباشر للمنتجين الزراعيين (الإنتاج النباتي) لأصحاب المزارع المرخصة لإنتاج مجموعة من الخضر والمحاصيل وذلك وفقاً لمقدار معين من الدعم مقروناً بمعدلات قصوى من الإنتاج من وحدة المساحة (يختلف حسب المحصول). ويشترط أن يتم تسويق الإنتاج إلى الجهات المعتمدة من الهيئة العامة للزراعة للحصول على الدعم

وفي العراق حيث ينصب في الوقت الراهن إهتمام الدولة ، وبشكل كبير ، على توفير الحبوب كغذاء إستراتيجي في إطار تحقيق الأمن الغذائي ، يتم تحديد أسعار شراء الحبوب من المزارعين على ضوء الدراسات التي تعدها لجان حكومية متخصصة تأخذ بعين الإعتبار عدد من المؤشرات و بما في ذلك الأسعار العالمية وتكاليف الإنتاج ، ويراعى أيضاً عند تحديد الأسعار ضمان حصول المزارعين على أسعار جيدة تحفزهم على زيادة الإنتاج ، ويتم الإعلان عن الأسعار قبل بداية عمليات الزراعة والبيادر.

أما بالنسبة لأسعار وتسويق الخضر والفاكهة والمنتجات الحيوانية ، فليس هناك تدخل من جانب الدولة في تحديد الأسعار سواء للجملة أو القطاعي حيث يتم تحديد الأسعار وفقاً لآلية السوق.

وفي سوريا فإن أهم ما تميزت به السياسة السعريّة للإنتاج الزراعي بعد عام 1986 ما يلي :

- تلازم السياسات السعريّة مع سياسة التنمية الزراعية وإعتبار الأسعار وسيلة لتنفيذ الخطط الإنتاجية خاصة فيما يتعلق بالمحاصيل الرئيسية.
- تحديد الأسعار إستناداً الى دراسة لتكاليف الإنتاج وإعطاء هوامش ربحية مناسبة للمحاصيل الرئيسية.
- رفع الدعم تدريجياً من مستلزمات الإنتاج .

ولقد إعتمدت عدة أنظمة رئيسية لتسعير المنتجات الزراعية بما في ذلك السلع الغذائية للخضر والفاكهة هي:

(أ) التسعيرة الرسمية : وهي المحددة من قبل المجلس الزراعي الأعلى ليتم تطبيقها على محاصيل أخرى غير الخضر والفاكهة مثل القطن ، التبغ ، الشوندر السكري .

(ب) التسعيرة التأشيريه : وتحدد أيضاً من قبل المجلس الزراعي الأعلى ليتم تطبيقها على محاصيل العنب العصري ، التفاح ، الحمضيات ، الثوم ، البصل ، وبعض المحاصيل الاخرى غير الخضر والفاكهة مثل القمح ، العدس ، الحمص ، الذرة الصفراء ، الفول السوداني ، زهرة الشمس ، فول الصويا . مع الأخذ بعين الإعتبار حرية التوريد للمنتجين بهذه الأسعار لمؤسسات القطاع العام مع الزام مؤسسات القطاع العام بشراء كل ما يعرض عليه بهذه الأسعار.

(ج) الأسعار التموينية : ويتم تحديد هذه الأسعار بواسطة لجنة يرأسها مندوب من وزارة التجارة والتموين وفق حالات العرض والطلب لأهم المنتجات النباتية (الخضر والفاكهة) والمنتجات الحيوانية. وكذلك يتم تحديد أسعار السلع الغذائية الأخرى المستوردة كالأرز والشاي والبن . وعادة تكون الأسعار التموينية قريبة نسبياً من الأسعار الحرة.

(د) الأسعار الحرة : وتشمل بقية المنتجات مثل الحليب والبيض واللحوم وبقية المنتجات النباتية.

(هـ) الأسعار التصديرية: ويتم تحديد الاسعار التصديرية للخضار والفواكه بواسطة لجنة يرأسها مندوب وزارة التموين .

وفي السودان تقوم الدولة بتشجيع إنتاج محاصيل معينة عن طريق تحديد الحد الأدنى لاسعارها كما في حالة الصمغ العربي والقمح والبنور الزيتية والقطن . أما بالنسبة للخضر والفاكهة فليس هناك تدخل من الدولة في تحديد أسعارها .

4-5 المؤسسات والهيئات العاملة في مجال تسويق المنتجات الزراعية :

تشتمل المؤسسات والهيئات العاملة في مجال تسويق المنتجات الزراعية في العديد من الاقطار العربية على المؤسسات التسويقية الحكومية والجمعيات والتنظيمات غير الحكومية. فتوجد في الاردن مؤسسة التسويق الزراعي والتي تضم خمس مديريات في :

- مجالات تقنية مابعد الحصاد وتضم قسم الجودة ، قسم تكثيف الإنتاج وقسم الصناعات الغذائية.
- مجالات الدراسات والمعلومات التسويقية وتضم قسم الدراسات التسويقية وقسم المعلومات .
- مجالات الرقابة وتضم قسم سوق عمان المركزي، قسم الاستيراد والتصدير وقسم الرقابة .
- مجالات تنمية الصادرات وتضم قسم المعارض وبحوث الاسواق وقسم العلاقات العامة والتعاون الدولي.
- ومجالات الإدارة المالية .

وفي المغرب توجد المؤسسات العامة المستقلة مثل المكتب الوطني المهني للحبوب القطني ، ومكتب التسويق والتصدير ، والمؤسسة المستقلة لمراقبة وتنسيق الصادرات . وتوجد أيضاً التنظيمات المهنية العاملة في مجال التسويق والتي تضم التعاونيات الفلاحية مثل تعاونيات الاصلاح الزراعي. وكذلك الجمعيات المهنية الفلاحية حيث يوجد في المغرب أكثر من خمسين جمعية مهنية فلاحية تعني برعاية مصالح المنتجين وتعمل على ضمان عائدات معقولة لا سيما عن طريق تنظيم التسويق.

وفي اليمن تشتمل الجهات التي تقوم بعمليات تسويق المنتجات الزراعية المؤسسات التسويقية الحكومية مثل الادارة العامة للتسويق الزراعي ، البلديات ، المؤسسة الإقتصادية البحثية ، وحدة تعبئة التمور . وتضم أيضاً الجمعيات التعاونية الزراعية ، علاوة على القطاع الخاص، والذي يضم المزارعون والافراد ، التجار ، الموردون ، الوكلاء والشركات .

وفي المملكة العربية السعودية يوجد في الاسواق المركزية والقروية أقسام مراقبة الاسواق وصحة البيئة التي تعمل على تنظيم وادارة ومراقبة الاسواق المركزية والاقسام المالية التي تعمل على تحصيل أجور المحلات والمواقف والمباسط من المستأجرين .

وفي سلطنة عمان توجد الهيئة العامة لتسويق المنتجات الزراعية والتي تتكون من اثني عشر مركزاً للتجميع منتشرة في مناطق السلطنة ، وستة مراكز توزيع فرعية موزعة في مناطق مسقط، صلالة ، صحار ، نزوي والسويق. كما تضم بعض وحدات تعبئة المواد الغذائية ومختبر فحص الجودة ووحدات التصنيع الغذائي.

وفي العراق يتعامل في الأسواق الرئيسية للمنتجات الزراعية بجانب المنتجين ، بعض الجمعيات الفلاحية التعاونية التي يقوم ممثلون عنها بتسويق ونقل حاصلاتهم الى أسواق الجملة ، كما يتعامل وكلاء التجزئة مع الأسواق الرئيسية بصورة مستمرة.

وفي موريتانيا فإن الأفراد والتجار يشكلون نسبة كبيرة في التعامل في أسواق المنتجات الزراعية ثم يأتي وينسبة أقل دور الجمعيات التعاونية وتنظيمات ومؤسسات القطاع العام .

وفي الجزائر تتولى الهيئات الحكومية مهمة تسويق حوالي 90% من الحبوب والبقوليات الجافة ، كما تقوم شركات صناعية خاصة وعمومية بمهام تسويق الخضر والفاكهة .

وفي الكويت تعمل في مجال تسويق المنتجات الزراعية كل من الشركات المؤسسات الزراعية مثل شركة المنتجات الزراعية الغذائية والجمعيات التعاونية الاستهلاكية وإتحاد الجمعيات التعاونية الإنتاجية الى جانب التجار والمستوردين والوكلاء.

وفي سوريا يقوم القطاع الخاص متمثلاً في تجار الجملة والمصدرين بتسويق ما لا يقل عن 95% من منتجات الخضر والفاكهة ، كما تقوم الشركة العامة للخضار والفواكه بالمساهمة في توفير وتسويق الخضر والفاكهة في الأسواق المحلية من مصادرها المحلية أو الخارجية عن طريق الإستيراد ، كما يتم توزيع هذه السلع علي المستهلكين وتجار التجزئة وتصدير الفائض.

وفي السودان تعمل في مجال تسويق الخضر العديد من التنظيمات والهيئات مثل إتحاد منتجي وتجار الخضر والفاكهة ، إتحاد مصدري الخضر والفاكهة ، وشركة صادرات الخضر والفاكهة. والمعهد القومي لتنمية الصادرات البستانية الذي يعمل في مجال ابحاث تسويق وإنتاج الخضر والفاكهة بهدف تنمية الصادرات البستانية .

وفي تونس يعمل في مجال تسويق الخضر والفاكهة كل من المنتجين من القطاع

وفي السودان تعمل في مجال تسويق الخضر العديد من التنظيمات والهيئات مثل إتحاد منتجي وتجار الخضر والفاكهة ، إتحاد مصدري الخضر والفاكهة ، وشركة صادرات الخضر والفاكهة. والمعهد القومي لتنمية الصادرات البستانية الذي يعمل في مجال أبحاث تسويق وإنتاج الخضر والفاكهة بهدف تنمية الصادرات البستانية .

وفي تونس يعمل في مجال تسويق الخضر والفاكهة كل من المنتجين من القطاع الخاص الذين يقوموا وحدهم بتسويق منتجاتهم ، إضافة إلى المنتجين العموميين من خلال تعاوضيات الإنتاج وديوان الأراضي الدولية وشركات التنمية.

وفي ليبيا فإن التعامل الرئيسي في أسواق المنتجات الزراعية يتمثل في الشركة الوطنية لتسويق الإنتاج الزراعي والتشاركيات التنموية والتجار والوسطاء.

وفي دولة قطر توجد مجمعات إستهلاكية منتشرة في البلاد تقوم بمهام تسويق المنتجات الزراعية والغذائية .

أما في البحرين وفلسطين وجيبوتي والصومال ، فيتم تسويق المنتجات الزراعية بصفة أساسية بواسطة الأفراد والمنتجين والتجار ولا توجد تنظيمات أو مؤسسات عامة تتعامل في مجال تسويق المنتجات الزراعية.

4-6 استهلاك الخضر والفاكهة في الوطن العربي :

4-6-1 تمهيد :

تشير الإحصاءات لعام 1996 أن المتاج للإستهلاك في الوطن العربي قدر بنحو 30.5 مليون طن من الخضر ونحو 24.2 مليون طن من الفاكهة . ولما كان عدد السكان قد قدر في نفس العام بنحو 261 مليون نسمة فإن متوسط استهلاك الفرد العربي في المتوسط يعادل نحو 117 كيلوجرام بالنسبة للخضر و 93 كيلوجرام من الفاكهة . ولكن هذه الأرقام الوسطية لا تعكس التباين الكبير في معدل الاستهلاك للخضر والفاكهة في الاقطار المختلفة كما يتضح من الجدول رقم (4-1) بالنسبة للخضر وجدول رقم (4-4) بالنسبة للفاكهة.

جدول رقم (4-1) معدل الاستهلاك من الخضر* في الاقطار العربية لعام 1996

القطر	جملة الانتاج الف طن	جملة الاستيراد الف طن	جملة الصادر الف طن	المتاح للاستهلاك الف طن	عدد السكان الف نسمة	معدل الاستهلاك السنوي كجم/الفرد
الأردن	1205	5	314	896	4441	202
الإمارات	767	452	69	1150	2500	460
البحرين	13	104	13	103	599	172
تونس	2011	3	10	2004	9095	220
الجزائر	2438	-	-	2438	28602	85
جيبوتي	-	4	-	4	526	08
السعودية	1572	534	37	2069	18767	110
السودان	1170	4	1	1172	27159	43
سوريا	1751	-	135	1616	14619	111
الصومال	51	-	-	51	10377	5
العراق	3978	125	6	4097	21124	194
عمان	148	44	10	182	2161	84
فلسطين	182	-	-	182	2609	70
قطر	47	81	1	127	693	317
الكويت	60	174	1	233	1754	120
لبنان	741	152	12	881	4458	175
ليبيا	577	51	-	628	4522	129
مصر	9767	1	173	9598	61452	157
المغرب	2872	4	407	2469	26848	92
موريتانيا	4	7	-	11	2347	3
اليمن	520	2	5	550	15920	34

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ، مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

* البيانات الواردة لا تتضمن احصاءات "الدروات".

جدول رقم (4-2): التوسع المرتقب في حجم الاستهلاك العربي من الخضر
في الوطن العربي

القطر	عدد السكان الف نسمة	معدل الاستهلاك لعام 1996 كجم/الفرد/سنة	معدل الاستهلاك الوسطي في عام 1996	الفجوة في حجم الاستهلاك كجم/الفرد/سنة	المطلوب من الإنتاج (الف طن) لمقابلة معدل الإستهلاك الوسطي لعام 1996
الجزائر	28602	85	117	32	915.3
جيبوتي	526	8	117	109	57.3
السعودية	18767	110	117	7	131.4
السودان	27159	43	117	74	2009.8
سوريا	14619	111	117	06	87.7
الصومال	10377	5	117	112	1162.2
عمان	2161	84	117	33	71.3
فلسطين	2609	101	117	16	41.7
المغرب	26848	92	117	25	671.2
موريتانيا	2347	5	117	112	262.9
اليمن	15920	35	117	82	1305.4
الجملة	149935				6716.20

المصدر : قام فريق الدراسة بإحتساب البيانات المتاحة في الجدول.

هناك بطبيعة الحال عوامل كثيرة تبرر هذا التباين الكبير ، منها الطبيعية الديمغرافية للسكان في القطر المعني ، ففي بعض الاقطار تحول مجموع السكان تقريباً للحياه الحضرية المستقرة ، بينما في اقطار اخري كالسودان والصومال وموريتانيا وجيبوتي فإن قطاعاً واسعاً من السكان يعيش في البادية ويعتمد نمطاً من التغذية يختلف عن النمط الذي أصبح معلوماً في المناطق الحضرية.

ثم هناك مستوى المعيشة ومستويات الدخل والمستوى الثقافي والتعليمي والنمط الغذائي المعهود والذي قد يختلف من منطقة لاخرى . كما أن هناك الوفرة المتاحة من الخضر والفاكهة من الانتاج المحلي ، وهذه تعتمد علي وفرة الموارد الزراعية . واخيراً هناك السياسات الاقتصادية والزراعية التي تؤثر بدورها على العرض والطلب للخضر والفاكهة ومن ثم تلقى بظلالها على مستويات الاستهلاك في الاقطار العربية المختلفة .

4-6-2 استهلاك الخضر في الوطن العربي :

تشير أرقام الجدول رقم (4-1) ان نصف الاقطار العربية يتميز بمعدل استهلاك للخضر يفوق المعدل الوسطي الذي اشير اليه اعلاه وهو 117 كيلوجرام للفرد في السنة وتأتي دولة الامارات العربية المتحدة في صدارة هذه الاقطار حيث يقدر معدل استهلاك المواطن الاماراتي بنحو 460 كجم في السنة ، وهذا الرقم يزيد بنسبة 45٪ من معدل الاستهلاك في قطر والتي تحتل المرتبة الثانية بمعدل 317 كجم في السنة ، ويزيد بأكثر من الضعف من المعدل في تونس والتي تحتل المرتبة الثالثة بمعدل 220 كجم للفرد في السنة . ويأتي الاردن في المرتبة الرابعة بمعدل 202 كجم للفرد ، ثم العراق بمعدل 194 كجم للفرد ولبنان بمعدل 175 كجم والبحرين 172 كجم للفرد ، ومصر 157 كجم للفرد ، وليبيا 129 كجم للفرد والكويت 120 كجم للفرد .

وهناك أقطار ذات ثقل سكاني كبير كالسودان والمملكة المغربية والجزائر وسوريا واليمن ينخفض فيها معدل الاستهلاك كثيراً عن المعدل الوسطي للعالم العربي ، وإذا قدر لهذه الاقطار أن ترتفع بمستوى الاستهلاك للمعدل الحسابي للوطن العربي فإن الحجم الكلي للاستهلاك العربي سوف يرتفع بنحو 6.7 مليون طن كما يشير الجدول رقم (4-2) مما يستوجب السعي لزيادة الانتاج رأسياً في هذه الاقطار مع التوسع في الانتاج في الاقطار ذات الموارد الزراعية ومن ثم توسيع التجارة البينية لتحقيق الاكتفاء الذاتي العربي من الخضر .

جدول رقم (4-3): معدل استهلاك الفرد من الخضر والفاكهة
في بعض الاقطار الصناعية

القطر	معدل استهلاك الخضر كجم/للفرد/السنة	معدل استهلاك الفاكهة كجم/للفرد/السنة
الدنمارك	86.9	78.1
ايطاليا	162.7	145.7
اليابان	106.5	58.7
هولندا	53.3	118.5
فرنسا	118.2	87.4
المملكة المتحدة	91.2	80.4
الولايات المتحدة الامريكية	106.4	150.4
متوسط الدول العربية عام 1996	117	93

المصدر: Balance Sheet, FAO للسنوات 1984-1994

* المنظمة العربية للتنمية الزراعية - الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ،
مجلد رقم (17)، 1997.

ولابد من الاشارة هنا الي أن متوسط معدل إستهلاك الفرد العربي من الخضر في السنة والذي أخذ كمعيار لتقدير حجم التوسع في الإستهلاك في المستقبل المنظور لا يحمل أي دلالة صحية أو غذائية محددة باعتبار أنه ليس هناك حدود قصوى لاستهلاك الخضر من ناحية صحية إن توفرت الامكانيات . ولكن الدلالة الأهم هنا هي ان النسبة العالية من الاكتفاء الذاتي من الخضر في الوطن العربي والتي تعادل 98٪ إنما تخفي هذا التباين الكبير بين مستويات الاستهلاك في الاقطار المختلفة . وإذا تم استدراك هذا الوضع من حيث تغيير النمط الغذائي في الاقطار ذات المعدل المتواضع ومن حيث ارتفاع مستوى الدخول ثم من حيث التثقيف الصحي ، يتضح أن الوطن العربي بحاجة لزيادة الانتاج من الخضر بقدر كبير لتحقيق الاكتفاء الذاتي بالمستوى الجديد المستهدف والذي يعتبر مناسباً حتى بالمقارنة مع بعض الدول الصناعية. ويمكن هنا الاستدلال بمعدلات الاستهلاك والتي وردت في بيانات ميزانية الأسرة والتي تصدرها منظمة الأمم المتحدة للاغذية والزراعة والتي توضح ان المستوى الحسابي لمعدل إستهلاك الفرد في الوطن العربي يفوق نظيره في بعض الأقطار الأوربية كما يتضح من الجدول رقم (4-3).

4-6-3 استهلاك الفاكهة في الوطن العربي :

كما ذكر آنفاً في الفقرة (2-7-1) فإن متوسط استهلاك الفرد العربي من الفاكهة يقدر بنحو 93 كجم في السنة . ويشير الجدول رقم (4-4) الى أن معدل الاستهلاك في إثني عشر قطراً عربياً قد بلغ أو فاق هذا المتوسط . ومرة أخرى تقف دولة الامارات في الصدارة بمعدل استهلاك بلغ 261 كجم للفرد في السنة ، وتأتي سوريا في المرتبة الثانية بمعدل استهلاك بلغ 186 كجم/الفرد في السنة ، ثم لبنان بمعدل 180 كجم للفرد/السنة ، ولكن هناك اقطاراً ذات ثقل سكاني كبير يقل فيها معدل الاستهلاك عن المعدل الحسابي المذكور أعلاه وتشمل المملكة المغربية والجزائر والمملكة العربية السعودية واليمن ، ومن شأن زيادة الإستهلاك في هذه الأقطار أن يرفع الطلب الكلي على الفاكهة بنحو 2.6 مليون طن مما تستوجب زيادة كبيرة في انتاج الفاكهة، (جدول 4-5).

ومرة أخرى ، فإن المتوسط الحسابي لمعدل استهلاك الفاكهة لا يحمل دلالة صحية أو غذائية ولكن اذا جازت المقارنة مع الدول الصناعية فإن هذا المتوسط يزيد عن نظيره في كل من المملكة المتحدة وفرنسا واليابان والدنمارك كما يشير الجدول رقم (4-3).

جدول رقم (4-4) معدل الاستهلاك من الفاكهة في الاقطار العربية لعام 1996

القطر	جملة انتاج الفاكهة الف طن	حجم الاستيراد الف طن	حجم المصادر الف طن	المتاح للاستهلاك الف طن	السكان الف نسمة	معدل الاستهلاك السنوي كجم/الفرد
الأردن	548	78	53	573	4441	129
الإمارات	286	632	265	653	2500	261
البحرين	17	51	4	63	599	105
تونس	1066	22	42	1045	9095	115
الجزائر	1634	8	21	1622	28602	57
جيبوتي	-	4	-	4	526	8
السعودية	843	16	35	824	18767	44
السودان	3270	-	10	3260	27159	120
سوريا	2735	69	90	2714	14619	186
الصومال	257	2	20	239	10377	23
العراق	2218	7	39	2186	21124	103
عمان	232	82	11	303	2161	140
فلسطين	453	-	-	453	2609	174
قطر	16	54	-	70	693	101
الكويت	7	131	1	137	1754	78
لبنان	871	56	123	804	4458	180
ليبيا	495	30	-	524	4522	116
مصر	5681	42	74	5649	61452	92.0
المغرب	2594	18	723	1888	26848	70
موريتانيا	25	2	-	27	2347	12
اليمن	391	21	6	406	15920	26

المصدر : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية ، مجلد رقم (17) ، الخرطوم 1997.

جدول رقم (4-5): الزيادة المطلوبة في الطلب على الفاكهة
في الوطن العربي

القطر	معدل استهلاك لعام 1996 كجم/الفرد/السن	المعدل الحسابي في الوطن العربي كجم/الفرد/السنة	الفارق بين معدل الاستهلاك والمعدل الحسابي كجم	عدد السكان بالآلاف	الزيادة المطلوبة في الخضر والفاكهة الف طن
جيبوتي	8	93	85	926	44.7
السعودية	81	93	12	18767	225.2
الصومال	27	93	66	10377	684.9
الكويت	79	93	14	1754	24.6
المغرب	70	93	13	26848	349.0
موريتانيا	12	93	81	2347	190.1
اليمن	26	93	67	15920	1066.6
الجملة					2585.1

المصدر : قام فريق الدراسة بإجراء التحليل الذي نتج عنه الأرقام الواردة في الجدول .

الباب الخامس
المعوقات التي تواجه تسويق
محاصيل الخضر والفاكهة
في الوطن العربي

الباب الخامس

المعوقات التي تواجه تسويق

محاصيل الخضر والفاكهة في الوطن العربي

يعتمد تطوير إنتاج وتسويق محاصيل الخضر والفاكهة عموماً على التعرف وبدقة على المشاكل والمعوقات التي تواجه هذا النوع من الصناعة، وإجراء التحليلات المتعمقة لهذه المشاكل والمعوقات ، بحيث يمكن عن طريقها التوصل لحلول عملية تأخذ في الاعتبار التناغم المنطقي المفترض توفره بين العملية الانتاجية والتسويقية لهذا النوع من المحاصيل والتي تتميز عن غيرها من المحاصيل الحقلية بالعديد من المميزات والتي يمكن ايجازها فيما يلي :

- أ- موسمية الإنتاج .
 - ب- تعاظم العائد من وحدة المساحة قياساً بالمحاصيل الحقلية الأخرى .
 - د- أهمية توفر الخبرة والعمالة المدربة لإنتاج هذا النوع من المحاصيل وتداولها حتى وصولها للمستهلك .
 - هـ - تتصف محاصيل الخضر والفاكهة في معظمها بأنها سريعة العطب والتلف وغير قابلة للتخزين لفترات طويلة.
 - و- التنوع الكبير في أنواع وأصناف الخضر والفاكهة مما يوجب الإلمام بالمتطلبات الخاصة بكل نوع في المجموعة المعنية لتسهيل العملية التسويقية.
- وبدراسة هذه الميزات، يتضح الارتباط الوثيق بين مجمل العمليات من الإنتاج وحتى وصولها ليد المستهلك مما يصعب من عملية الفصل بين مرحلة وأخرى .

يلاحظ الدارس لتسويق محاصيل الخضر والفاكهة في الوطن العربي وبما تشتمل عليه من عمليات ما بعد الحصاد ومناولة وهياكل تسويقية، بأن هناك تشابهاً كبيراً في الشكل الطبيعي والمسميات والجهات التي تسيطر على العملية التسويقية لهذا النوع من

المحاصيل في الاقطار العربية المختلفة .

من هذا المنطلق نجد أن هنالك تشابهاً كبيراً في معظم المعوقات الرئيسية للعملية التسويقية لمحاصيل الخضر والفاكهة في مختلف الأقطار العربية، وإن اختلفت في مدى أهمية هذه المعوقات أو بعضها من قطر لآخر. من جانب آخر نجد أن بعض الأقطار العربية تنفرد بنوعية خاصة من المعوقات التي لها ارتباط وثيق بالظروف الاجتماعية أو الاقتصادية أو المؤسسية السائدة في تلك الدولة.

يعتبر التعرف على المعوقات التي تواجه تسويق محاصيل الخضر والفاكهة وتوصيفها هو الأساس المنطقي لوضع مقترحات الحلول المناسبة لتطوير العملية التسويقية في القطر المعنى وإيضاح رؤية شاملة لمشاكل تسويق هذا النوع من المحاصيل في الوطن العربي ، مما يتيح تبادل التجارب المحققة والخبرات في حل المشاكل المتشابهة في الاقطار العربية المختلفة.

تأسيساً على ما تقدم فانه يمكن اجمال المعوقات التي تواجه العملية التسويقية لمحاصيل الخضر والفاكهة فيما يلي :

- المعوقات الفنية .

- المعوقات الاقتصادية والاجتماعية .

- المعوقات المؤسسية.

5-1 المعوقات الفنية :

وتشمل تلك المعوقات :

1- الإعتدال على إستخدام الأصناف المستوردة من البذور المحسنة والتي يأتي معظمها عن طريق الشركات الأوروبية والأمريكية ، وهو أمر له مخاطره بما في ذلك ازدياد تكلفة الإستيراد في ظل سياسات الانفتاح الإقتصادي وتحرير التجارة العالمية وبما تضمنته من حقوق فكرية للدول أو الجهات التي قامت بإنتاج تلك

التقانات . على صعيد آخر فإن المزارع العربي يتفادى زراعة الاصناف المحلية نسبة لإنتاجيتها المنخفضة مما يقلل من عائده كمنتج .

2- يفتقد الزارع في معظم الاقطار العربية المعلومات الكافية للتعرف على مراحل نضج وقطف المحصول لنقله للسوق في الوقت المناسب للحصول على أطول مدة تخزينية للمحصول من ساعة القطف الى ساعة وصوله ليد المستهلك ، محتفظاً بشكله الطبيعي وبقيمته الغذائية. ومن الملاحظ أن الزارع في معظم الأقطار العربية لا يهتمون بهذه العملية، باعتبار أن عملية تسويق الخضر والفاكهة تتلخص في اغتنام فرصة شح المعروض في السوق المحلي بغض النظر عن وصوله مرحلة القطف أم لا . بالإضافة لذلك يتفادى الزارع القيام بعملية الفرز المبدئي للمحصول لاستبعاد التالف والمصاب بالحشرات والاحجام الصغيرة حتى لا ينقص من الوزن الكلي لمحصوله والذي يتعامل على أساسه مع تجار الجملة في اسواق. ومما يعقد العملية التسويقية لهذه المحاصيل أن تجار الجملة والسماسة وفي بعض الاحيان تجار التجزئة، يعتمدون في أغلب الأسواق الدول العربية الى التحايل لاختفاء هذه العيوب عن أعين المشتري مما يضعف الثقة بين البائع والمشتري والتي هي أساس العملية التسويقية.

وعلى صعيد آخر ، يتسبب عدم اهتمام الزارع باستخدام المواعين المناسبة لجمع محاصيل الخضر والفاكهة في زيادة نسبة التالف من المحصول، حيث انه يقوم بجمع المحصول في ما ييسر الحصول عليه من صناديق خشبية و مواعين معدنية أو جولات الخيش. وفي الحالات النادرة يستخدم صناديق البلاستيك الخاصة بالحصاد في بعض الاقطار التي تهتم بالعملية التصديرية للخضر والفاكهة مثل المغرب والاردن ومصر.

من جانب آخر تلاحظ أن معظم الزراع لا يهتمون بتوفير الظل الكافي لحماية المحصول من حرارة الحقل، قبل ترحيله الى الاسواق ، وهو أمر له دلالة على إحتفاظ الثمار بنضارتها حتى وصولها ليد المستهلك.

3- تستخدم منشآت الفرز والتدريج والتعبئة في معظم الأقطار العربية تقنيات بسيطة ويدوية لفرز وتدريج وتعبئة محاصيل الخضر والفاكهة المراد تسويقها محلياً أو خارجياً، مما يصعب الحصول على التجانس المطلوب في المنتج داخل العبوة وبين العبوات، كما يزيد من تكلفة المنتج . ومما يزيد من الكلفة أيضاً ويقلل من الربحية أن العديد من الدول العربية المصدرة لهذا النوع من المحاصيل تعتمد بشكل أساسي - على استيراد العبوات المطلوبة بأسعار عالية.

4- بالرغم من بعد المسافة بين المزارع المنتجة لمحاصيل الخضر والفاكهة والاسواق الاستهلاكية أو محطات التجهيز والتعبئة للصادر، فانه في الغالب الأعم لا تتوفر الطرق ولا الشاحنات المناسبة لنقل المحصول لهذه المواقع، مما يعرض المنتج لظروف غير مناسبة تقلل من قيمته التسويقية ويزيد من نسبة الفاقد . كما أنه من الملاحظ أن معظم الاقطار العربية لا تهتم باستخدام الناقلات المعدة اصلاً لنقل محاصيل الخضر والفاكهة وذلك بسبب ارتفاع قيمتها من جانب ولعدم اهتمام الدولة بانفاذ قوانين ولوائح ضبط الجودة . وبذلك يزيد الاحساس عند المنتج أو تاجر الجملة بأن هذه التكلفة الإضافية تقلل من عائد. أما الشاحنات المبردة والتي تستخدم في نقل محاصيل الصادر الى مواقع التصدير أو الى الاقطار المجاورة، فان عددها قليل جداً ولا يفي بالسعة المطلوبة. وبالرغم من ذلك نجد أن هنالك اهدار للفراغات المتاحة نتيجة لعدم الخبرة الكافية في رص هذه العبوات بالشاحنة مما يقلل من الكمية الاقتصادية المرحلة ويزيد من تلف المحصول وبالتالي فإن ذلك يعني الزيادة في التكاليف .

5- تعاني معظم الأقطار العربية من عدم توفر العدد المناسب من المخازن المبردة والتي تستخدم في زيادة العمر التخزيني للمنتج وتساعد على عرضه في الوقت المناسب في الأسواق ، مما يقلل الى حد كبير من موسمية الانتاج لهذا النوع من المحاصيل . ولعل التكلفة الرأسمالية العالية التي يتطلبها انشاء هذا النوع من المخازن المبردة وعدم توفر التمويل اللازم لذلك قد ساعد في عدم انتشار

استخدام مثل هذه المنشآت . وبالرغم من ذلك فقد ساعدت هذه العديدة البسيطة من المخازن المبردة في استقرار العملية التسويقية لمحاصيل الخضر والفاكهة في العديد من الدول العربية.

6- تعتبر أسواق الخضر والفاكهة في الوطن العربي أسواقاً تقليدية متوارثة عبر الأجيال ولم يحدث لها أي تطوير من الناحية الانشائية، أو الهيكلية، إذ يختلط تجار الجملة بالوسطاء وفي بعض الأحيان بتجار التجزئة. ويلاحظ أن التخطيط الانشائي لهذه الأسواق لا يعتمد على أي أسس هندسية تخدم أغراض دخول وانسياب هذه المحاصيل بطريقة تساعد على مناولتها ونقلها من تلفها. كما أن هذه الأسواق وفي الغالب الأعم، تفتقد وجود المخازن المبردة الضرورية لتخزين فائض المنتج الذي لم يجد طريقة للتسويق مما يتسبب في خسارات كبيرة لتجار الجملة.

7- يعتبر التصنيع الغذائي لمحاصيل الخضر والفاكهة أحد المنافذ الهامة للاستفادة من فائض الانتاج في أوقات الذروة والاستفادة من الدرجات الدنيا التي لا توافق مواصفات التصدير. وبالرغم من أهمية التصنيع كعامل مكمل للعملية التسويقية وضروري لاستقرار الاسعار لهذه المحاصيل، فإن الاهتمام بها لا يرقى للمستوى الذي يجذب المستثمرين في الاقطار العربية المختلفة لإنشاء هذا النوع من المصانع ، وقد يلاحظ ان المستهلك العربي يعتمد في اغلب الاحوال على منتجات الخضر والفاكهة المعلبة والمستوردة من خارج الوطن العربي.

5-2 المعوقات الإقتصادية والإجتماعية :

1- أدت هجرة العمالة من الريف الى المدن وإلى الأقطار الأخرى في العديد من الأقطار العربية الى قلة الأيدي العاملة المدربة في إنتاج ومناولة المحصولات البستانية، مما ترتب عليه زيادة تكاليف الأيدي العاملة في هذا المجال والذي

بدوره أدى الى تضخم تكاليف الانتاج وبالتالي قلة الهوامش الربحية المتوقعة من المنتج بالإضافة لاحجام المستهلك العادي عن شراء احتياجاته من هذه المنتجات نسبة للأسعار العالية التي تقع خارج امكاناته المالية.

2- هناك احجام واضح من الجهات التمويلية في تمويل الانشطة المتعلقة بانتاج وتسويق المحصولات البتسانية نسبة لطبيعتها التي لا تسمح بتخزينها الالامدة محدودة جداً، بالإضافة لحاجتها لتوفير تجهيزات مكلفة جداً من الناحية المالية والفنية لحفظ هذه المحصولات. وفي العادة تقوم الجهات التمويلية التي توافق على مثل هذا النوع من التمويل بفرض شروط مجحفة على القروض وتحديد أسعار الفائدة بقدر يصعب معه لقطاع واسع من المنتجين أو المسوقين الاستفادة من التمويل .

وقد قادت صعوبة حصول المنتجين على التمويل من الجهات التمويلية المختلفة الى اللجوء الى الوسطاء وتجار الجملة والمصدرين لمحاصيل الخضر والفاكهة للحصول على التمويل اللازم للإنتاج بضمان المحصول وبذلك تتم السيطرة الكاملة لهؤلاء الممولين على مجمل العمليات التسويقية وإحتكار تسويق هذه المنتجات.

3- أدت التحولات الإقتصادية العالمية الحالية والتي تنادي بالتعامل على أساس اقتصاديات السوق الحر وتحرير الاسعار، لظهور بعض الآثار السالبة وخاصة على صغار المنتجين لمحاصيل الخضر والفاكهة والذين يعتمدون في نشاطهم الانتاجي في الاساس على مدخلات انتاجية ليس لها المرونة الكافية للتوأم مع هذا النوع من المتغيرات، فالمساحة المتاحة للزراعة صغيرة ومحدودة والتمويل لزراعتها غير متوفر إضافة إلى تعامل المنتج الصغير بحسبانه الحلقة الأكثر ضعفاً من قبل تجار الجملة والوسطاء في أسواق تقليدية تحكمها الاعراف وليس القوانين واللوائح المنظمة للتعامل التسويقي.

4- تخضع اسعار محاصيل الخضر والفاكهة في اسواق معظم الاقطار العربية

المضاربات بين السماسرة والوسطاء وتجار الجملة، حيث تنعدم فعالية آلية العرض والطلب. ومما يزيد الأمر تعقيداً تعدد المتدخلين في العملية التسويقية في حالة شح المنتجات المعروضة على مستوى السوق لصالح بعض تجار الجملة مما يترتب عليه استغلال المنتجين بدفع اسعار متدنية لهم والحصول على ارباح كبيرة عند وصولها ليد المستهلك.

5- تعاني الصادرات العربية من خضر وفاكهة في اطار التجارة البينية بين الاقطار العربية من المنافسة الشديدة للمنتجات الشبيهة المستوردة من دول خارج نطاق الوطن العربي والتي تتميز بالجودة العالية والتعبئة الجذابة والسعر المنخفض ، ويظهر ذلك جلياً في أسواق الاقطار العربية ذات الإمكانيات المالية.

6- يعتمد تسويق المنتجات البستانية في الاسواق المحلية أو أسواق التصدير على استخدام مواد تعبئة مستوردة مباشرة مما يزيد من تكلفة السلعة في الاسواق. ومن الملاحظ انه في هذا الاطار لم يحدث تطوير جاد ومقبول لمواعين تعبئة تستخدم فيها المواد المحلية المتاحة بطريقة تحافظ على المنتج من التلف وتتيح للمشتري التعرف على صفات وجودة المنتج.

7- شح الإمكانيات المادية للمشتغلين في أسواق المنتجات الزراعية ، وعدم رغبة ذوي الإمكانيات في الإستثمار في هذه الأسواق لمحدودية العائد أدى لتواضع المنشآت الأساسية في هذه الأسواق بعدم توفر المرافق الأساسية مثل المخازن ووسائل التبريد والحفظ وغيرها .

8- محدودية التبادل التجاري الزراعي البيني وذلك لعدة أسباب منها :-

- عدم مرونة هياكل الإنتاج حيث تتميز بالتركيز الشديد على إنتاج وتصدير عدد قليل من السلع.
- ضعف البنية التحتية حيث تتصف السلع الزراعية بسرعة العطب وموسمية الإنتاج.
- عدم كفاية الخدمات التسويقية المساعدة مثل خدمات التغليف والتدريج والحصاد

في المواعيد المناسبة والتقيد بالموصفات المطلوبة في الأسواق الخارجية والمعلومات عن الأسواق التصديرية.

- محدودية الاستثمار في مجال الإنتاج والتسويق الزراعي.
- ضعف التدريب والخبرات في مجال التسويق الزراعي.
- التباين في السياسات الإقتصادية العربية.

3-5 المعوقات المؤسسية:

1- هنالك ضعف أساسي في البناء المؤسسي للعديد من الأجهزة الحكومية المرتبطة بالإنتاج والتسويق لمحاصيل الخضر والفاكهة في معظم الاقطار العربية، بالإضافة لعدم وجود آلية فعالة لتنسيق العمل بينها لتحديد من التداخلات والازدواجية في الصلاحيات والتضارب في القرارات المنظمة للعملية التسويقية لمحاصيل الخضر والفاكهة مما يشقت من فعالية الجهود المتعددة الرامية لتطوير التسويق لمثل هذا النوع من المحاصيل والذي يتطلب سرعة اتخاذ القرار الملائم في الوقت المناسب .

2- من الملاحظ أن هنالك تضخماً في عدد العاملين في المؤسسات التي تشرف على التسويق في بعض الاقطار العربية، مقارنة بالعدد المطلوب لتسيير العمل الفعلي، مما يؤدي الى تدني كفاءة العمل وزيادة اسعار المنتج. بالإضافة لذلك نجد ان مثل هؤلاء العاملين ينقصهم في الغالب الأعم التدريب الكافي لتسيير مثل هذا النوع من الاعمال المتخصصة.

3- بالرغم من أن هنالك بعض الأسواق الحديثة لتسويق الخضر والفاكهة في بعض الاقطار العربية مثل مصر والمغرب والبحرين إلا أنها في بعض الحالات تدار بطرق لا تختلف كثيراً عن الأسواق التقليدية، وذلك للنقص الأساسي في الكوادر

الادارية المدربة المطلوبة لادارة هذه الاسواق بطريقة تسمح بتوافق مصالح المتعاملين فيها وتقوية الصلة بين جهازي الانتاج والاستهلاك بهدف تقليل نسب الفاقد والتالف من هذه المحصولات .

من جانب آخر نجد أن هنالك ضغوطاً تمارس بطرق مختلفة من قبل تجار الجملة والوسطاء على مثل هؤلاء الاداريين في سبيل السيطرة على هذه الاسواق وادارتها بالطرق التي تزيد من عائداتهم بغض النظر عن تأثير ذلك على العملية التسويقية، مما ينعكس سلباً على الأسعار ويحبط الأهداف التي من أجلها أنشأت هذه الأسواق.

4- تلاحظ أن هنالك شبه إنعدام للتجمعات المنظمة للمنتجين والمسوقين المحليين و/ أو المصدرين العاملين في تسويق الخضر والفاكهة في كل الأقطار العربية ماعدا في حالة المملكة المغربية ، حيث تقوم هذه التجمعات بدور فاعل في زيادة القدرة التنافسية على مستوى الأسواق الخارجية وتساعد على أمتصاص التقلبات التي تحدث في الاسعار على مستوى الأسواق المحلية من حين لآخر.

5- تعاني الأجهزة الحكومية العاملة في مجال توفير المعلومات السوقية لمحاصيل الخضر والفاكهة من ضعف شديد في عدد وتأهيل الكوادر العاملة في هذا المجال بالإضافة للنقص المريع من توفير الأجهزة والمعدات المطلوبة أو المعلومات والبيانات الخاصة بالتقلبات السعرية والكمية المتاحة في الاسواق المحلية.

من جانب آخر فقد أدى ضعف أجهزة الرصد والمتابعة لمتطلبات الأسواق الخارجية في العديد من الاقطار العربية الى اضعاف القدرة التنافسية للدول العربية في الاسواق الخارجية مقارنة بالدول المنافسة الأخرى والتي لها باع طويل في مجال تصدير المحصولات البستانية.

6- تعاني المؤسسات البحثية في معظم أقطار الوطن العربي من عدم توفر الدعم المالي المطلوب لتوفير المعدات والاجهزة وتدريب الباحثين في مجال انتاج

ومتطلبات ما بعد الحصاد لمحاصيل الخضر والفاكهة حتى يمكن إستخدام تلك المعلومات العلمية الدقيقة في مجالات تداول وحفظ كل نوع من هذه المنتجات بشكل جيد لمقابلة متطلبات المستهلك الداخلي او الخارجي.

7- من المؤكد أن مفهوم الارشاد التسويقي ودوره في استقرار الاسعار وحفظ حقوق المنتج والتجار والمستهلك غير متعارف عليه في أغلب الاقطار العربية، وأن الدول القليلة جداً التي بدأت في الاهتمام به ينقصها في الغالب الأعم توفر الكوادر المدربة التي تستطيع ترجمة هذا المفهوم ووضعه في شكل مبسط ليسهل فهمه بالنسبة للمتعاملين في إنتاج وتسويق المحصولات البستانية على المستوى المحلي والخارجي بما يعظم من عائداتهم ويساعد على انسياب هذه المحصولات بطريقة سهلة من المزرعة الى المستهلك.

الباب السادس
التوجهات القطرية
لتطوير الأداء التسويقي
لمحاصيل الخضر والفاكهة

الباب السادس

التوجهات القطرية لتطوير الأداء التسويقي

لمحاصيل الخضر والفاكهة

يهتم هذا الباب بالتركيز على التوجهات القطرية لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة وذلك بالاستفادة من المعلومات والبيانات التي وردت في التقارير القطرية. وسيتم دراسة التوجهات القطرية لكل من: المملكة الأردنية الهاشمية ، دولة الامارات العربية المحدة ، دولة البحرين ، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، المملكة العربية السعودية ، جمهورية السودان ، الجمهورية العربية السورية ، جمهورية العراق ، دولة فلسطين ، دولة قطر ، دولة الكويت ، الجمهورية اللبنانية ، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى ، جمهورية مصر العربية ، المملكة المغربية ، الجمهورية الاسلامية الموريتانية وجمهورية اليمن.

6- 1 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالمملكة الأردنية الهاشمية:

يهدف المخطط المقترح إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها :

- رفع عائد الزراع وتخفيض التكاليف التسويقية الى حدودها الدنيا وتوفير الحوافز لديهم لاعادة استثمار جزء من العائد في مجالات الزراعة بما في ذلك تبني الوسائل الحديثة في الانتاج والتسويق .

- تحسين نوعية الإنتاج المسوق وتقليل نسبة الفاقد في عمليات ما بعد الحصاد.

- الحد من حدوث الإختناقات التسويقية في بعض المحاصيل الرئيسية في بعض المواسم.

- التقليل من درجة المخاطرة واللايقين أمام الزراع بشكل أساسي وكافة المتعاملين بالنظام التسويقي.

- بيان أهمية اسلوب التخطيط لتطوير التسويق الزراعي ليساعد على إعداد خطط تسويقية ذات نظرة شمولية للنظام التسويقي بكامله.

وتحقيقاً لتلك الأهداف يوضح المخطط القطري مسارين احدهما يتصل بتحسين بيئة السياسات والتنظيمات المؤسسية والتشريعات ، والاخر يتصل باقتراح مجموعة من البرامج والمشروعات في مجالات تحسين القواعد الانتاجية وتحسين البنيات الأساسية والمعدات التسويقية ، وتطوير المعلومات التسويقية ، وتعزيز امكانيات البحوث والارشاد والتدريب ، اضافة الى توفير التمويل التسويقي.

وفيما يلي نبذة مختصرة لتلك المشروعات :

- مشروع تحسين القواعد الإنتاجية :

وهو يهدف إلى تقليل فاقد ما بعد الحصاد من خلال إطالة العمر التسويقي للمنتجات واتباع متطلبات السوق المحلي والتصدير. ويمكن تحقيق ذلك الهدف من خلال استغلال القطاع الخاص للمرافق التسويقية للشركة الاردنية لتسويق وتصنيع المنتجات الزراعية في وادي الأردن و اقامة مرافق للتبريد الأولى في المزارع التي تقوم بالتصدير مباشرة من مناطق الإنتاج. اضافة إلى تأسيس وحدات ارشادية للتخزين المبرد والتنسيق مع مصانع العبوات ومالكي وسائل النقل المبرد والمخازن المبردة.

- مشروع تحسين البنيات الأساسية والمعدات التسويقية :

وهو يهدف الى النهوض بالخدمات التسويقية مما يستدعى تطور الامكانيات والمعدات والتجهيزات التي تساعد على ترقية الأداء ومضاعفة الانجاز.

- مشروع المعلومات التسويقية :

وهو يهدف لإنجاز وتطوير نظام معلومات السوق وتزويد المعنيين من المتعاملين في قطاع تسويق الخضر والفاكهة الطازجة بالمعلومات على المستويات المحلية والعربية والدولية.

- مشروع البحوث والإرشاد والتدريب :

بما يساعد علي تطوير تلك الانشطة وزيادة التعاون بين مؤسسة التسويق الزراعي ومؤسسات القطاعين العام والخاص من أجل توفير خدمات ملائمة للقطاع الخاص.

2-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بدولة الإمارات العربية المتحدة :

في ظل إتفاقية (الجات) وتحرير التجارة الدولية وظهور التكتلات الإقتصادية والتي من أهمها السوق الأوروبية المشتركة، وفي إطار سياسات الإقتصاد الحر التي تسير عليها الدولة فإن السعي لتطوير الأداء التسويقي لحاصلات الخضر والفاكهة يهدف إلى تحقيق ما يلي :

- تشجيع وزيادة دخل المزارعين .
- تعظيم دور العملية التصديرية خاصة خلال ذروة موسم الإنتاج مع الإهتمام برفع كفاءة المصانع العاملة بالدولة في مجال التصنيع الزراعي .
- التنسيق الكامل مع دول مجلس التعاون الخليجي بما يعود بالخير على الجميع وذلك من خلال تنشيط التجارة الزراعية البينية والعمل على فتح أسواق جديدة عالمياً لتصريف تلك المنتجات .

ومن المقترح تحقيق تلك الأهداف من خلال التوجهات التالية:

- 1- إنشاء العديد من المراكز التسويقية (الحكومية والمحلية) لرفع الطاقة التشغيلية للعملية التسويقية.
- 2- زيادة حجم وكفاءة التشغيل في جميع الأنشطة التسويقية مثل النقل والمخازن والطاقة التخزينية والإعداد الجيد لتسويق المنتجات وتوفير وسائل النقل المجهزة.
- 3- إرشاد المنتجين الزراعيين إلى أفضل طرق الإنتاج وزيادته وتزويدهم بنتائج الأبحاث التي تهدف إلى التوسع الرأسي في حاصلات الخضر والفاكهة وتحقيق منتج ذو صفات ممتازة ونوعية جيدة تصلح للتسويق المحلي والتصدير.
- 4- إنشاء المزيد من المختبرات والمحاجر الزراعية لوقاية وحماية المنتج المحلي.
- 5- مراعاة مواصفات الجودة والقواعد التسويقية عند القيام بالعملية الإنتاجية.
- 6- معاونة المنتجين الذين لا توجد مراكز تسويق بمناطقهم على تسويق حاصلاتهم بأسلوب علمي يتفق مع الأصول المتبعة في العملية التسويقية.

7- رفع كفاءة العاملين في قطاع التسويق عن طريق عقد الدورات التدريبية.

8- إيجاد اسواق خارجية لامتناس الفانس من الإنتاج المحلي.

3-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بدولة البحرين :

تشير الدراسة القطرية لدولة البحرين إلى أن المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لحاصلات الخضر والفاكهة يرتكز على أهمية قيام مؤسسة للتسويق الزراعي وإنشاء قاعدة تعني بالمعلومات التسويقية ووضع السياسات والتشريعات التسويقية وتطوير السياسات العربية والتسويقية بما يساعد على تحفيز المنتج وتقليل هامش الربح للوسطاء خلال المسارات التسويقية، إضافة إلى وضع قواعد ومواصفات قياسية للمنتجات الزراعية المحلية ومراقبة الجودة وتوحيد مواصفات وأحجام العبوات المتداولة بما يحقق مصلحة كل من المنتجين والمستهلكين .

4-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية :

تشير الدراسة القطرية للجزائر إلى أن المرحلة الحالية يمكن إعتبارها مرحلة تحول من السياسات التخطيطية المركزية إلى سياسة آليات السوق وبما يتماشى مع المتغيرات الإقليمية والدولية. وبعد توقيعها على إتفاقية منظمة التجارة العالمية تتطلع الجزائر في الوقت الراهن إلى عهد جديد في مجالات المنافسات العالمية يأخذ في الإعتبار المقاييس الدولية في نوعية المنتج، وطرق معاملاته قبل وصوله إلى السوق.

ويرتكز المخطط المقترح على مجموعة من المحاور التي تتضمن :

- تشجيع الإستثمار الزراعي وخاصة تجهيزات التخزين للمنتجات التي تمثل القاعدة الأساسية للإستهلاك .
- تعزيز إنتاج حاصلات الخضر والفاكهة بما يمكن قدرتها على المنافسة في النوعية والسعر .
- تطوير إجراءات المراقبة على الحدود لضمان دخول منتجات بستانية ذات نوعية جيدة.

- وضع أجهزة لمراقبة المقاييس لنوعية المنتجات التي ترد من جهود الفلاحين .

- تنظيم وتطوير الأجهزة التسويقية.

- تدعيم وتنويع المساعدات التنموية لتحسين الإنتاج والإنتاجية.

- إنسجام وتوافق القوانين والانظمة الهيكلية مع متطلبات السوق الحر على المستويين القطري والدولي.

- تكوين جهاز قادر على ضبط وتطوير المعلومات السوقية بما يساعد على تحسين وتنشيط الأداء التسويقي.

5-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالمملكة العربية السعودية:

تقوم المملكة العربية السعودية ببذل جهود حثيثة من خلال الشركة السعودية للتسويق الزراعي (سامكو) لتقديم الخدمات اللازمة لتأمين وصول المنتج إلى غايته النهائية سواء طازجاً أو مصنعاً أو بتصدير الفائض وإنشاء علاقات تكاملية وتنسيقية بين هذه المؤسسة والمنتجين والمستثمرين في الصناعات الغذائية والمستوردين للمنتجات الزراعية.

وبالتحديد فإن الشركة السعودية للتسويق الزراعي (سامكو) تقوم بإنجاز أعمالها في إطار الاهداف التالية:

- القيام بتسويق المنتجات الزراعية من خضر وفاكهة وغيرها كمرحلة أولى ، ثم تتجه نحو تسويق المنتجات الحيوانية ، كما تقوم بأداء جميع المهام التسويقية من تدرج وتعبئة وتجهيز وتخزين ونقل وتوزيع المنتجات الزراعية .

- الدخول في مجال التصنيع الزراعي للخضر والفاكهة وغيرها للاستفادة من إمكانية الفائض والقيمة المضافة.

- تصدير الفائض من الخضر والفاكهة والتركيز على التمور لما تتمتع به المملكة من ميزة نسبية في إنتاجها.

- ايجاد تكامل بين الإنتاج والتسويق من خلال توفير وحصول المزارعين لكافة مدخلات الإنتاج من بذور وأسمدة ومبيدات ومواد تعبئة وتغليف وجميع مستلزمات الإنتاج الحيواني .

- إيجاد توازن بين الكميات المعروضة مع الكميات المطلوبة من مختلف الحاصلات الزراعية وذلك من خلال الدخول مع المزارعين في علاقات تعاقدية لبرمجة الإنتاج وتقديم كل المعلومات الفنية والإرشادية التي تزيد من الإنتاج وتحسن نوعيته وبالتالي تزيد من القدرة التنافسية في الأسواق المحلية والعالمية.

6-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بجمهورية السودان:

إشتمل المخطط المقترح لتطوير الأداء التسويقي لحاصلات الخضر والفاكهة على ثلاثة مقترحات رئيسية تتضمن :

1- الإهتمام بتوفير البذور المحسنة كماً ونوعاً وذلك بتدعيم الأجهزة المهمة بذلك سواء على مستوى القطاع العام أو الشركات المتخصصة التي انشئت حديثاً في مجال الإنتاج البستاني .

2- الإهتمام بإنشاء المشاتل المتخصصة بغرض توفير شتلات الفاكهة بأسعار مناسبة وبكميات تغطي الإحتياجات الفعلية لقطاع منتجي المحاصيل البستانية.

3- إعداد خطة متكاملة (Master Plan) تتبناها الدولة يتم من خلالها وضع برامج ومشاريع خدمية وإنتاجية للاستفادة من إمكانات البلاد من الحاصلات البستانية.

وتشمل هذه الخطة عدة مجالات يمكن حصرها فيما يلي :

- برنامج لتحسين طرق ووسائل وتقنيات إنتاج الشتول والبذور المحسنة للخضر والفاكهة.

- برنامج لتحديد المواصفات الفنية اللازمة لإنشاء المشاتل علي مستوى القطر ، وتحديد الميزات النسبية المرتبطة بالمواقع ونوعية وكميات الشتول المطلوبة لتنفيذ خطة زيادة مساحات الخضر والفاكهة.

- برنامج تحسين الخدمات الزراعية في مجالات الإرشاد ، وقاية المزروعات ، معاملات ما بعد الحصاد مع الإهتمام بخدمات الصادر ، خاصة وسائل التخزين

المبرد من مستودعات وثلاجات في مواقع الإنتاج والإستهلاك وموانئ التصدير لتساعد في تحسين جودة المنتج وتنظيم حركة النقل وتقليل نسبة الفاقد والتالف وموازنة العرض والطلب.

- إنشاء مركز متكامل لتوفير المعلومات الإنتاجية والخدمية والتسويقية بفرض تنظيم عملية العرض والطلب داخلياً وخارجياً ، إضافة إلى جمع الاحصائيات الدورية في المجالات المتعلقة بالإنتاج ومواقع وحركة الأسعار داخلياً وإقليمياً وعالمياً . كما يمكن من خلال هذا المركز إعداد الدراسات والنشرات الضرورية لترقية واقع الإنتاج والتسويق للحاصلات البستانية.

- برنامج التدريب علي المستويين الداخلي والخارجي للكوادر المتخصصة والعامة في مجالات إنتاج وتسويق الخضر والفاكهة.

7-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالجمهورية العربية السورية:

يرتكز مقترح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لحاصلات الخضر والفاكهة بالجمهورية العربية السورية على مجموعة من المحاور أهمها :

1- تدعيم القطاع العام ممثلاً في الشركة العامة للخضار والفواكه بحيث تكون فاعلة في النشاط التجاري لهذه المنتجات داخلياً وخارجياً.

2- تنظيم دور القطاع الخاص للتعامل مع تلك المنتجات (إنتاجاً وتوزيعاً) وتشجيعه لكي يقوم بدوره الحيوي في مجالات الإنتاج والخدمات بصورة لا تتعارض مع التوجهات العامة للدولة ويتسق مع الإطار العام لسياسات التنمية الإقتصادية والاجتماعية .

3- إنتهاج سياسة تسعيرية مناسبة وأكثر فعالية لتحقيق الأهداف المرجوة.

4- فعالية الرقابة السعيرية ومنع الغش والتهريب والتشديد على الالتزام بالدرجات والمواصفات المحددة لكل درجة من المنتجات على اختلاف انواعها .

وتحقيقاً لتلك المحاور يهتم المخطط القطري بعدة مجالات على النحو التالي :

أولاً: برنامج تحسين القواعد الإنتاجية : وذلك من خلال إعداد مجموعة من المشاريع لتطوير الصناعات الغذائية بما يخدم النظام التسويقي ويساعد على سهولة إنسياب السلع من المنتج إلى المستهلك مع تخفيض تكلفتها وزيادة الطلب عليها ، وتضمن تلك المشاريع المقترحة:

- مشروع تطوير عبوات الكونسروة وذلك باستخدام بعض مواد التعبئة البديلة مثل : البولي اثيلين ، والبوليسترين وغيرها من المواد الرخيصة نسبياً والتي يمكن حفظ المواد فيها لفترات مناسبة.

- مشروع تجميد الخضر الموسمية : وذلك بتنشيط الصناعات التحويلية البسيطة والتي يمكن أن تساعد في تمديد موسم تواجد كثير من الخضر الموسمية كالبامية والملوخية وبعض المنتجات الفاكهة الأخرى .

- مشروع تحليل المواد المرتجعة والفائضة : حتى يمكن الاستفادة من تلك المنتجات في الفترات التي يقل فيها الإنتاج .

- مشروع تصنيع البطاطس حتى يمكن امتصاص الفائض من السوق وتحسين سبل تسويقه بعراوته الثلاثة وعلى مدار العام .

- مشروع تطوير خدمات الفرز والتدريج للخضر والفاكهة وذلك بهدف توفير الخدمات في مواقع التجميع وفي الأسواق المركزية حتى يمكن الالتزام بالمواصفات القياسية وضبط الجودة

- مشروع الخدمات المساعدة للхран والتبريد من خلال توفير المختبرات الفنية في وحدات الخزن المبرد لإجراء الفحص الأولي للمواد الداخلة لتحديد مدى صلاحيتها وحاجتها لبعض المعاملات الخاصة قبل التخزين والفحوص الدورية للمواد المخزونة.

- مشروع تطوير وسائل النقل الخاص بالشركة العامة للخضر والفاكهة بهدف تملك الشركة أسطولاً كبيراً من الشاحنات المبردة لتسهيل تحريك الخضر والفاكهة للمواقع المختلفة في الوقت المناسب ودون اختناقات تعرقل حركة العمل.

- مشروع تطوير وإستغلال البذور المحسنة وذلك من خلال إستخدام البنور

المحسنة للخضار والشتول والطعوم المعتمدة التي تساعد على تطوير الانتاج وما يرتبط بذلك من تحسين ورفع كفاءة بعض العمليات والخدمات التسويقية والكفاءة التنافسية في التجارة العالمية.

- مشروع بناء وتشبيد صالات بيع المفرق بهدف تكثيف زيادة العرض وإتاحة الخضر والفاكهة للمستهلكين وتوسيع إمكانات السوق المحلي .

ثانياً: برنامج تحسين البنيات الأساسية والمعدات التسويقية وذلك من خلال:

(أ) تأمين مستلزمات العمليات التسويقية عن طريق تشجيع قيام شركات تسويقية متخصصة على مستوى المحافظات ، وتوفير الكوادر المؤهلة اضافة الي توفير إمكانات النقل وتأمين مستلزمات التعبئة والتوضيب والفرز والتدريج وغيرها من العمليات الضرورية.

(ب) توفير طاقة تصنيعية كافية لإمتصاص الفائض من منتجات الخضر والفاكهة خاصة اثناء موسم الإنتاج.

(ج) التوسع في منشآت الخزن والتبريد والتدرج وتشجيع القطاع الخاص لولوج تلك المجالات .

(د) إعتداد مبدأ العقود المسبقة مع المنتجين أو التجار المتخصصين بعقود التصدير وتحديد الكميات التي سيتم تصديرها من الخضر والفاكهة.

(هـ) تنظيم قيام معارض إنتاجية لمنتجات الخضر والفاكهة داخل البلاد وخارجها بغية الترويج وزيادة الطاقات التسويقية.

ثالثاً: برنامج تحسين بنية المعلومات السوقية وذلك من خلال:

- إنشاء قسم أو مركز للمعلومات التسويقية للتسويق بين كافة الجهات العاملة في مجالات التسويق في جميع مراحله وقطاعاته. ويتشعب القسم إلى شعبتين أحدهما تهتم بقاعدة البيانات الخاصة بالاسواق المحلية والخارجية ، والاخرى تهتم بأخبار السوق بما في ذلك القيام بإصدار نشرة إخبارية يومية يمكن بثها عبر الوسائل الاعلامية لتوصيلها الى المعنيين من منتجين وتجار ومستهلكين .

رابعاً: تعزيز إمكانيات البحوث والإرشاد والتدريب :

وفي هذا الإطار فإنه من الأهمية تعزيز البحوث التي تهتم بمعالجة المشاكل التسويقية وإتخاذ القرارات الرشيدة بطريقة عملية ، كما أنه من الأهمية تشجيع البحوث بإدخال أصناف جديدة من الخضر والفاكهة لتتلاءم مع ذوق المستهلكين على المستويين المحلي والخارجي ، إضافة إلى تأهيل الكوادر البشرية لاتقان كافة العمليات التسويقية وبما يساعد على إمكانية تطبيق تلك التقانات والمعاملات الفنية من خلال مؤسسات الإرشاد الزراعي.

خامساً برنامج توفير التمويل التسويقي : لإنجاز كافة المراحل التسويقية بقدر عالٍ من الكفاءة وذلك من خلال :

- تأمين مصادر التمويل الذاتي.
- إنشاء شركات تمويل للعمل في مجالات التسويق.
- تخصيص فرع من فروع المصرف التجاري السوري لمد المصدرين بالقروض اللازمة لترويج تلك المنتجات .
- إعتبار فرع المصرف التجاري السوري المقترح تخصيصه لدعم الصادرات للمساعدة في عمليات التمويل الرسمية.
- الاعتماد على الاتحاد العام للفلاحين لتمويل الجمعيات الفلاحية التعاونية المتخصصة لتسويق مثل تلك المنتجات.
- الاعتماد على القطاع العام لإنشاء المباني والتجهيزات عالية الكلفة وذلك من مخصصات الموازنات الاستثمارية.

8-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بجمهورية العراق:

يهتم المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لحاصلات الخضر والفاكهة في جمهورية العراق من خلال تعزيز السياسات في المجالات الإقتصادية والتنظيمية بما في ذلك تحسين خدمات النقل وتطوير خدمات التخزين ، إضافة إلى تطوير أسواق الجملة وتحسين القواعد الإنتاجية. وفيما يلي وصفاً موجزاً لتلك المجالات :

أولاً: مجالات السياسات الاقتصادية والتي تركز علي المحاور التالية :

- 1- توجيه الاهتمام المناسب لتنظيم وتطوير السياسات السعرية بالشكل الذي تصبح هذه السياسات قادرة على تحقيق اهدافها في زيادة الإنتاج من الخضر والفاكهة وتساعد على تطوير التسويق وترشيد الاستهلاك وتحسين مستوى معيشة السكان.
- 2- تنظيم حوافز للإستثمار في مجالات مدخلات التسويق التي تشمل العبوات ووسائل النقل وغيرها من المدخلات .
- 3- تحسين وتطوير الخدمات التسويقية لتقليل الفاقد والهدر وتوفير هذه المحاصيل للمستهلكين بأشكال حضارية مقبولة.
- 4- إتاحة التمويل لصغار المزارعين على المديين القصير والمتوسط والطويل وبفوائد مناسبة.

ثانياً: مجالات السياسات التنظيمية :

وتركز تلك السياسات التنظيمية على ما يلي:

- 1- إنشاء مراكز مناسبة لخدمات التجميع والفرز والتدريج والتعبئة ، بالقرب من مناطق الإنتاج بأسلوب تعاوني من قبل الفلاحين والمزارعين أو على شكل شركة مختلطة بين القطاعين الخاص والدولة.
- 2- اختيار المكننة اللازمة لهذه المراكز حسب انواع المحاصيل التي يتم تداولها في المركز وتداخل مواسم الإنتاج لتلك المحاصيل التي تم فرزها وتدرجها وتعبئتها مع ملاحظة الطاقة الانتاجية للمكائن والآلات المستخدمة حسب الكميات المتوقع

تداولها . وكمرحلة أولية يتم استخدام بعض مكائن وآلات الفرز والتدريج والتعبئة المنتقلة في المناطق التي تتسم بصغر حجم الحيازات أو صعوبة نقل الحاصل الى المراكز وعند مواسم ذروة الإنتاج.

ثالثاً: مجالات تحسين خدمات النقل: وذلك من خلال وضع إستراتيجية تطوير التسويق تهدف الى وضع سياسة نقلية شاملة تعتمد على مختلف المؤشرات الإنتاجية والتسويقية والخدمة والتي تتمثل في معدلات الإنتاج السنوية من مختلف انواع الخضر والفاكهة التي يستلزم تجميعها ثم نقلها وتوزيعها على حسب التركيز الموسمي والجغرافي للإنتاج ، إضافة إلى المؤشرات الخاصة بطول فترات إنتاج كل نوع ، فترات الذروة وطول هذه الفترات ، تقديرات فوائض الإنتاج ، اتجاهات التدفق والانسياب السلعي ، طول المسافات المطلوبة لنقل الحاصلات بين مناطق الإنتاج ومراكز التجميع واسواق الجملة ، طبيعة الطرق ، عدد الرحلات اليومية المطلوبة ، طبيعة المحصول ومدى تحمله لظروف النقل بالسيارات العادية أو المبردة ، الإمكانيات العددية والطاقات الحجمية لوسائط النقل المتاحة من الانواع المختلفة ، الجهات القطاعية المختلفة التي تملك وسائل النقل . كما أنه من الأهمية مراعاة تكاليف النقل الفعلية السائدة خلال مواسم الإنتاج ومدى انسجام هذه التكاليف مع تكاليف انتاج المحصول وتداوله.

رابعاً: مجالات تطوير خدمات التخزين :

نظراً لأهمية خدمات التخزين في تنظيم إستقرار الاسعار وازدانة المنافع الزمنية والمكانية على السلعة وتوفيرها في مواسم الشح وحفظ مخزون استراتيجي لظروف الطوارئ ، وتنظيم وتداول وانسيابية هذه المحاصيل خلال المواسم المختلفة لذلك فان هذه الوظيفة تؤثر تأثيراً فعالاً على كفاءة أداء النظام التسويقي وتشكل مظهراً متميزاً من مظاهر التطوير التنظيمي للتسويق.

من هذا المنطق فإن استراتيجية تطوير نظام خدمات التخزين ترتكز على عدة محاور من أهمها :

- 1- التوجه لإنشاء طاقات تخزينية حديثة من قبل القطاع الخاص والتعاوني من خلال وضع تعليمات وأسس تشجيعية لكل من يرغب في إنشاء مخزن مبرد أو مجمد ضمن توجيهات وإشراف وزارة الزراعة ، وفي إطار التوجيهات والسياسات الإقتصادية التي تسير عليها الدولة.

2- تخطيط انشاء الطاقات التخزينية بشكل متوازن في محافظات القطر الشمالية والوسطى والجنوبية مع الاخذ بعين الاعتبار الخصخصة الانتاجية لكل محافظة ، بما في ذلك كميات انتاج المحاصيل القابلة للخن ، كميات الفائض المتوقعة خلال ذروات الإنتاج ، التداخل الموسمي لانتاج الفواكه والخضر ، مدي توفر طرق مواصلات ووسائل نقل مناسبة ، موقع المحافظة بالنسبة لقربها من الميناء أو موقعها على داخل الطرق الخارجية ، اضافة الي عدد سكان المحافظة والميول والتقاليد الاستهلاكية .

3- تطبيق مبدأ التخصص الاستخدامي لهذه المخازن مثل تحديد طاقات خاصة لخن التقاوي، واخرى للتخزين الاستهلاكي اليومي ومجالات أخرى للتخزين الاستراتيجي للطوارئ ، وطاقات أخرى لتخزين السلع المصنعة، وكما هو معلوم فإن ذلك التخصص الإستهلاكي يساعد على تسهيل وتبسيط وتنظيم اجراءات التخزين والسيطرة عليه وتنظيف وادامة المخازن ومكائن التبريد والمحافظة على المخزون بتقليل نسب الفقد والاصابة والتلف وتدهور المواصفات مما يساعد على تحسين كفاءة أداء تلك المخازن.

4- توفير كوادر مؤهلة عددياً وفنياً لإدارة المخازن وصيانة المكائن وتشغيل القاعات.

خامساً: مجالات تطوير أسواق الجملة :

ويتضمن اقامة اسواق جملة حديثة للخضر والفاكهة في بغداد والمحافظات ، وقد تم تنفيذ ثلاثة اسواق جملة جديدة في العاصمة بغداد موزعة علي مداخل المدينة مع المحافظات الاخرى ، كما سبق وتم انشاء اسواق جملة حديثة في عدد من المحافظات وهي نينوى ، بابل، ذي قار والبصرة. وتستغل حالياً تلك الأسواق من قبل القطاع الخاص لتسويق الخضروات والفاكهة. ويحتوي كل سوق جملة على مرافق لإدارة السوق وللتخزين وتقديم الخدمات الأخرى . أما بالنسبة للتجهيزات والمعدات والموازين ومستلزمات العمل الأخرى فإن توفيرها يعتمد على المشاركين في تلك الأسواق من بائعي الجملة.

سادساً : مجالات تحسين وتطوير القواعد الانتاجية : وذلك من خلال استغلال كافة مساحات الاراضي الصالحة للزراعة والتركيز على محاصيل الخضر والفاكهة كمرتبة ثانية تسبقها محاصيل الحبوب في المرتبة الاولى بحسبانها سلع إستراتيجية . وتتولى وزارة الزراعة توفير نسبة محددة من المدخلات الزراعية تشتمل على الأسمدة الكيماوية ، الادوية والمبيدات ، المكنائن والآلات ، والبذور المحسنة، والتي يتم بيعها للمنتجين والفلاحين بأسعار مناسبة . وبالإضافة الى توفير المدخلات هناك جهود متصلة في مجالات البحوث والارشاد والتدريب.

6-9 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بدولة فلسطين:

يهدف المخطط بصفة أساسية إلى تسويق أكبر قدر ممكن من المنتجات المحلية التقليدية وغير التقليدية وصولاً للأسواق الإقليمية والعالمية بحالة ممتازة وأسعار تنافسية جيدة.

ولتحقيق هذا الهدف فإنه من المقترح إعداد السياسات وإنشاء التنظيمات والمؤسسات التي تنظم عملية الإنتاج والتسويق وذلك في المجالات التالية:

- 1- تفعيل إتحاد المزارعين للإرتقاء بهم وبخبراتهم إلى المستوى العالي وتقديم كل الدعم لهم بهذا الخصوص ، بحيث يستحدث من خلال هذا الإتحاد صندوق يهدف إلى تعويض المزارع في حالة حدوث أي خسارة ناتجة عن التصدير أو الإنتاج للتصدير أو الكوارث الطبيعية أو الإصابات المرضية في المحصول.
- 2- العمل على إنشاء إتحاد مصدريين من التجار المتعاملين بالتجارة الخارجية للحصولات الزراعية البستانية ليقوم بمهام الدعم وتقديم المعلومات والتسهيلات الضرورية بما في ذلك إمكانية إنشاء صندوق للمصدرين والتعويض المالي في حالة الخسارة بغية تشجيعهم للاستمرارية.
- 3- إنشاء مراكز تسويقية خارجية تقوم بجمع المعلومات والترويج للمنتجات البستانية في الخارج ، وتقديم كل الخدمات اللازمة للتجار المحليين من توقعات السوق والأسعار والاصناف المطلوبة.
- 4- إنشاء مركز معلومات محلي يقوم بتجميع المعلومات الواردة من جميع المراكز الخارجية وتصنيفها وتجهيزها .

- 5- إنشاء مركز تنسيقي تكون مهمته عقد الاجتماعات والتنسيق بين المزارعين والمصدرين في ضوء المعلومات الواردة من المراكز التسويقية في الخارج ، للخروج بخطة موسمية لتحديد الأصناف التي ستزرع والكميات المطلوبة والمواعيد لتفادي الخسائر.
- 6- إنشاء محطات تعبئة تحتوي علي معدات متطورة حديثة ومخازن مبردة ، وكذلك وجود شاحنات مبردة ، وماكينات تدرج لضمان وصول الحاصلات البستانية إلى الأسواق على حسب المواصفات المطلوبة.
- 7- تكثيف الدورات التدريبية للمهندسين الزراعيين والفنيين المشرفين على كافة عمليات الزراعة والفرز والتدرج والقطف والتعبئة .
- 8- تكوين جهاز إداري متكامل وتزويده بالخبرات والمهارات اللازمة للتعامل مع كافة الاجراءات المتصلة بالتصدير ، وتمكينه من عقد الإتفاقيات الدولية وتوقيع البروتوكولات مع المستوردين والعمل على الإتصال المستمر بالأسواق العالمية . كما تكون مهمة ذلك الجهاز المتابعة والتفتيش والمراقبة والإرشاد في كل ما يتعلق بالمنتجات المصدرة للخارج وحل أي مشكلة قد تنتج خلال عملية التصدير على جميع الاصعدة لضمان استمرار العملية التصديرية والتشجيع المستمر للمصدرين والمزارعين.
- 9- إنشاء محطات البحوث والتجارب الزراعية للعمل على إنتاج البنور محلياً للأصناف المطلوبة عالمياً لكسر شوكة الإحتكار والإعتماد على النفس بهذا الخصوص مما يقلل تكاليف الإنتاج وبالتالي يقلل من أسعار التكلفة حتى يمكن المنافسة في الأسواق العالمية.
- 10- إنشاء مصانع إنتاج مواد التعبئة والتغليف وطباعة الكرتون وخلافه وذلك لتقليل الإحتكار في تلك المجالات وتخفيض التكاليف التسويقية.

6-10 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفواكه بدولة قطر:

يسعى المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي في دولة قطر ، وبشكل عام على تذليل كل المشكلات التي تواجه العمليات التسويقية بإيجاد الحلول المناسبة لها . كما يهدف المخطط إلى تحقيق مجموعة من الموجهات علي النحو التالي :

- 1- تفعيل دور الشركة الوطنية القطرية للتسويق الزراعي من خلال الاهداف التي من اجلها أسست، وتوسيع نطاق عملها لتشمل الاستيراد والتصدير والتصنيع.
- 2- توجيه الدعم المقدم للقطاع الزراعي واستغلاله الاستغلال الامثل في استصلاح الاراضي وشراء المعدات والآلات الزراعية والتجهيزات المزرعية ووسائل الري الحديثة بالاضافة الى دعم الانتاج وتفعيل دور لجنة القروض الزراعية.
- 3- توفير عبوات مناسبة وبأسعار معقولة والتشجيع على اقامة صناعة وطنية للعبوات.
- 4- انشاء مركز لفرز وتدرج وتعبئة الخضر والفاكهة.
- 5- توفير الأعداد الكافية من المرشدين الزراعيين .
- 6- إلزام المستوردين بتقديم فواتير دقيقة ومفصلة لبيانات كل شحنة من شحنات الخضر والفاكهة التي تصل الى البلاد بوسائل الشحن المختلفة الى جهات الاختصاص.
- 7- منع التجار من التوريد المباشر لبعض انواع الخضر والفاكهة الى محلات البيع بالتجزئة دون اجراء المزااد عليها.
- 8- إلزام المستوردين أن يلزموا مصدري الخضر والفاكهة بالتعبئة في عبوات جيدة موضحاً عليها اسم بلد المنشأ ووزن العبوة وعدد الثمار بها ودرجة جودتها .
- 9- ايجاد نظام للحصر الفعلي والصحيح لجميع كميات الخضر والفاكهة المحلية والمستوردة الواردة الى سوق الجملة المركزي من خلال بوابات وموازين ذات قدرات كبيرة.
- 10- العمل على ايجاد نظام اكثر إنصافاً للمزارعين ليحل محل نظام الدالين المعمول به في الوقت الراهن.
- 11- ضرورة وضع نظام لادارة السوق المركزي أسوة بأسواق الجملة المركزية في

البلاد المتقدمة على أن تمثل في مجلس ادارة السوق جميع الاطراف المتعاملة فيه والمستفيدة منه.

12- برمجة الواردات من الخضر والفاكهة خاصة في مواسم الانتاج المحلي.

13- ضرورة إحداث التعاون والتنسيق بين جميع الجهات العاملة في مجال التسويق الزراعي لتصبح أكثر فاعلية.

6-11 ملامح المخطط القطري لتطوير الاداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بدولة الكويت :

تهتم الهيئة العامة لشئون الزراعة والثروة السمكية في دولة الكويت بقضية التسويق الزراعي بإعتبارها أحد المحاور الرئيسية للتنمية الزراعية ولكونها المسار النهائي الذي تتجه اليه السلعة الزراعية المنتجة ليتم تداولها من قبل المسوقين (تجار ، وسطاء ، ومؤسسات تسويقية) حتى وصولها إلي المستهلك.

ووفقاً للجهود المبذولة قامت الهيئة العامة لشئون الزراعة والثروة السمكية بإعداد إطار متكامل للنهوض بتسويق المنتجات الزراعية الوطنية ضمن نظام شامل لإعادة تنظيم أسواق الجملة والتجزئة بالبلاد.

ومن المقترح أن يشتمل التطوير على المجالات التالية :

1- إعادة صياغة وهيكل النظام الحالي للأسواق التي تتعامل مع المنتجات الزراعية الغذائية الوطنية والمستوردة.

2- إعادة تنظيم السوق المركزي للخضار والفاكهة بالشويخ، وفصل تجارة الجملة عن تجارة التجزئة وربط الاسواق المركزية في المحافظات مع اسواق التجزئة.

3- إدخال التحسينات والتعديلات التقنية التي تتيح انسياب الحركة داخل السوق وتوفير خدمات التهوية والتبريد في مواقع العرض وانشاء المخازن المجهزة وتكنولوجيا الفرز والتدريج الآلي وتحديد الانخاب.

4- وضع قواعد ومعايير عملية تضمن فعالية نظام المواصفات القياسية ومراقبة الجودة ، وتوحيد مواصفات واحجام العبوات المتداولة ، وتعميم بطاقة المحتويات والصلاحية للعبوات المختلفة بما يخفض الفاقد التسويقي ويرشد الموارد الاقتصادية المرتبطة بكل من المنتجات الوطنية والمستوردة ، ويحقق مصالح اطراف العملية التسويقية من منتجين وتجار ومستهلكين علي حد سواء .

5- إحداث نوع من التكامل والربط بين السياسات الإنتاجية والتسويقية الزراعية للنهوض بجودة المنتجات الوطنية وإبراز مزاياها التنافسية في كونها طازجة واعطاء فرصة متكافئة للمنتجات الوطنية مع مثيلاتها المستوردة في مواقع العرض بالاسواق.

6- إيلاء الاولوية للمنتجات الوطنية في المناقصات الحكومية ومشتريات المؤسسات الرسمية والاهلية وكذلك تدعيم القدرة التنافسية لتلك المنتجات لدى الجهات الاخرى التي تشكل مشتراوتها جزء من الطلب الاستهلاكي على المنتجات الغذائية.

7- يتولى تشغيل وإدارة السوق المركزي للخضار والفاكهة بالشويخ القطاع الخاص وذلك عن طريق انشاء كيان متخصص ومستقل (شركة أو مؤسسة أو هيئة) تعمل وفقاً للأسس والمعايير التجارية مع الالتزام بالضوابط الفنية والتنظيمية والقانونية ويمكن للشريك الاجنبي المساهمة والمشاركة في اعمال الادارة والتشغيل وهذا كما هو معمول به في كل من فرنسا وانجلترا وهولندا ومصر.

8- إعادة تنظيم تجارة التجزئة للمنتجات الزراعية الغذائية الوطنية بإتاحة المزيد من الفرص لمجالات التعاونيات الاستهلاكية والاتحاد التعاوني الاستهلاكي لتسويق المنتجات الزراعية الوطنية في الاسواق المركزية للتعاونيات ، إضافة إلى تغطية تجارة التجزئة للمناطق السكنية والتجارية بالدولة وذلك عن طريق إنشاء كيان مستقل لإدارة هذا النشاط أو إعادة ترتيب اوضاع شركة المنتجات الزراعية بما لديها من فروع وامكانات اخرى لتدير هذا النشاط على أسس تنظيمية جديدة.

- مشروع سوق الخضار والفاكهة المركزي الجديد بالصليبية:

قامت بلدية الكويت ممثلة بالمجلس البلدي بتخصيص موقع لسوق الخضر والفاكهة المركزي بمنطقة الصليبية - جنوب الدائري السادس في مساحة قدرها 300 ألف متر مربع وذلك لتغطية الاحتياجات المتزايدة من الخضر والفاكهة والتي تتلائم مع التطور الكمي والكيفي ولتقديم كافة الخدمات والمرافق اللازمة للمشروع وفقاً لحدث الاساليب المتطورة في البناء والمتوافقة مع الطراز المعماري الكويتي.

ويشتمل المشروع على عدة مكونات من اهمها انشاء منطقة جمركية مغلقة ، توفير ثلاجات لتخزين الخضر والفاكهة ، إعداد رصيف للتحميل والتنزيل بسطاط بما لا يقل عن

(50) بسطة وبمساحة لا تقل عن 70 م² لكل بسطة ، اضافة الي احدات مكاتب لادارة السوق ووحدات اخري لتقديم الخدمات العلاجية والبريدية والهاتفية والترويجية وما يمكن أن يتبعها من خدمات.

6-12 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالجمهورية اللبنانية:

في ظل التغيرات الاقليمية والدولية تسعى وزارة الزراعة في لبنان إلى تحسين واقع تسويق حاصلات الخضر والفاكهة بما يساعد على تخفيض تكاليف الإنتاج ويعزز إمكانيات المنافسة للتصدير وذلك من خلال إحياء وتنشيط الخدمات الارشادية والاعلامية وإتباع الاساليب الجديدة والتقنية وتقليل فاقد الإنتاج وتوجيه المنتجين والمصدرين نحو الخبرة التسويقية. وقد تضمن مقترح المخطط القطري مجموعة من المشروعات على النحو التالي

– مشروع تحسين القواعد الانتاجية بالاعتماد على التقانات الحديثة ، والتركيز على عدم تلوث البيئة والمكافحة المتكاملة المعتمدة على مكافحة البيولوجية ، والحد من فاقد الانتاج مع التركيز على الجودة والنوعية المطلوبتين لضمان المنافسة والحد من انتاج الخضر من الزراعة المحمية (لارتفاع تكلفة الانتاج) والتوجه لانتاج ازهار القطف وشتول الزينة.

– مشروع تحسين البنيات الأساسية والمعدات التسويقية من خلال انشاء وتحسين اسواق الجملة ونشرها في كافة المناطق اللبنانية ، بضرورة توفر مستودعات للتبريد في كل سوق وتطبيق المتطلبات الصحية والفنية ، اضافة الى اعداد البرامج الارشادية وتعزيز اجهزة الارشاد العامة والخاصة.

– مشروع تحسين المعلومات السوقية بما يحقق جمع وتوزيع المعلومات التي تساعد على زيادة شفافية السوق وفعاليتها .

– مشروع البحوث والارشاد والتدريب وذلك لسد النقص في تلك المجالات الحيوية .

– مشروع التمويل التسويقي من خلال إنشاء مصرف مقترح للتنمية الزراعية

- مشروع التمويل التسويقي من خلال إنشاء مصرف مقترح للتنمية الزراعية وذلك لتقديم التمويل اللازم للقطاع الزراعي عامة ولتسويق الخضر والفاكهة خاصة.

6-13 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالجمهورية الليبية العظمى:

الاهداف العامة :

يهدف المخطط القطري المقترح لتطوير الأداء التسويقي لحاصلات الخضر والفاكهة بالجمهورية الليبية إلى افساح المجال لآليات السوق للتحكم في العرض والطلب وتشجيع القطاع الخاص للقيام بالانتاج والتسويق لتلك الحاصلات اضافة الى تشجيع انشاء التشاركيات الزراعية.

ويتضمن المخطط مجموعة من السياسات والتنظيمات المؤسسية والتشريعات التي تركز على اعطاء دور اكبر للقطاع الخاص للاستثمار في مجالات الإنتاج وإيجاد فائض لمحاصيل الخضر والفاكهة بغرض التصدير ، وذلك في ظل سياسات تحرير الاسعار وتوفير الائتمان الزراعي الميسر ، بالاضافة الى سياسات تعزيز الخدمات الزراعية المساندة في مجالات البحوث والارشاد الزراعي وانشاء التنظيمات الاهلية والتعاونيات . ويتطرق المخطط القطري المقترح على بعض المرتكزات الرئيسية والتي تشمل :

البرامج والمشروعات المقترحة في مجالات الخضر والفاكهة :

- التوسع في اقامة المصانع لانتاج المدخلات والمعدات الفلاحية التي يحتاجها المزارع بالاضافة لمشروع تصنيع أغذية الاطفال ، والمساهمة في سد الفجوة بين الانتاج والاستهلاك. وتبلغ الطاقة الانتاجية الفعلية للمشروع نحو 3200 طن/سنة مساحيق، 1600 طن/سنة عجائن ، 1600 طن/سنة عصائر. وهذه الكميات تمثل الى حد معقول طاقة الخطوط الثلاثة للمصنع المقترح وذلك لتغطية احتياجات السوق من هذا الغذاء في الجمهورية العظمى.

- تشجيع القطاع الخاص في إنشاء مراكز تجميع تتوفر فيها عمليات التصنيف، الفرز، الوزن، والتخزين لما يتوفر في هذه المواسم لعرضه للبيع في اوقات اخرى من خلال التشاركيات الزراعية وإنشاء مصانع لتصنيع المنتجات الفلاحية الغذائية محلياً.

6-14 ملامح التوجهات القطرية لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بجمهورية مصر العربية :

تشير الدراسة القطرية لجمهورية مصر العربية إلى أن قطاع إنتاج وتسويق الخضر والفاكهة يعاني من العديد من المشاكل والمعوقات مما يستلزم وضع خطة قومية متكاملة للتغلب على تلك المشاكل والحد من تأثيراتها السلبية . وتعتمد تلك الخطة المقترحة على ثلاثة محاور رئيسية على النحو التالي :

أولهما محور تحسين جودة المنتجات الزراعية ويرتكز هذا المحور علي مساقين أساسيين :

1- تطوير أنشطة الإنتاج والتسويق من خلال :

- الإهتمام بالبحوث التطبيقية
- تقليل فاقد الإنتاج.
- توفير المعلومات التسويقية والتكنولوجية.
- توفير خدمات ومستلزمات ما بعد الحصاد.
- إنشاء جهاز للإرشاد التسويقي.

2- تنمية الموارد البشرية من خلال :

- الإهتمام ببرامج التدريب التأهيلي.
 - مرونة برامج التعليم والتدريب لمواجهة الحاجات الملحة والمتغيرة.
- ثانيهما : محور إتاحة الفرص لإحداث قطاع خاص قومي ومنافس.

ويرتكز هذا المحور علي مساقين أساسيين :

1- جذب رؤوس الاموال من خلال :

* تشجيع الإستثمار في مجالات البساتين والخدمات المرتبطة بها .

* إزالة كافة معوقات الإستثمار في هذا المجال.

* توفير مصادر التمويل بشروط ميسرة.

2- تقوية حوافز القطاع الخاص وذلك من خلال :

* تشجيع وتكوين الجمعيات الأهلية وإتحادات المنتجين والمصدرين.

* توفير الخدمات والتسهيلات

* الخصخصة ومنع الإحتكار.

* تشجيع ودعم إنشاء وتطوير البورصات الزراعية.

ثالثهما : محور تعظيم فرص التصدير وذلك من خلال :

* تدعيم الاتجاهات التي تستهدف حل مشكلات التصدير.

* اشراك القطاع الخاص في تخطيط سياسات التصدير.

* الدعاية والترويج.

* إزالة المعوقات الروتينية.

وإعتماداً علي تلك المحاور الرئيسية تم اقتراح مجموعة من البرامج والمشروعات في

المجالات التالية:

أولاً: مجال تحسين القواعد الإنتاجية ويشتمل على ما يلي:

- مشروع نظم المعلومات الجغرافية للحاصلات البستانية :

ويهدف المشروع إلى تحقيق التوزيع الأمثل للحاصلات البستانية في مصر بغية

النهوض بإنتاجية المحاصيل وزيادة العائد للمنتجين وبالتالي زيادة العائد القومي وتوسيع

قاعدة فرص التشغيل. .

- برنامج البحوث التطبيقية للنهوض بإنتاجية وإنتاج الحاصلات البستانية :

وذلك في مجالات دراسة الأصناف وتحديد المقننات المائية ، وتحديد المعاملات

الزراعية الملائمة ودراسة طرق ورعاية ومواعيد الحصاد ، بالإضافة الى دراسة طرق تقليل

الفاقد ومعاملات ما بعد الحصاد من تدريج وحفظ وتعبئة، اضافة إلى أساليب التخزين .

- برنامج بحوث الهندسة الوراثية والتكنولوجيا الحيوية :

وذلك بهدف إنتاج أصناف جديدة مقاومة للظروف غير الملائمة و أصناف مقاومة للإصابات المرضية والحشرية، وذلك سعياً لزيادة القدرة على المنافسة في ظل اتفاقية الجات

- مشروع إنتاج الحاصلات البستانية غير التقليدية للتصدير :

وذلك من خلال دراسة المحاصيل غير التقليدية ومدى إمكانية زراعتها في مصر وتحديد المقننات المائية والسمادية المثلى لكل محصول ، إضافة إلى تحديد المعاملات الزراعية وطرق التخزين ومعاملات ما بعد الحصاد .

ثانياً: تطوير البنيات الأساسية والمعدات التسويقية :

وقد تم إقترح مجموعة من البرامج والمشروعات على النحو التالي :

- مشروع دراسة الوضع الراهن والاحتياجات المستقبلية للمنشآت

التسويقية وتشمل الثلاجات، ومحطات الفرز والتعبئة وذلك بما يساعد على وضع خطة لتوفير تلك المنشآت ودراسة الاساليب الملائمة لتشجيع القطاع الخاص للاستثمار في تلك المجالات.

- مشروع فرز وتدرج وتعبئة وتبريد وتخزين الحاصلات البستانية ويهدف

المشروع إلى توفير الخدمات المتكاملة رأسياً لمعاملات ما بعد الحصاد للمنتجين والمصدرين مما يستلزم إنشاء عدد من مراكز الفرز والتدرج والتعبئة والحفظ للحاصلات البستانية ، اضافة إلى تدريب العاملين على معاملات ما بعد الحصاد .

- مشروع نقل وتداول الحاصلات البستانية : ويهدف المشروع الى تحسين البنية

الأساسية لنقل وتداول تلك الحاصلات وذلك من خلال إدخال أساليب النقل المبرد الحديثة، وتوفير مولدات الطاقة التي يمكن تركيبها على الحاويات وتشجيع تطبيق أسلوب النقل من موقع الحصاد إلى منافذ الإستهلاك والحفاظ على سلسلة التبريد .

ثالثاً : تحسين المعلومات التسويقية وقد تم إقترح مشروعين على النحو التالي :

- مشروع إنشاء نظام متكامل للمعلومات التسويقية والتكنولوجية وذلك بهدف توفير

المعلومات والدراسات لمنتجي ومصدري الحاصلات البستانية لزيادة قدراتهم التنافسية في اسواق التصدير.

- مشروع إنشاء وتدعيم البورصة الزراعية وذلك من خلال إيجاد قنوات اتصال لتوفير المعلومات والبيانات الإنتاجية والتسويقية والتكنولوجية للحاصلات البستانية مما يساعد على تلبية إحتياجات المنتجين وخلق قنوات تصديرية للمنتجات البستانية وزيادة قدراتها التنافسية.

رابعاً : تعزيز إمكانيات إرشاد والتدريب : وذلك من خلال :

- مشروع انشاء نظام للإرشاد التسويقي بما يساعد على تطوير قدرات وإمكانات المرشدين التسويقيين ويحسن عمليات الانتاج والتسويق مما يعود بالنفع على جمهور المنتجين وزيادة دخولهم.

- البرنامج التدريبي لانتاج وتسويق الحاصلات البستانية وذلك بهدف رفع مستوى المهارات والخبرات للعاملين في مجال إنتاج وتداول الحاصلات البستانية .

خامساً ترقية إمكانيات التمويل التسويقي وذلك من خلال :

- مشروع توفير التمويل قصير الأجل ومتوسط الأجل لمنتجي ومسوقي ومصدري الحاصلات البستانية : مما يستلزم إنشاء آلية لتوفير التمويل اللازم لتلك الفئات وبشروط ميسرة ، للمساعدة على تشجيع تطبيق التكنولوجيات الزراعية الخدمية وتحسين جودة الإنتاج.

سادساً : دعم نشاط القطاع الخاص في مجال إنتاج وتصدير الحاصلات البستانية وذلك من خلال:

مشروع لتشجيع تكوين الجمعيات والاتحادات النوعية والمتخصصة للعاملين في مجال انتاج وتصدير الحاصلات البستانية ويتضمن ذلك التشجيع تقديم الدعم الفني والاداري لتلك الجمعيات .

6-15 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بالمملكة المغربية :

يتطلب تحسين النظام الحالي لتسويق الخضر والفاكهة بالمملكة المغربية وضع خطة متكاملة للإصلاح تهتم بالجوانب القانونية والمؤسسية بالإضافة الى تحسين المنشآت التحتية التسويقية. ويرتكز المخطط المقترح على المكونات التالية :

أولاً: تحسين المنشآت التسويقية .

بما في ذلك إنشاء فضاءات في مناطق الإنتاج الرئيسية وهي تشكل نقطة لقاء بين المنتجين والموزعين ومقراً لتركيز مختلف الخدمات الضرورية. وكما جاء في المقترح فإن هذه الفضاءات تتشكل من مساحات معبدة يعرض فيها المزارعون منتجاتهم البستانية ، إضافة إلى إنشاء بنايات لتجار الجملة يمكن استخدامها كمستودعات ومكاتب لعقد الصفقات ، إضافة الى إنشاء بنايات تخصص لادارة الهيئة المكلفة بتسيير فضاء السوق. كما تحتوي تلك الفضاءات علي تجهيزات للخدمات التسويقية في مجالات التعبئة والتبريد وانضاج محصول (الموز) ومراكز لتوفير وسائل النقل ، ومركز لبيع مدخلات الانتاج، ومراكز اخرى تتعلق بتوفير الخدمات البنكية والاتصالات ومراقبة جودة المنتج ، بالإضافة الى المرافق الإجتماعية .

كما يشتمل المقترح على تطوير أسواق الجملة للخضر والفاكهة والتي تتيح توفير تلك السلع الغذائية لمجموعة المستهلكين وذلك من خلال توسيع شبكة تلك الأسواق وتحسين الخدمات على ذات النسق المقترح لإنشاء الفضاءات التسويقية.

وتضمن المقترح توسيع دائرة مراكز تجميع الانتاج لتكون نقطة التقاء مباشر بين المنتجين والمشتريين على مستوى القرى المنتشرة في الريف المغربي ، وهي بهذا الشكل تمثل دائرة التسويق الاولى مما يستلزم توفير قدرأ من الخدمات لتحسين الأداء.

ومجمل القول أن تحسين المنشآت التسويقية يعني الاهتمام بمستوياتها الثلاثة ، بدءاً بالفضاءات بحسبانها النقطة الرئيسية لتجميع الحاصلات البستانية قبل انتقالها إلى اسواق الجملة التي تهتم بإمداد المواقع الحضرية ، إضافة إلى امكانية تحسين مراكز

تجميع الإنتاج على مستوى القري الريفية لاتاحة الفرصة للشراء مباشرة من قبل مجموعة المستهلكين ، اضافة الى إرتباطات تلك المراكز التجميعية مع الفضاءات .

ثانياً: تطوير الجوانب التنظيمية والقانونية :

وفيما يتصل بهذا المجال ، فإن المقترح يركز على أهمية تشجيع تكوين الجمعيات والتنظيمات الاهلية لتسيير تلك المنشآت ووضع القوانين التي تساعد على المحافظة على المعايير ومواصفات ضبط الجودة لتلك الحاصلات البستانية ، اضافة الى متابعة الاداء في تلك الاسواق بما يساعد على تطويرها وترقية أدائها .

6-16 ملامح المخطط القطري لتطوير الاداء التسويقي لمحاصيل الخضر

والفاكهة بالجمهورية الاسلامية الموريتانية:

يهدف المخطط القطري لموريتانيا إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تشمل تشجيع إنتاج واستهلاك الخضر والفاكهة ، والحد من العجز الغذائي عن طريق انتاج الخضر والفاكهة وتوفير محاصيل الخضر والفاكهة على امتداد السنة ، إضافة إلى زيادة دخل المنتجين الزراعيين.

كما يركز المخطط القطري على مجموعة من السياسات والتنظيمات المؤسسية والتشريعات المرتبطة بتحرير التجارة وتوفير الحرية الاقتصادية في الأسواق بما في ذلك تخلي الدولة عن دعم المواد الاستهلاكية ، إضافة إلى تشجيع القطاع الخاص وإعطاء دور اكبر للمنظمات غير الحكومية والتنظيمات الاهلية في إدارة الإقتصاد الوطني.

وفي إطار تلك السياسات والتوجهات أنشأت الدولة عدة مشاريع تهتم بتطوير الإنتاج وتنويعه ورفع كفاءة الخدمات المساعدة ، من بينها :

- مشروع الخدمات الزراعية الذي يهدف الى تدريب المنتجين على إستخدام التقانات الحديثة ، اضافة إلى إعداد الدراسات الإرشادية لتطوير تسويق حاصلات الخضر والفاكهة.

- مشروع الواحات وهو يختص بتطوير النخيل من خلال التوسع الرأسي والأفقي لزراعة النخيل ، وتدريب المزارعين على تقانات غرس وتربية النخيل ومكافحة الآفات والأمراض.

- مشروع برنامج التنمية المندمجة للزراعات المروية وذلك من خلال تنويع المحاصيل الزراعية المروية التي تشمل: الحبوب ، الخضر، الفاكهة، والاعلاف. إضافة إلى الاعتناء بكافة جوانب العملية الإنتاجية من تسويق وتقديم قروض.
- مشروع تسيير المصادر الطبيعية في المنطقة المطرية والذي يهتم بتشجيع المنتجين ومساعدتهم في كل الأنشطة التنموية التي يمارسونها بما في ذلك انتاج وتسويق الخضر والفاكهة.
- مشروع إنارة 15 مدينة وقد يساعد المشروع في امكانية انشاء غرف للتخزين وحفظ الخضر والفاواكه إضافة إلى إنشاء مصانع تحويلية للخضر والفاكهة .
- مشروع تزويد القرى والمدن بالمياه الصالحة للشرب وقد كان للمشروع دور كبير في إنشاء حدائق وبساتين تختص بانتاج الخضر والفاكهة .
- مشاريع بناء الطرق والمطارات حيث تجرى الاستعدادات لزيادة الطرق المعبدة في المناطق الزراعية على طول نهر السنغال كما تم الشروع في بناء مطارات سيلبابي، العيون، وتكجا. وكما هو معلوم فإن للطرق والمطارات دور أساسي في تسهيل العملية التسويقية لتلك الحاصلات البستانية.
- إنشاء صناديق للأئتمان وتوسيع مجال تدخل اتحاد تعاونيات القرض والادخار، ليشمل كافة المحاصيل الزراعية ومن المتوقع أن يستفيد من المشاريع ما يزيد على 85% من السكان وان يرفع نسبة الاكتفاء الذاتي في مجال الخضر والفاكهة الى حوالي 70% عام 2005.

17-6 ملامح المخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة بجمهورية اليمن :

يحتل التسويق الزراعي مكانة رئيسية بين متطلبات التنمية الزراعية المرجوة في جمهورية اليمن. ووفقاً للدراسة القطرية التي تم إنجازها فإنه على الرغم من الجهود المبذولة ، إلا أن النشاط التسويقي وخاصة تسويق الخضر والفاكهة ما زال بحاجة الى مزيد من الإهتمام والتنظيم والدعم المالي والفني لتحسين الإمكانيات والقدرات لمواكبة التطور الذي صاحب مجالات الانتاج .

ويقوم القطاع الخاص في اليمن بالجانب الأكبر من الانتاج الزراعي من محاصيل الخضر والفاكهة، كما يتولى أيضاً الجانب الأكبر من العملية التسويقية ، إلا أنه تلاحظ أن التسويق لتلك الحاصلات ما زال يعاني من ضعف البنيات الأساسية الملائمة كالأسواق والتخزين وأطر التنظيم والإشراف الإداري والفني ، إضافة إلى ضعف التشريعات التسويقية وهي قضايا تعتبر ضرورية ومكملة لسياسات تحرير الأسعار بما يساعد على تشجيع وتطوير الإنتاج من محاصيل الخضر والفاكهة.

ويتضمن الإطار العام للمخطط القطري لتطوير الأداء التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة في اليمن العديد من الأهداف التي تشمل زيادة الإنتاج كمأً ونوعاً، وتأمين متطلبات الصناعة المحلية من المواد الخام الزراعية الضرورية، وتحقيق فوائد انتاجية للتصدير وفقاً للأسعار التنافسية العالمية.

وتحقيقاً لتلك الأهداف يتضمن المخطط مقترحاً لمجموعة السياسات والتنظيمات المؤسسية والتشريعية والتي تسعى في مجملها لتشجيع القطاع الخاص والتعاوني للقيام بدور أكبر في العمليات التسويقية، إضافة إلى تحسين كفاءة الأداء التسويقي في مجالات نظم المعلومات والإرشاد التسويقي والدراسات والبحوث بما يساعد على تنمية وتطوير الميزة النسبية وزيادة القدرات التصديرية . كما يتضمن المخطط منهجاً لتطوير دور الأجهزة والمؤسسات العاملة في مجال التسويق الزراعي واحداث آليات التنسيق الملائمة بين تلك الأجهزة .

كما اشتمل المخطط على مجموعة من المشاريع المقترحة على النحو التالي :-

1- مشروع اكثار البذور وتقديم الخدمات الزراعية :

يمثل استخدام البذور المحسنة من أهم العوامل الرئيسية التي تساعد على تطوير الانتاج الزراعي ومنها الخضر والفاكهة، وما يرتبط بذلك من تحسين ورفع كفاءة بعض العمليات والخدمات التسويقية.

ويعتمد إنتاج الخضر والفاكهة في مجمله على الإستفادة من البذور المنتجة محلياً والتي اصبحت صفاتها مع مرور الزمن غير جيدة وتؤثر كثيراً في الانتاجية من وحدة المساحة.

وباتجاه تحقيق تطور في الانتاج الزراعي وبخاصة الخضر والفاكهة والذي يعتبر من الاهداف الرئيسية للخطة الخمسية الاولى 1996-2000 ، فإن وزارة الزراعة باليمن تعكف حالياً لاستكمال كافة الاجراءات اللازمة للبدء في تنفيذ مشروع اكثار البذور وتقديم الخدمات الزراعية والذي يهدف الى تحسين الانتاج الزراعي للمحاصيل الحقلية كالحبوب ، إضافة إلى محاصيل الخضر والفاكهة.

مكونات المشروع :

يشتمل المشروع على أربعة مكونات تتصل بتطوير القطاع الخاص، و مراقبة جودة البذور والسماذ ، إضافة إلى دعم وتطوير البذور المحسنة وتعزيز وتوسيع مصادر الطلب.

التكلفة الكلية للمشروع :

تبلغ تكلفة المشروع بما في ذلك الزيادات الطارئة خلال فترة التنفيذ نحو 14.3 مليون دولار.

مدة المشروع : خمس سنوات، يبدأ في يونيو 1998 الى عام 2002 .

التمويل : الحكومة اليمنية 1.6 مليون دولار، جمعية الخدمات الزراعية 0.2 مليون دولار. البنك الدولي 12.5 مليون دولار.

جهة التنفيذ : وزارة الزراعة والموارد المائية عن طريق مشروع اكثار البطاطس - ذمار.

الآثار المرتقبة :

- من المتوقع ان تصل الزيادة السنوية في الإنتاج الى 33 ألف طن متري من الخضر (يمثل 7٪ من الانتاج السنوي الحالي) ، 7700 طن من البطاطس ، 5700 طن من القمح، 1300 طن من الذرة الشامية، 4200 طن من الذرة الرفيعة والدخن.

- تحسن دخل الزراع وتحقيق قدرأ من الاستقرار في الانتاج الزراعي من المحاصيل في الاراضي المطرية والمروية .

- تخفيض الضغط على الموازنة الحكومية المخصصة لتشغيل هذه المراكز .

2 - مشروع انشاء سوق الحسينية التجميعي لمنتجات الخضر والفاكهة :

وصف المشروع :

يتكون المشروع من مساحات مظلة لأنواع المنتجات الزراعية وكذا السيارات المحملة بالإنتاج والواردة من أودية زبيد ورماع والألوية والمجاورة لهذه المنطقة.

كما يحتوى المشروع على معدات للتداول ووحدة المعلومات التسويقية ووحدة مراقبة الجودة، وكذلك المرافق الخدمية المرتبطة بها مثل المرافق الصحية ووسائل تصريف القمامة وجمعها.

طبيعة المشروع : مشروع قيد البدء بالتنفيذ.

موقع المشروع : بيت الفقية بمحافظة الحديدة .

التكلفة الاجمالية للمشروع : 1.931 مليون دولار أمريكي .

تبلغ التكلفة الاجمالية للمشروع حوالي 1.931 مليون دولار أمريكي منها 74 ألف دولار مساهمة الحكومة اليمنية بالاضافة الى 6 مليون ريال قيمة شراء الأرض.

الآثار المرتقبة :

- يتوقع أن ينتج المشروع نحو 50 ألف طن سنوياً من الخضر والفاكهة يجرى تسويقها في السوق الجديدة فضلاً عن تسهيل عملية التسويق وتطوير المنطقة وزيادة وتحسين مستويات الخدمة، وتوفير البنية الأساسية.

- رفع كفاءة الأداء التسويقي للمنتجات الزراعية من خلال تنظيم الأسواق والمرافق التسويقية حيث سيتم نقل السوق الحالي الكائن على جانبي الطريق الى السوق الجديد.

3- مشروع تطوير التسويق الزراعي، ورفع المقدرة التصديرية للمنتجات الزراعية اليمنية :

طبيعة المشروع : جديد .

وصف المشروع حسب المكونات التالية :

- الأسواق :

بناء أسواق بيع بالجملة لمنتجات الخضر والفاكهة في كل من محافظات عدن، لحج، حضرموت بمساحة تقدر بحوالي 240 ألف متر مربع، وتنظيم الأسواق الحالية وتحسين كفاءتها الإدارية والتشغيلية وإيجاد الخدمات الأساسية والمساعدة.

- إقامة مختبرات ووحدات ضبط الجودة في كل من محافظات صنعاء، عدن، الحديدة على مساحة تقدر بحوالي 10 ألف متر مربع.

- تقديم الخدمات الارشادية التسويقية في مجال تحسين اساليب التداول للمنتجات الزراعية وخلق مجالات امتصاص فوائض الانتاج بالتصنيع الغذائي والصناعات التحويلية الغذائية.

الموقع المقترح للمشروع :

صنعاء - الإدارة العامة للتسويق الزراعي .

التكلفة الكلية للمشروع :

تقدر التكلفة الكلية للمشروع بحوالي (703916) مليون ريال يمني وفق تقديرات عام 1995 أي نحو 7 مليون دولار أمريكي.

الآثار المرتقبة :

في حالة توفر المقومات الإقتصادية والفنية للمشروع، يتوقع أن تتحقق معها النتائج

التالية :

- ايجاد نظام تسويق كفوء وفعال ، يساهم في زيادة وتطوير الانتاج الزراعي كمأ ونوعاً ورفع قيمة الناتج القومي.

- تقليص فواقد ما بعد الحصاد بنسبة 30٪ في الخضر والفاكهة وتحسين جودة المنتجات الزراعية اليمنية في الأسواق المحلية والتصديرية.

- زيادة الدخل القومي من العملات الصعبة، وزيادة حجم الصادرات من الخضر والفاكهة بما مقداره 40٪ .

- رفع كفاءة العاملين والكوادر في مجال التسويق الزراعي.

يتوقع أن يخدم المشروع كافة المنتجين والمسوقين والمصدرين في الجمهورية اليمنية.

4- مشروع دعم إدارة التسويق الزراعي :

الإدارة العامة للتسويق الزراعي إحدى الإدارات العامة التابعة لوزارة الزراعة والموارد المائية ولها مهام إدارية وفنية وتنظيمية تهدف إلى رفع كفاءة أداء النظام التسويقي في اليمن غير أن الإدارة تفتقر إلى مقومات كثيرة مادية وفنية وبشرية وهي عاجزة عن الاضطلاع بدورها الفاعل والايجابي في مجال التسويق الزراعي وبالتالي فهي بحاجة إلى دعم قوى من المنظمات الاقليمية والىولية.

إتجاهات الدعم المطلوبة :

1- التأهيل وتدريب كوادر الإدارة العامة للتسويق الزراعي داخلياً وخارجياً لرفع كفاءتهم ومهاراتهم خاصة في مجالات وضع وتحليل السياسات التسويقية والسعيرة الزراعية، المعلومات التسويقية، الارشاد التسويقي، الأسعار والتكاليف التسويقية، ادارة وتنظيم وتخطيط الأسواق، والتجارة الولىة.

2- الحصول على الأجهزة والمعدات خاصة أجهزة اتصال وفاكس وكمبيوتر للإدارة العامة للتسويق وأسواق الجملة في المحافظات (صنعاء، تعز، أب، عدن، الحديدة وذمار وحضرموت). إضافة إلى أجهزة تحليل وضبط الجودة وأدوات فنية ومكاتب وغيرها من الأدوات الضرورية لأداء الأعمال على أكمل وجه .

3- التمويل اللازم لاجراء الدراسات التسويقية التي تعالج مشاكل التسويق الزراعي.

4- توفر مصروفات ادارية متنوعة كنفقات السفر والتنقلات الداخلية وغيرها.

فترة تنفيذ المشروع : 3-5 سنوات :

التكاليف التقديرية للمشروع : 3-5 مليون دولار أمريكي :

الآثار المتوقعة :

- رفع اداء وكفاءة العاملين والكوادر العاملة في مجال التسويق الزراعي .
- تحسين المستويات الفنية في مجالات أساليب جمع وتحليل ونشر المعلومات التسويقية الزراعية كالاسعار وغيرها من المعلومات عن كل سوق من أسواق الجملة القائمة حالياً والجديدة منها، وتبادل هذه المعلومات بين الأسواق المختلفة وتوفيرها للزراع والتجار والجهات الحكومية والجمهور.
- تحسين تدفق السلع الزراعية والتغلب على بعض الاختناقات التسويقية لمنتجات الخضر الفاكهة.
- تحسين آليات عمل الأسواق الزراعية بما يخدم قطاعاً واسعاً من المنتجين والمسوقين والمصدرين، وتقليص الفوائد وتحسين جودة المنتجات، وزيادة حجم الصادرات الزراعية من الخضر والفاكهة .
- إعداد دراسات تسويقية زراعية متخصصة.
- توفر بيانات ومعلومات أساسية عن السوقين المحلي والخارجي.
- كما تعرض المخطط إلى مجموعة مشاريع استثمارية مقترحة تتطلبها عملية التطوير في مجال تسويق الخضر والفاكهة في اليمن، وهي تمثل فرصاً كبيرة أمام القطاع الخاص للاستثمار فيها ويمكن ايجاز أهم تلك المشاريع في التالي :
- أ- مشاريع الصناعات الزراعية :

أ- مشاريع الصناعات الزراعية :

- مشروع صناعة عبوات لتعبئة منتجات الخضر والفاكهة :

العبوات المستخدمة حالياً لتعبئة الخضر والفاكهة غير مناسبة وتساهم الى حد كبير في زيادة نسبة التلف، كما لا توجد حتى الآن عبوات تتناسب مع المواصفات العلمية لكل محصول.

وللوصول الى حل سريع لهذه المشكلة (العبوات)، فإنه يقترح تشجيع القطاع الخاص للدخول في تلك المجالات ، أو إنشاء شركة برأس مال مشترك من القطاعين العام والخاص تتولى إقامة صناعة عبوات واستيراد الآلات والمواد الخام بالمواصفات والكميات المطلوبة.

- مشروع تطوير الصناعات الغذائية :

على الرغم من وجود بعض المصانع التابعة للقطاع العام او الخاص كمصانع معجون الطماطم وغيرها من انواع الخضر، وعصائر الفاكهة، والتي تعتمد على القطاع الزراعي كمصدر لتوفير المواد الخام الضرورية لها إلا أن واقع التصنيع ما يزال ضعيفاً سواء من حيث جودة المنتج وارتفاع تكاليف انتاجها وغيرها. لذا فإنه يقترح دراسة الواقع الراهن للصناعات الغذائية الزراعية من كافة جوانبه الايجابية والسلبية، ليتم على أساسه تحديد مرتكزات التطوير المستقبلي في هذا المجال.

ب- مشروع تطوير النقل لمنتجات الخضر والفاكهة :

1- تعاني العديد من مناطق الإنتاج الرئيسية في اليمن من وعورة الطرق الزراعية ما يتسبب في زيادة الهدر في المنتجات الزراعية خاصة الخضر والفاكهة الطازجة والسريعة العطب والتلف. ولذا يقترح ان تقوم الدولة خلال المرحلة القادمة وفي اطار خططها التنموية الإقتصادية والاجتماعية في البلاد باعطاء أهمية أكبر في مجال انشاء الطرق الزراعية في المناطق الريفية.

2- يساهم الوضع الحالي للنقل في ارتفاع التكاليف التسويقية، وعدم قدرة المنتجات الوطنية من الخضر والفاكهة على المنافسة في الأسواق الخارجية التقليدية منها أو الجديدة. لذا فإنه يقترح إجراء دراسة متأنية ومفصلة عن المتاح من وسائل النقل

والاحتياجات الحالية والمستقبلية وسبل تطويرها بما يخدم أهداف التنمية والصادرات الزراعية.

ج- مشروع إقامة المخازن المبردة لمنتجات الخضر والفاكهة :

تشير شواهد الواقع الراهن للتخزين لمنتجات الخضر والفاكهة الى الضعف والقصور في الاهتمام بهذا الجانب سواءً على مستوى أسواق الجملة وكذا أسواق التجزئة وغيرها، نظراً لما تتطلبه مثل هذه المخازن من استثمارات مالية ضخمة.

ولتشجيع القطاع الخاص في الجمهورية اليمنية لإقامة المخازن المبردة ، يقترح إقامة مشاريع مشتركة بين القطاعين العام والخاص او تقديم القروض والتسهيلات الجمركية للحصول على المعدات والجهزة المستوردة لأغراض هذه المشاريع، كما ان دخول الدولة في هذا المجال يعتبر احد العوامل المشجعة للمستثمرين.

د- مشروع انشاء أسواق تجميعية لمنتجات الخضر والفاكهة :

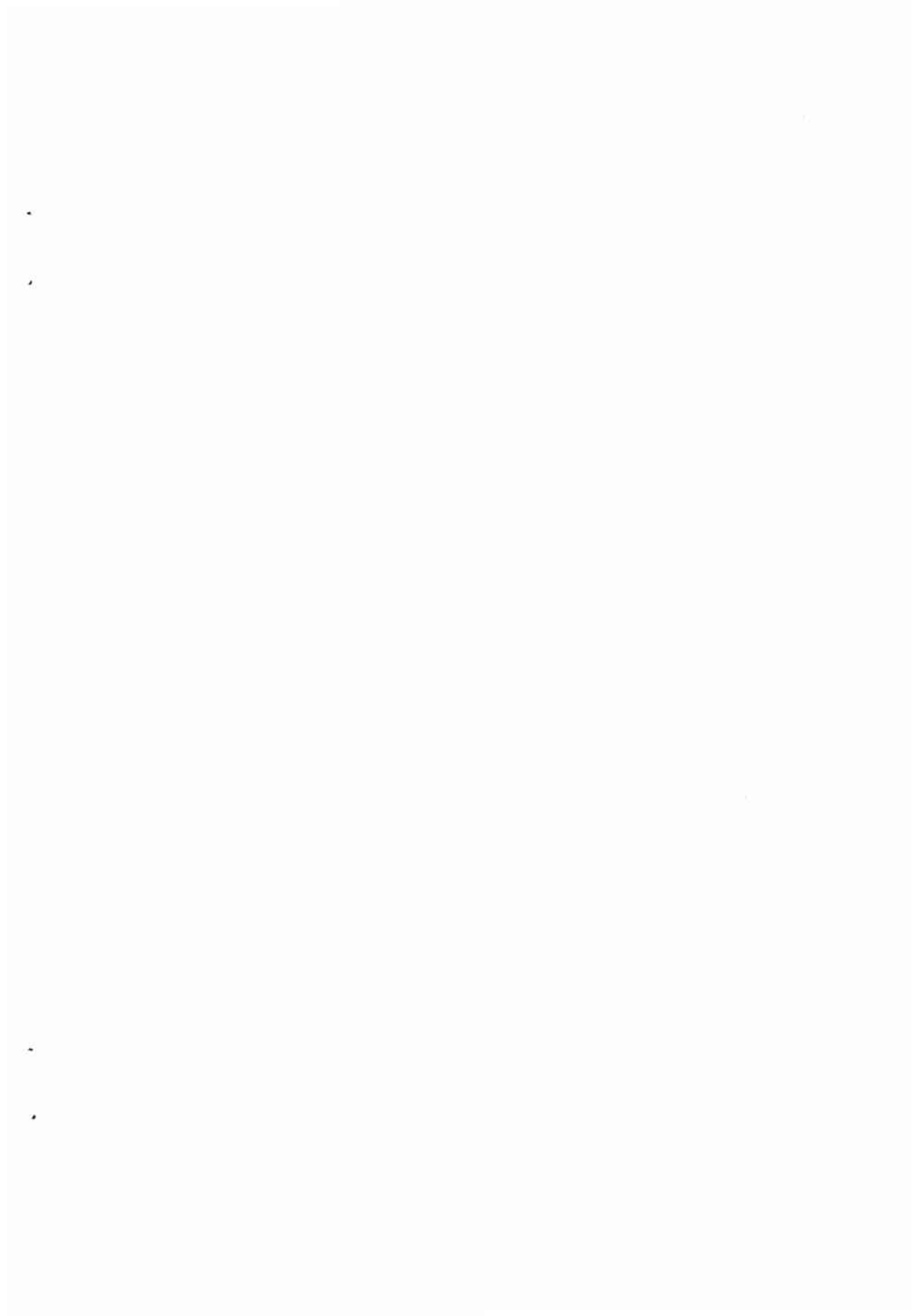
تفتقر الجمهورية اليمنية الى وجود أسواق تجميعية لمنتجات الخضر والفاكهة باستثناء سوق الحسينية التجميعي وذلك بمحافظة الحديدة. ونظراً لأهمية وجود مثل هذه الأسواق في تنظيم تدفق السلع الزراعية بين الأسواق اليمنية المختلفة وإيجاد نوع من التوازن وإزالة بعض الاختناقات التسويقية، لذا يقترح تشجيع قيام مراكز وأسواق تجميعية قرب مناطق الإنتاج في المحافظات صنعاء، مارب، أب وأبين كخطوة أولى ثم باقي مناطق المحافظات الأخرى في مراحل تدريجية وفي ضوء دراسات تفصيلية تعد لهذا الغرض.

هـ- برامج الاقراض التسويقي الزراعي :

ان عدم توفر برامج تمويلية في مجال التسويق الزراعي مايزال يشكل عقبة رئيسية أمام الزراع وخصوصاً صغارهم في تسويق المحاصيل مما يقلل من كفاءة عملية التسويق الزراعي.

ولمعالجة هذا الأمر فإنه يقترح أن تقوم الدولة خلال المرحلة القادمة وفي إطار خططها التنموية بإيلاء برامج الاقراض التسويقي الزراعي جل الاهتمام، لما لذلك من أهمية وخصوصاً فيما يتعلق بتحرير قرار الزراع من تعقيدات الممولين ويدفع بعجلة الإنتاج والتسويق.

الباب السابع
المخطط القومي لتطوير الأداء التسويقي
للخضر والفاكهة



الباب السابع

المخطط القومي لتطوير الأداء التسويقي

للخضر والفاكهة في الوطن العربي

7- تمهيد :

تتميز زراعة الخضر والفاكهة في معظم الأقطار العربية بأنها نشاط موجه أساساً للسوق المحلي ثم تصدير ما هو فائض. ويستثنى من تلك الجهود القائمة في كل من المملكة المغربية، الجمهورية التونسية، والمملكة الأردنية الهاشمية، وجمهورية مصر العربية، حيث ظلت شرائح من القطاع الخاص تتخصص في الإنتاج بهدف التصدير. ثم بحكم المنافسة الخارجية فقد اضطرت هذه الشرائح لتطوير أدائها التسويقي لتخترق الأسواق الخارجية وتحتل موقعاً في التجارة الدولية، وبخاصة في دول الإتحاد الأوروبي. ولكن من ناحية أخرى تشير المعلومات الواردة في الباب الرابع أن القنوات التسويقية في كل الاقطار العربية تعاني من القصور من حيث توفر البنيات التحتية، ومن غياب الدراسات الخاصة بمشاكل التسويق وحجم الطلب الفعلي وبمسائل التجارة الخارجية وبالمستجدات التي أفرزتها إتفاقية الجات وقيام منظمة التجارة العالمية.

وأذا كان هذا القصور مقبولاً في الماضي في السوق المحلي، فإن السوق المحلي في السنوات القادمة سيكون مفتوحاً للتجارة الدولية التي تتصف بأداء تسويقي متميز وبكفاءة تنافسية عالية. مما يستلزم وضع مخططات قومية وقطرية للارتقاء بقنوات وخدمات التسويق استباقاً لمرحلة تحرير تجارة الخضر والفاكهة بعد إنقضاء الفترة الانتقالية في ديسمبر 2004م.

وبما أن الاقطار العربية تتباين في مدى تطور قنوات وخدمات التسويق، فإن هناك حاجة لوضع مخططات قطرية للتعامل مع واقع تسويق الخضر والفاكهة في تلك الاقطار، كما تم إيضاحه في الباب السادس، فضلاً عن ذلك هناك حاجة لوضع سياسات متكاملة لتطوير الأداء التسويقي حتى لا يحيط أي قصور في جانب من جوانبه الجهود التي تبذل في الجوانب الأخرى.

و في ظل المستجدات والمتغيرات الإقليمية والدولية فإن مؤتمر القمة العربي في عام 1996 قد وجه بتفعيل التكامل العربي من خلال تنشيط إتفاقيات التبادل التجاري والسوق العربية المشتركة والبدء في إنشاء منطقة تجارة حرة . ولا شك أن التفاعل مع هذا التوجيه يستوجب إتخاذ اجراءات متسقة لتخفيض الحواجز الجمركية وغير الجمركية بين الأقطار العربية. وبما أن مثل هذه الاجراءات سوف تؤثر بدرجات متفاوتة على الإنتاج الزراعي فانه من الأهمية انشاء آلية لتنسيق السياسات الزراعية بين الأقطار العربية خاصة وأن توسيع التجارة البينية يتطلب بالضرورة الاهتمام بالإنتاج الزراعي. وبما أن الاقطار العربية متباينة في حجم مواردها الطبيعية والمالية فان هناك حاجة للسعي لتوحيد القوانين الاستثمارية لاستقطاب رأس المال العربي للاستثمار في الموارد الزراعية العربية، كما قد يتطلب الأمر تعديل بعض السياسات المالية والنقدية لتشجيع الاستثمار في خدمات التحويل المصرفي ، التنموي والتجاري.

وجدير بالذكر أن هناك جهود تنموية متصلة من خلال مؤسسات العمل العربي المشترك وفي اطار جامعة الدول العربية لتحسين واقع التبادل التجاري الزراعي العربي وتوحيد السياسات الاقتصادية والزراعية وتعزيز معدلات التجارة البينية الزراعية ، وإنشاء منطقة التجارة الحرة توطئة لبلوغ امكانيات السوق العربية المشتركة لتبني سياسات قطرية خاصة بالسياسات الاقتصادية الكلية

إن الالتزام بوضع سياسة زراعية موحدة يستوجب إجراء تعديلات جوهرية في السياسات الزراعية القطرية لتنسجم مع السياسة الزراعية العربية الموحدة. وهذا يشمل سياسات الاستثمار والدعم والضرائب والتسعير. كذلك فان الوضع الجديد يتطلب وضع خطة زراعية جديدة لدعم الخدمات الزراعية الأساسية، بما في ذلك البحوث والإرشاد والوقاية والتدريب ونظم المعلومات من خلال وضع برنامج لتصميم إستخدام تقانة الحاسوب والاجهزة الالكترونية المختلفة وتأهيل العاملين للتعامل بكفاءة مع هذه الاجهزة.

وإتساقاً مع تلك السياسات والتوجهات ، فإن الدراسة الحالية قد بلورت بعض المشاريع ذات الصبغة القطرية والقومية بهدف تطوير الأداء التسويقي لحاصلات الخضر والفاكهة في الوطن العربي وبما يعزز إمكانيات الأمن الغذائي العربي ، ويدعم غايات التكامل الزراعي العربي.

وتشمل تلك المشروعات :

- مشروع الخدمات الزراعية المتكاملة لصغار منتجي محاصيل الخضر والفاكهة.
- مشروع إنشاء نظام عربي متكامل للمعلومات السوقية والإتصال التجاري.
- مشروع إنشاء مركز قومي للأرشاد التسويقي.
- مشروع إنشاء مركز عربي لمعاملات ما بعد الحصاد للمحاصيل البستانية.

وبناء على ما جاء في الدراسات القطرية ، وما تبلور من منهجية للتغلب على المعوقات التي تواجه مسارات الأداء التسويقي لحاصلات الخضر والفاكهة ، فإن الدراسة تقترح مشروع الخدمات الزراعية المتكاملة لصغار منتجي الخضر والفاكهة بإعتباره مشروعاً رائداً يمكن تطبيقه على المستويات القطرية . وفيما يلي وصفاً موجزاً لمكونات هذا المشروع.

7-1 مشروع الخدمات الزراعية المتكاملة لصغار منتجي الخضر والفاكهة :

(مشروع قطري)

مقدمة:

يعتبر معظم منتجي الخضر والفاكهة من صغار الزراع بإعتبار أن حيازاتهم من الأراضي الزراعية صغيرة نتيجة لتفتتها وتفرقها بين أفراد العائلة تبعاً لقوانين الإرث . وتشكل تلك المساحات الصغيرة عائقاً أمام زيادة الإنتاج على أسس إقتصادية وذلك لصعوبة توفير التمويل اللازم لإستثمارها وصعوبة توفير الآليات الضرورية لخدمتها . وبذلك نجد أن معظم هؤلاء الزراع يعانون من عدم توفر المدخلات الضرورية ومن عدم إهتمام المرشدين الزراعيين بالتعامل معهم وتوصيل المعلومات الضرورية لهم نسبة لتشنتهم في مساحة واسعة مما يجعل من الصعب الوصول اليهم في الوقت المطلوب.

مبررات المشروع :

- 1- يعتبر معظم منتجي الخضر والفاكهة في الوطن العربي من صغار الزراع والذين يعانون من عدم توفير المدخلات لهم ، خاصة بعد أن تم تقليل الدعم في إطار سياسات لسوق الحر وتحرير الأسعار.

2- لا تتوفر للمرشد الزراعي في معظم الأقطار العربية المعلومات الضرورية التي يحتاج إليها المزارع وذلك لقلة التدريب وعدم المتابعة من الجهات المشرفة عليه ، مما لا يشجعه علي مواجهة الزراع والتفاعل معهم بطريقة تزيد من ثقة المرشد في نفسه وتقوية صلته بهم.

3- يشجع هذا المشروع جهات التمويل للدخول في تمويل العمليات الزراعية لمثل هؤلاء الزراع بإعتبار أن توفير الخدمات المتكاملة وتوفير المعلومات الإرشادية سيضمن الحصول على الإنتاجية العالية والجودة المطلوبة الضرورية للعملية التسويقية الناجحة.

أهداف المشروع :

- 1- التعرف على إحتياجات الزراع في المناطق المختلفة المشاركة في المشروع.
- 2- توفير مدخلات الإنتاج الضرورية وجعلها في متناول المزارع.
- 3- توفير المعلومات الإرشادية الضرورية للزراع بما يتعلق باستخدام التقنيات الحديثة اللازمة لرفع الإنتاجية والنوعية لمحاصيل الخضر والفاكهة .
- 4- رفع كفاءة المرشد الزراعي وجعله قريباً من الزراع.

مكونات المشروع :

- 1- إجراء دراسة تفصيلية لتحديد إحتياجات صغار الزراع في الدولة المعنية .
- 2- إنشاء وحدات حقلية تشتمل علي مخازن للمدخلات الزراعية ومكتب للمرشدين الزراعيين.
- 3- إعداد المعلومات التقنية الضرورية لزيادة الإنتاج والمتوفرة بمحطات الأبحاث وتبسيطها بطريقة يتقبلها الزراع.
- 4- إقامة دورات تدريبية متخصصة للمرشدين الزراعيين العاملين بالمشروع .

مدة المشروع : 3 سنوات.

خطة المشروع :

- 1- إجراء الدراسات التفصيلية لتحديد أماكن المشروع في الدولة المعنية وتحديد إحتياجات كل منطقة.
 - 2- توفير التمويل اللازم لشراء المدخلات المختلفة من مبيدات حشرية وفطرية ومعدات رش وأسمدة وبذور وغيرها .
 - 3- إختيار المرشدين المناسبين لكل منطقة.
 - 4- وضع المنهج التدريبي لكل منطقة حسب ما تتمخص عنه الدراسة الأولية.
 - 5- إختيار المدربين وتدريب المرشدين على الأساليب الإرشادية الصحيحة واعطائهم جرعة أولية في كيفية التعامل مع الزراع في مناطقهم.
 - 6- تنفيذ جولات جماعية للمرشدين مع المدربين في حقول الزراع لتعزيز الثقة في نفوس المرشدين.
- إضافة إلى ذلك المشروع الرائد فلقد إقترحت الدراسة المشروعات التالية ليتم تنفيذها على المستويات القومية.
- 2-7 مشروع انشاء نظام عربي متكامل للمعلومات السوقية والاتصال التجاري :

تمهيد :

تشارك دول عربية عديدة في إنتاج وتصدير عدد من محاصيل الخضر والفاكهة، وتضم تلك المجموعة كل من العراق والسعودية والجزائر ومصر وتونس في إنتاج وتصدير البلح والتمور، وتشارك تونس ولبنان وسوريا والمغرب والجزائر في إنتاج وتصدير الزيتون وتشارك دول عربية عديدة في إنتاج وتصدير الخضر كالبطاطس والطماطم والبصل الجاف والشمام والبطيخ كما تشارك الدول العربية مع أقطار أجنبية أخرى في إنتاج وتصدير هذه المحاصيل للعالم الخارجي ولاشك أن ذلك يتطلب وجود نظام معلومات ذي كفاءة عالية وشفافية مقدرة لتمكين المنتجين والمصدرين والمستوردين من اتخاذ القرارات النهائية في الوقت المناسب.

وبما أن قنوات التسويق في معظم الاقطار العربية لاتزال تعاني من سمات الضعف والتخلف ، كما أن الشركات الحديثة التي تعمل في مجال تجارة الصادر في بعض الاقطار

العربية كالمغرب وتونس ومصر والأردن ولبنان وغيرها من الاقطار، لاتزال حديثة التكوين وتعمل بموارد محدودة ، كما أنها تنشط بجهود فردية قد لا تستوعب الصورة المتكاملة لحركة الانتاج والتسويق للخضر والفاكهة في الاقطار المختلفة فإن تلك التوجهات الإنمائية تقضى بانشاء نظام عربي متكامل للمعلومات السوقية ليسد هذه الثغرة وليوفر للاقطار العربية المعلومات المطلوبة في الوقت المناسب وذلك لتنمية التجارة البينية ولمضاعفة الصادر الى خارج الوطن العربي وتعظيم العائد من التجارة الخارجية للخضر والفاكهة من خلال وحدة للاتصال التجاري.

مبررات المشروع :

- ضعف المعلومات عن تجارة الخضر والفاكهة في الاقطار العربية والاقطار الأجنبية المنتجة الرئيسية للخضر والفاكهة .
- عدم وجود آلية لتبادل المعلومات سواء داخل كل قطر أو بين الاقطار العربية الشقيقة.
- الحاجة للتحويل للأساليب الحديثة لإدارة التجارة الخارجية للخضر والفاكهة من خلال النظم الالكترونية وشبكات الاتصال الخارجي.

أهداف المشروع :

يهدف المشروع لتوفير معلومات سوقية عن تجارة الخضر والفاكهة من خلال :

- 1- توفير معلومات عن انتاج المحاصيل الاساسية للخضر والفاكهة في كل الاقطار العربية وفي الاقطار الاجنبية التي تساهم بقدر كبير في التجارة الدولية وعن الخطط للتوسع في انتاج هذه المحصول في المستقبل المنظور.
- 2- رصد حركة الاسعار لمحاصيل الخضر والفاكهة في الاسواق العالمية الرئيسية لدول الاتحاد الاوروبي والولايات المتحدة واليابان والدول الاسيوية الاخرى.
- 3- توفير معلومات عن التجارة البينية في محاصيل الخضر والفاكهة في الاقطار العربية المختلفة ، وعن الاسعار ، وعن الشركات العاملة في التصدير والاستيراد.
- 4- ربط الشبكة بالانترنت لتوفير المعلومات بشكل سريع وبشكل متكامل.

المقرا لمقترح المشروع : يقترح أن يوطن المشروع في المنظمة العربية للتنمية الزراعية .

مكونات المشروع : يقترح أن ينشأ المشروع في اطار مركز المعلومات التابع للمنظمة العربية للتنمية الزراعية بما يساعد على تخفيض تكلفة الإنشاء . وتتخلص مكونات المشروع الاضافية بدعم المركز باجهزة حاسوب متكاملة وربطها بالشبكة العالمية للاتصال التجاري التي ترتبط بدورها بمراكز الاتصال التجاري في الدول العربية المختلفة. كما يتطلب المشروع إنشاء مكاتب اضافية وتعيين أخصائيين لمساعدة الاقطار في توفير وتحليل البيانات التسويقية.

تنفيذ المشروع :

- تتوفر الآن في مركز المعلومات بالمنظمة العربية للتنمية الزراعية كل المعلومات الخاصة بالانتاج والتكاليف والاسعار، وهي تصدر بشكل دوري كل عام في كتاب الاحصاءات الزراعية العربية. والمطلوب من خلال هذا المشروع إصدار نشرات يومية عن هذه المعطيات من خلال شبكة الانترنت لتكون في متناول الاقطار العربية المختلفة. كذلك يستطيع المركز من خلال وحدته الجديدة ربط كل الجهات ذات الصلة بالتجارة البينية في الخضار والفاكهة وفي كل السلع الزراعية، بما في ذلك مجموعة المصدرين والموردين ووحدات الجمارك والتأمين والنقل وغيرهم، ويمكن من خلال ذلك إبرام الصفقات وتنفيذ العقود.

التكاليف : تقدر التكاليف بنحو مليون دولار لشراء الاجهزة الاضافية وتعيين فنيين في هذا المجال وعقد الدورات التدريبية وتكاليف إصدار النشرات وتكاليف الانترنت.

وعلى المستوى القطري هناك حاجة لتدريب العاملين على الأجهزة الالكترونية والحاسوب وشبكة الانترنت وإنشاء وحدات للاتصال وربطها بالشبكة العربية وتأسيسها باجهزة الاتصال وتطوير وحدات نظم المعلومات المحلية.

النتائج المتوقعة :

- توفير المعلومات الخاصة بالانتاج والتسويق والاسعار وبالشفاية المطلوبة لكل

- المعنيين في الاقطار العربية، وتهيئة المناخ لمضاعفة العائد من صادر محاصيل الخضر والفاكهة ، فضلاً عن مضاعفة التجارة البينية بين الاقطار العربية
- تقديم انذار مبكر فيما يتعلق باى ممارسات للإغراق، أو أي ممارسات تخالف قواعد التجارة الخارجية وتضر بحركة الصادرات العربية من خلال التأكيد على الكفاءة التنافسية للاقطار العربية.
 - تسريع إبرام الصفقات وتنفيذ العقود إلكترونياً.
 - تهيئة المناخ للتجارة الالكترونية من خلال شبكة الاتصال.

3-7 مشروع انشاء مركز قومي للإرشاد التسويقي :

خلفية :

تتصف أجهزة الارشاد في الوطن العربي بالضعف عموماً، وينحصر نشاطها في الترويج للحزم التقنية والعمليات الزراعية ، ولا يوجد في كل الاقطار العربية آلية لتقديم خدمات الارشاد التسويقي للمنتجين والمصدرين. ويعود ذلك لصغر الوحدات المنوط بها تقديم خدمات الارشاد الزراعي، في معظم الدول العربية ، إضافة إلى قلة عدد الكوادر الفنية العاملة في الاجهزة الإرشادية ولعدم استقرار الكثيرين منهم في المهنة فضلاً عن شح الامكانيات المادية والمعينات التي تساعد على نشر خدمات الارشاد على نطاق واسع، بما في ذلك عدم وجود ميزانيات لمناشط الإرشاد كالنشرات والبرامج الإرشادية والتلفازية. وبما أن أنشطة التسويق منفصلة تماماً عن العمل الانتاجي في معظم الدول العربية فقد نتج عن ذلك عدم التعاون أو التنسيق بين الاجهزة الارشادية ومؤسسات وشركات التسويق رغم أن بعض شركات القطاع الخاص تؤدي بعض الخدمات الارشادية . كما أنه لا توجد تشريعات تنظم صيغ التعاون والتنسيق بين أجهزة الارشاد الزراعي وأجهزة التسويق، وبهذا تبرز الحاجة وبالحاح لانشاء مركز ليقوم بهذا الدور .

المبررات : هناك حاجة لرفع كفاءة الاداء التسويقي لتعظيم العائد من الانتاج ومن الصادر ، عن طريق توعية المنتجين بالمستجدات في التقانة الزراعية وفي نظم التعبئة ومتطلبات المواصفات القياسية وضبط الجودة والضوابط التي تحكم التجارة العالمية في ظل اتفاقية الجات ، وقيام منظمة التجارة العالمية، وكذلك في ظل التحديات الاقتصادية

الوطنية والاقليمية والدولية، وانعكاساتها ليس فقط على الاستثمار الزراعي وتكلفته، ولكنها أيضاً على السياسات السعرية والتسويقية .

الهدف الرئيسي : تدريب مرشدين في مجال التسويق من الاقطار العربية المختلفة ليقوموا بدورهم التدريبي على مستوي كافة الدول العربية.

المقر : يقترح أن يتم توطين المشروع في مكتب المنظمة العربية للتنمية الزراعية بالقاهرة وقد تم اختيار الموقع لوجود عدد كافي من أخصائيي التسويق وبخاصة اخصائيي تسويق الخضر والفاكهة في جمهورية مصر العربية. كذلك تتميز القاهرة بالموقع الوسطي مما يسهل عملية التواصل، فضلاً عن توفير الفنادق ووسائل الترحيل وغير ذلك.

المكونات : لا يتطلب المشروع منشآت وعربات. ولكنه يتطلب معينات سمعية وبصرية وأدوات مكتبية، وميزانية تشغيل.

ميزانية التشغيل: يقترح أن يقدم المركز 4 دورات تدريبية سنوياً، تمتد كل دورة لنحو أسبوعين ويتدرب في كل دورة نحو خمسة وعشرون متدرباً .

تقدر تكلفة التشغيل السنوية بنحو 250 ألف دولار، بما في ذلك شراء الأجهزة السمعية والبصرية ، ومكافآت الخبراء واستضافة المتدربين وتكاليف الانتقال ، إضافة إلى إصدار النشرات التي تساعد على تحسين كفاءة الإرشاد التسويقي.

النتائج المتوقعة :

النتائج المباشرة : أ تدريب نحو مائة مرشد عربي في مجال التسويق سنوياً وعن طريقهم يتم تدريب مجموعة أكبر من منتجي ومصدري الخضر والفاكهة في الاقطار العربية المختلفة سنوياً. مما يساعد على تحسين القدرات والكفاءات العربية في تلك المجالات ويضع النواة لإنشاء مراكز تدريب وطنية لتلك الأنشطة.

النتائج غير المباشرة : تجويد الأداء التسويقي في كل الاقطار العربية وتجاوز الخسارات التي تتعرض لها الاقطار العربية سنوياً. نتيجة لتلف المحصول وعدم الالتزام بالموصفات القياسية ومسارات السوق العالمي ، بما يساعد على تدعيم الكفاءة التنافسية لصادرات الخضر والفاكهة العربية في الأسواق الخارجية.

4-7 مشروع انشاء مركز عربي لمعاملات ما بعد الحصاد للمحاصيل البستانية:

مقدمة :

يعتمد التطور في إنتاج محاصيل الخضر والفاكهة على استخدام التقنيات الحديثة الضرورية لزيادة عمر المحصول من مرحلة الحصاد إلى مرحلة تناوله من قبل المستهلك .. وللوصول لهذا الهدف فقد ركز البحث العلمي جهوداً متعاظمه بعد نهاية الحرب العالمية الثانية للخروج بالعديد من التقنيات الزراعية والهندسية التي تساعد على اطالة عمر المنتج بعد قطفه. وقد ساعدت تلك التقنيات الى اختيار بعض الاصناف من الخضر والفاكهة تتميز بقوة تحملها للمناولة والاحتفاظ بشكلها لمدة معقولة . بالإضافة لذلك فقد تم تصميم العديد من الآليات الضرورية لفرز وغسل وتشميع هذه المنتجات بل وتصميم المخازن المبردة والناقلات المجهزة لنقل المحصول الى مواقع التسويق أو التصدير.

وبالرغم من هذا التطور الهائل في هذا المجال فاننا نجد أن معظم الاقطار العربية لم تستفيد من هذه التقنيات والتي تعتبر ضرورية جداً لولوج مجال تصدير المحصولات البستانية والذي أصبحت تحكمه التقنيات قبل التفكير في توفير وزيادة انتاجية هذه الحاصلات من الناحية الزراعية البحتة. علماً بأن هنالك العديد من كل أو بعض هذه التجهيزات في عدد من الاقطار العربية ولكن في الواقع فانه ينقصها توفر الأعداد الكافية من الفنيين المطلوبين لتشغيلها وصيانتها بصورة تلبى الغرض الذي استجلبت من أجله وبالإضافة لعدم اتاحة التدريب الكافي للكوادر العاملة في فرز هذه النوع من المحصولات مما يقلل من كفاءة ادارتهم ويزيد من التكلفة العامة للمنتج.

مبررات المشروع :

1- يتيح تباين المناخ في الأقطار العربية إنتاج العديد من محاصيل الخضر والفاكهة وتصديرها لأوروبا في فصل الشتاء .

2- تتطلب الاسواق الاوربية منتجات ذات نوعية وتعبئة جيدة يصعب الحصول عليها باستخدام الفرز والتعبئة اليدوية والتي تمارس بشكل أو بآخر في بعض الاقطار العربية المصدرة لأوروبا، خاصة وأن المنافسة الشديدة من الاقطار الاخرى تحد من فرص تسويق هذا النوع من المنتجات الواردة من الاقطار العربية.

3- هناك عدد محدود من الدول العربية التي استخدمت واستوعبت التعامل مع مثل هذه التقنيات وبالتالي هنالك فرصة كبيرة للاستفادة من هذه الخبرة والمنشآت في سبيل تطوير عمليات ما بعد الحصاد لمحاصيل الخضر والفاكهة والاستفادة من الخبرات المتوفرة في الاقطار العربية المختلفة.

أهداف المشروع :

- 1- التعرف على مواصفات ضبط الجودة والنوعية التي تتطلبها الاسواق الخارجية وما يستجد منها في مجال تصدير محاصيل الخضر والفاكهة.
- 2- رفع كفاءة العاملين في مجال فرز وتدرج وتعبئة وترحيل الحاصلات البستانية.
- 3- توفير المعلومات وتقديم الاستشارات للأقطار العربية المختلفة في مجال عمليات ما بعد الحصاد من فرز وتدرج وتشميع وتعبئة ومناولة لمحاصيل الخضر والفاكهة.

مكونات المشروع :

- 1- الإستفادة من الإمكانيات والمنشآت المتاحة في المملكة الغربية أو في جمهورية مصر العربية لدعم وإستحداث مركز عربي لفرز وتدرج وتعبئة ومناولة محاصيل الخضر والفاكهة يكون مقره في أي من البلدين .
- 2- توفير الكوادر المختصة لإدارة المركز.
- 3- توفير معدات ووسائل التدريب المطلوبة للمركز.
- 4- انشاء قاعدة معلومات تختص بمواصفات ضبط الجودة وعمليات ما بعد الحصاد لمحاصيل الخضر والفاكهة.

منهجية التنفيذ :

يعتمد إنشاء المركز على توفر الإمكانيات والمعدات والمباني المتاحة في بعض الدول العربية ذات الخبرة في مجالات التصدير وولوج سوق المنافسة العالمية ، وكمثال لذلك المملكة المغربية وجمهورية مصر العربية.

ويمكن تعيين ادارة للمركز تكون من مهامها متابعة النقائات المرتبطة بعمليات ما

بعد الحصاد لحاصلات الخضر والفاكهة وما تتضمنتها من مواصفات لضبط الجودة والنوعية ، ومن ثم إعداد البرامج التدريبية للكوادر الفنية الوسيطة والعليا لتحسين المهارات والقدرات في مجالات عمليات الفرز والتدريج والتعبئة والمناولة.

وتخفيضاً للتكاليف يمكن الاستفادة من المعدات والامكانات الملحقة بالمصانع في أي من البلدين لأجراء التدريبات العملية.

كما أنه يقترح أن توكل للمنظمة العربية للتنمية الزراعية امكانية التنسيق ما بين الدول العربية في ادارة هذا المركز وتنفيذ برامجه التدريبية من خلال مكتب المنظمة في القاهرة أو الرباط بالمملكة المغربية.

النتائج المتوقعة :

1- زيادة فرص منافسة منتجات الخضر والفاكهة المصدرة في الاقطار العربية في الاسواق الخارجية المختلفة.

2- تقليل التالف من الخضر والفاكهة مما يعظم من العائد الكلي من العملات الاجنبية للإقطار العربية المصدرة ويزيد من عائد الزراعة .

3- ستصبح الاقطار العربية المصدرة للمحصولات البستانية مواكبة لكل المستجدات في الاسواق الخارجية لمثل هذه المحاصيل.

الملخص الانجليزي

IMPROVEMENT OF VEGETABLE AND FRUIT MARKETING PERFORMANCE IN THE ARAB REGION

Executive Summary

Total vegetable production in the Arab countries registered some 30 million tons in 1996, representing about 5.3% of total world production, estimated at 566 million tons according to FAO statistics. On the other hand, total Arab fruit production for the same year reached to 24 m. tons, i.e. about 5.8% of total world production, estimated at 414 m. tons, according to the same source. Almost all Arab production of vegetables and fruits is consumed regionally, with the exception of a million tons of vegetables and another million tons of fruits which are exported outside the region. However, the need to meet the increasing regional demand for these crops and the urge to participate substantially in world trade have spurred the Arab countries to expand production. As this coincides with the on-going trend of globalization and liberalization of foreign trade, the marketing performance has to be improved and readjusted to cope with the current technological innovations. That is where the Arab Organization for Agricultural Development (AOAD) has come forward to make a contribution. The outcome is this report.

The study comprises seven chapters. Chapter I highlights the importance of vegetables and fruits with respect to the gross domestic product, food self sufficiency, intra-Arab trade and international trade. In addition to satisfying all Arab consumption needs, vegetables and fruits also contribute significantly to the total agricultural production in Arab countries. They constitute up to 43% of total agricultural production and in the case of Morocco and 20% in the case of Egypt, , and almost all agricultural exports of Morocco,

فريق الدراسة

(1) خبراء المنظمة :

1- الدكتور كزار أحمد عبادي

مدير إدارة الأمن الغذائي

2- الدكتور صلاح عبد القادر عبد الماجد

خبير بإدارة الأمن الغذائي

3- السيد /جيلاني عبد الله عثمان

مساعد خبير - بإدارة الأمن الغذائي

(ب) خبراء من خارج المنظمة :

1- الدكتور سليمان سيد احمد

مستشار اقتصادي - جمهورية السودان

2- الدكتور حسن سالم الحسن

خبير البساتين بهيئة البحوث الزراعية/جمهورية السودان

3- الدكتور عبد العظيم الجزار - المشرف على العلاقات الخارجية - وزارة

الزراعة وإستصلاح الأراضي- جمهورية مصر العربية.

4- الدكتور عواد حسين - أستاذ كلية الزراعة - جامعة الإسكندرية - جمهورية

مصر العربية.

(ج) الخبراء الذين قاموا بإعداد التقارير القطرية :

الدولة	الاسم
1- الكويت	السيدة/ صدفه احمد الكندري والسيد/ احمد صلاح الدين شلبي
2- لبنان	المهندس سمير الشامي
3- ليبيا	المهندس طارق علي شنيب والمهندس مصباح باكر الثابت
4- مصر	الدكتور محمد البلتاجي والمهندس محمد فرحات
5- موريتانيا	السيد/ سيدي محمد ولد سيدي بله والسيد/ سيد احمد الحبيب بن الشيخ الحسين
6- اليمن	المهندس زين عبد الله السقاف والمهندس عبد الملك العوشي
7- فلسطين	المهندس عادل محمد بريعت / والمهندس خالد شداد زريد
8- الاردن	المهندس حسن توفيق ابو شريف والمهندس صلاح الطراونة
9- الامارات	السيد/ حبيب حسين ناصر العبودي والمهندس صبري فرج يوسف اسماعيل
10- الجزائر	الدكتور محمد قريوع والمهندس ناصر صراوي
11- سوريا	الدكتور محسن الاحمد والمهندس ممدوح الاحمد
12- الصومال	السيد/ عبد الكريم محمد حربي
13- العراق	السيد/ صديق عبد الرزاق الفياض الدكتور جميل محمد جميل
14- قطر	السيد/ احمد محمد الدريسي والسيد/ محمود محمد السيد احمد

- 15- السعودية المهندس عبد الرحمن عبد الله المسند والمهندس احمد ابراهيم الشاعر
- 16- البحرين السيد/ محمد احمد الذوايدي
- 17- المغرب السيد/عبد الواحد المراكشي ، السيد/عبد السلام بورفون
- 18- السودان السيد/عباس محمد عباس ، السيد/ محمد عبد الرحمن التهامي

