

ورقة عمل رقم (53)

"أسواق الضيعة السورية"

تجربة رائدة في مجال التسويق الزراعي

إعداد

ختام السمية ، قسم السياسات التجارية

دمشق ، آذار 2013

الفهرس

- 1-الملامح العامة للتسويق الزراعي.....1
- 2-الملامح العامة للتسويق الزراعي في سورية1
- 1-2 قنوات تسويق السلع الزراعية.....1
- 2-2 أشكال الأسواق الزراعية السورية.....2
- 3-2 المؤسسة العامة للخزن والتسويق: إحدى تجارب التسويق الزراعي المتكامل والمنظم في سورية.....3
- 4-2 معوقات تسويق المنتج الزراعي محلياً.....3
- 3- حقائق عن أسواق الضيعة في سورية.....4
- 1-3 فكرة التأسيس والانطلاق.....4
- 2-3 سوق الضيعة ومقومات بناءه.....5
- 3-3 معروضات سوق الضيعة.....6
- 4-3 فعاليات تنمية ثقافية في سوق الضيعة صديقة للبيئة والإنسان.....7
- 5-3 كسر الحلقات الوسيطة بين المزارع والمستهلك النهائي سمة أسواق الضيعة.....7
- 6-3 توزع أسواق الضيعة وفعاليتها في المحافظات السورية.....8
- 4- أسواق عربية وعالمية مماثلة لأسواق الضيعة في الشكل والمضمون.....9
- 5- نحو مستقبل تسويقي واعد12
- 6- التوصيات والمقترحات13
- 7- المراجع15

1- الملامح العامة للتسويق الزراعي¹

يقصد بالتسويق الزراعي كل عمل أو جهد مبذول يلي إنتاج السلعة الزراعية ويضيف منافع اقتصادية للمنتج الزراعي سواء أكان فرداً، مجموعة أو مؤسسة خاصة كانت أم حكومية أي أنه يتضمن كافة العمليات التي تلي إنتاج السلعة الزراعية مثل التجهيز والتوضيب والتدريج والتعبئة والنقل من المزرعة إلى مراكز التجميع المحلية والمركزية أو المنافذ الحدودية للتصدير الخارجي و رصد وتحليل المعلومات والبيانات التسويقية المتاحة وما يرافق ذلك من تمويل وتسعير للسلعة يتمثل في دفع أجور، ضرائب أو رسوم جمركية.

ومن الجدير ذكره أن التفكير في آلية التسويق الزراعي المعتمدة وتنفيذها كان يبدأ بعد إنتاج السلع مباشرة ولكن بفضل زيادة الإنتاج الزراعي وتنوع الفرص التسويقية داخلياً وخارجياً والتطور الذي يشهده مجال التسويق الزراعي وسياساته المترافق مع انفتاح المستهلك النهائي على ثقافة المنتج الزراعي الآمن والجودة العالية جعل الحاجة ملحة إلى إيلاء عملية التسويق قدرًا كبيراً من الاهتمام والتخطيط قبل إنتاج السلع الزراعية وذلك بتجميع أكبر قدر من المعلومات عن الأسواق والفرص التسويقية المتاحة وعن نوق المستهلك النهائي وحاجاته والبدائل المتاحة لديه وعن المنافسين المحليين وعن السلسلة التسويقية المعتمدة للمنتج وآليات النقل والتخزين والترويج مع الدراية الكاملة بحجم الخطر أو الخسارة المترافق مع عملية التسويق ومحاولة تجنبها.

هذا ومع تنامي اهتمام الدول المتقدمة والنامية بالتسويق الزراعي وتطور أدواته أتسمت نظرة العالم اليوم لعملية تسويق السلع الزراعية عموماً والغذاء خصوصاً بنظرتين مختلفتين على الرغم من أنهما مرتبطتين ببعضهما البعض إذ تشير النظرة الأولى وهي نظرة الاقتصاديين والمحللين إلى الكيفية التي يتم فيها تنظيم آليات التسويق والمسيرة التي يتبعها ومدى تأدية هذه الطريقة مهامها الاقتصادية والاجتماعية بكفاءة؛ أما النظرة الثانية وهي التي يتبعها متخذو القرار فتتعلق باستراتيجية معينة لإرضاء المستهلك مقابل حصول المنتج على الربح.

2- الملامح العامة للتسويق الزراعي في سورية

1-2 قنوات تسويق السلع الزراعية²

بشكل روتيني وبعد جني الإنتاج الزراعي في نهاية كل موسم زراعي في سورية ينقل المزارع السوري إنتاجه الزراعي المعروض للبيع بنفسه بواسطة شاحنات صغيرة أو متوسطة السعة وغالباً ما تكون مكشوفة ومعرضةً لأشعة الشمس

¹ <http://www.alkherat.com/vb/showthread.php?8765-%C7%E1%ED%C9-%C7%E1%CF%D1%C7%D3%C7%CA-%C7%E1%CA%D3%E6%ED%DE%ED%C9-%E1%E3%E4%CA%CC%C7%CA-%C7%E1%E3%D4%C7%D1%ED%DA-%C7%E1%>

² http://www.reefnet.gov.sy/reef/index.php?option=com_content&view=article&id=1554:2010-02-23-08-17-49&catid=154:2010-02-22-11

والعوامل الجوية الأخرى إلى الأسواق الشعبية المحلية القريبة من مكان الإنتاج الأساسي أو إلى الأسواق المركزية في المحافظة أو حتى يقوم بنقلها إلى أسواق المحافظات الأخرى التي تلقى فيها رواجاً، إلا أن هناك طريقاً آخرأ أسهل وأضمن يسلكها المزارع لتصريف إنتاجه وتمثل ببيعه إلى الضمان أو سماسرة تجار الجملة ونصف الجملة أو حتى ملاكي مراكز التوضيب والتصدير مباشرة حيث يتم نقل الإنتاج إلى الأسواق أو المراكز المذكورة ضمن المحافظة نفسها أو إلى محافظة أخرى. وبعد أن تصل المنتجات الزراعية بعد رحلة عناء إلى الأسواق المركزية أو أسواق الجملة يأتي دور الوسيط من تجار الجملة ونصف الجملة لنقل هذا الإنتاج وبيعه في أسواق المفرق أو لباعة المفرق.

وبما أن عمليات التصنيف والتوضيب تأتي بعد قطف وجني المحاصيل الزراعية - والحديث هنا على الخضار والفاكهة بشكل خاص - فهي تعتبر جزءاً من الرحلة التسويقية لهذه المحاصيل ولكنها تتم بشكل غير كامل وغير دقيق وبصناديق خشبية وعبوات بولستر، وتشحن هذه المنتجات غالباً بهذا الشكل إلى أسواق الجملة في المحافظة أو سوق الجملة المركزي في محافظة دمشق ليمت بيعها لقاء عمولة متفق عليها، وفي بعض الأحيان يتم بيع الإنتاج الزراعي دون عمليات تصنيف وتوضيب في هذه الأسواق باستثناء تحسين الوجه العلوي للصندوق، أما عمليات التصنيف والتجهيز بشكله الكامل والدقيق فيتم في ورشات ومراكز متخصصة تعود ملكية معظمها للمصدرين وتقوم هذه المشاغل والمراكز بتصنيف وتوضيب وتجهيز الخضار والفواكه التي يتم شرائها من أسواق الجملة ونصف الجملة وأحياناً من الحقل، ومن أهم المحاصيل المعنية بهذه العمليات: التفاح والحمضيات والعنب والبنندورة والبطاطا.

2-2 أشكال الأسواق الزراعية السورية

ينتشر في كافة محافظات سورية أسواق جملة ونصف جملة مركزية وبمعدل سوق مركزي رئيسي في كل محافظة، كذلك ينتشر في كل محافظة مجموعة كبيرة من أسواق المفرق الدائمة والأسواق المؤقتة (يوم معين في الأسبوع) ومحلات بيع بالمفرق والبااعة الجواله بالإضافة إلى بعض التجمعات التسويقية العشوائية وغير المرخصة.

وتتبع أسواق الجملة ونصف الجملة المركزية من الناحية الإدارية والتنظيمية إلى ما يسمى بالبلدية (وحدة إدارية حكومية) والتي تتبع بدورها إلى إدارة المحافظة وتقوم البلدية بتأمين الخدمات الأساسية الضرورية من مياه شرب و صرف صحي ودورات مياه وتنظيف السوق بالإضافة إلى خدمات الحراسة والأمن.

ويساعد في إدارة وتنظيم السوق بالإضافة الى الجانب الحكومي لجنة السوق والتي تتكون من عدد من تجار السوق أنفسهم وتقوم هذه اللجنة بتنظيم حركة السوق والإشراف بشكل محدود على النشاط التجاري للسوق.

وتعتبر هذه الأسواق ومراكز البيع غير منظمة بشكل كبير، وخاصة فيما يتعلق بحركة دخول وخروج الشاحنات، والالتزام بالعتلة الأسبوعية، ومدى توفر البيانات حول الكميات الداخلة والخارجة للسوق، وبأسعار الشراء والبيع، وعمليات نقل البضائع داخل السوق، علاوة على أن موقع هذه الأسواق والتي تكون عادةً في مركز المدينة. كذلك موقع بعض التجمعات التسويقية يسبب الكثير من الاختناقات المرورية والتي تنعكس على جودة البضائع وتكاليف نقلها سواء أثناء عرضها في السوق أو خروجها من السوق عند شرائها من قبل تجار المفرق .

3-2 المؤسسة العامة للخرن والتسويق³: إحدى تجارب التسويق الزراعي المتكامل والمنظم في سورية

المؤسسة العامة للخرن والتسويق هي مؤسسة قطاع عام لها فروعها في كافة محافظات القطر، أحدثت بموجب المرسوم التشريعي رقم 534 لعام 2000، مهمتها الأساسية تنحصر في:

- تسويق المنتجات الزراعية بشقيها النباتي والحيواني داخلياً وخارجياً.
- التخزين بشقيه العادي والمبرد لصالح المؤسسة وللغير.
- النقل بشقيه العادي والمبرد لصالح المؤسسة وللغير.

تعتمد المؤسسة في سياستها التسويقية على التركيز على تجارة الجملة من خلال مراكز الجملة الموزعة في كافة المحافظات مع العلم أن عدد هذه المراكز يتجاوز 60 مركزاً، ونظراً لحرص المؤسسة على إيصال السلعة الزراعية إلى المستهلك النهائي وبمواصفات جيدة تناسبه فقد وزعت صالات البيع بالمفرق التابعة لها على كافة المدن والمحافظات وبعدد يصل إلى 500 صالة، إضافة إلى أنها تمتلك وحدات خزن وتبريد وفق الشروط الفنية العالمية ومؤتمتة ومنتشرة في كافة المحافظات، إلى جانب تسيير سيارات جولة تغطي المناطق التي لا تتوافر فيها صالات أو منافذ خاصة، إذ تقوم المؤسسة بعملية الشراء المباشر من المنتجين والمزارعين واستيراد المواد غير المتوفرة محلياً بما يسهم في استقرار السوق وتخفيض عدد حلقات الوساطة بين المنتج والمستهلك.

تلعب حالياً المؤسسة العامة للخرن والتسويق دوراً مهماً في مواجهة الأزمة الراهنة في سورية بفضل توفر الإمكانيات اللازمة لها مادياً وفنياً وبشرياً وبعدها اكتسبت المؤسسة تجربة جيدة في بعض المحافظات يمكن تعميمها على باقي المناطق وتلافي السلبات أيضاً. ورغم تأثر المؤسسة بالأزمة استمرت في نقل المنتج السوري بأسعارٍ مخفضة للمنتجين وطرح أسعار مخفضة للخدمات المقدمة من وحدات الخزن والتبريد وخطوط الفرز والتبريد من أجل حفظ المنتج في زمن الوفرة وطرحه في أوقات الندرة لتحقيق الاستقرار للمنتج والمستهلك واختصار الحلقات الوسيطة وطرح مادة بجودة عالية وسعرٍ مناسب.

4-2 معوقات تسويق المنتج الزراعي محلياً

مع بدء انطلاق رحلة التسويق في كل موسم زراعي هناك جملة من المعوقات التي تقف حبر عثرة أمام غالبية المزارعين والتي بدورها تخفض من كفاءة العملية التسويقية ونتائجها المرجوة ويمكن إجمالها بمايلي:

- قلة التمويل التسويقي لصغار المزارعين وتخوف المصارف من هذا النوع من التمويل نتيجة وجود عامل المخاطرة.
- تعدد وتنوع القنوات التسويقية كثرة الوسطاء وما يرافق ذلك من ارتفاع للتكاليف التسويقية وارتفاع نسبة الفاقد التسويقي.
- اختلاف وتذبذب الأسعار أثناء السنة فضلاً عن الاختلاف في الأسعار بين المحافظات والقرى الزراعية ضمن المحافظة الواحدة.

³ <http://www.store-marketing.com.sy/index.php?op=551&cat=13>

- عدم توفر الخدمات التسويقية الكافية والجيدة خاصة التخزين والترويج فضلاً عن ارتفاع رسوم الأسواق وتكاليف النقل ما بين المحافظات وضمن المحافظة الواحدة.
- عدم انتشار ثقافة الإطلاع لدى التجار والمزارعين على خبرة الدول الأخرى المتقدمة في مجال التسويق الزراعي وأساليبه المتطورة.
- عدم الدراية الكاملة بالمعلومات والبيانات السوقية التي تساهم بتشكيل خبرة وثقافة التاجر والمزارع.

3- حقائق عن أسواق الضيعة في سورية

1-3 فكرة التأسيس والانطلاقة⁴

جاءت فكرة إقامة سوق الضيعة نتيجة امتلاء الأسواق بالمنتجات المعالجة بالهرمونات والمبيدات والمواد الحافظة ودخول أنماط سلوك غذائي غريبة عن مجتمعنا حملت معها الكثير من المضار الصحية والبيئية وأثقلت كاهل الأسر بالتكاليف المادية العالية، في محاولة للعودة إلى الطبيعة والأرض والمنتج المحلي وخاصةً في ظل الأزمات الاقتصادية الراهنة وتوفير منتجات زراعية نظيفة غير معدلة وراثياً وخالية من المبيدات والهرمونات والأسمدة الكيماوية وتشجيع الإنتاج السليم لصحة الإنسان والبيئة.

انطلق سوق الضيعة للمرة الأولى في 8 تموز عام 2006 في محافظة اللاذقية ولازال مستمراً إلى الآن دون انقطاع، وإذا كانت بداية الفكرة تأمين المنتجات الطبيعية لطالبيها فسرعان ما تبلورت الفكرة أكثر وتحولت إلى بذرة ومكان لنشر الوعي الصحي وتنبيه الناس إلى الممارسات الغذائية الخطيرة في حياتنا اليومية والاهتمام بالمنتجين ذوي الكفاءة العالية في الإنتاج والذي يتميز إنتاجهم بأنه سليم للإنسان والبيئة. بدأت أولاً رحلة البحث عن المنتجين في القرى البعيدة التي كانت تزرع بحسب المواسم وبعيداً عن الأسمدة والمبيدات وكذلك البحث عن أصحاب الحرف المميزة، وهكذا تم جمع بعض المنتجين المتميزين الذين شكلوا نقطة بداية سوق الضيعة.

كانت انطلاقة السوق من إمكانيات بسيطة جداً، حيث بدأت الفكرة نتيجة عمل تطوعي لمجموعة من الأصدقاء تقاسموا التكاليف الأساسية اللازمة لبناء الطاولات وشراء حاجات سوق الضيعة الأساسية رغبةً منهم بنشر فكرة وثقافة بيئية توعوية يعملون بها ويجسدونها ضمن منازلهم وبيئتهم.

إذاً سوق الضيعة بدأ كظاهرة تسويقية أهلية ونشاط تطوعي من قبل الأهالي والمزارعين والمهتمين وعدد من الجمعيات الأهلية ومؤخراً قد تحول إلى نشاط استثمار زراعي منظم ومؤهل من قبل الحكومة السورية بعد أن أولت له كل الاهتمام والدعم اللازم خصوصاً في محافظة دمشق وريفها (كما سنرى في الفقرات اللاحقة).

⁴ <http://www.baytalnsaan.com/soukedayaa/organizers.htm>



2-3 سوق الضيعة ومقومات بناءه

سوق الضيعة هو مكان التقاء محبي الأرض والبيئة نحو الوصول إلى بيئة سليمة يحيا فيها الإنسان بصحة وعافية، وهو سوق تفاعلي يضم المنتجين الزراعيين الذين يقفون حول طاولات خشبية مملوءة بالمنتجات الزراعية الطازجة ليقوموا ببيعها مباشرة للمستهلكين دون وسيط، كل المنتجات الموجودة فيه يجب أن تكون مزروعة أو محصودة أو مخبوزة أو منتجة من قبل المنتج نفسه وفق شروط صحية وصديقة للبيئة فذلك يضمن الحصول على كل شيء طازج وبالتالي يكون محافظاً على خواصه الغذائية ونكهته المميزة أكثر من أي منتج آخر موجود في الأسواق الأخرى وذلك تحت شعار " كل شيء بلدي وعالأصول " مع توافر إمكانية سؤال المنتج أو المزارع مباشرة عن طرق ومكان الإنتاج وبنفس الوقت تقديم المعلومات للمنتجين التي يمكن أن تفيدهم في الإنتاج القادم.

أسواق الضيعة تتيح الفرصة الدائمة للمزارعين لتصريف منتجاتهم عوضاً عن التسويق المؤقت العفوي وفي أماكن غير مناسبة على شكل بسطات تشوه المدينة أو تجمعات تسويقية عشوائية تعطي انطباعاً خاطئاً عن الريف ومزارعيه من خلال استغلال البعض منهم للمستهلك وتقااضي أسعار كبيرة مقابل ادعاءهم أن منتجاتهم بلدية وخالية من المبيدات والأسمدة .



وفضلاً عن كون أسواق الضيعة فعالية ترويجية من المنظور السياحي وفرصة أمام الزوار لتنشيط الحركة خارج الموسم السياحي المعروف، والتعريف بإمكانات ومقومات البلد فإن مشاركة الحرف اليدوية تعطي بعداً سياحياً للسوق يمكن أن يتسوق من خلاله الزائر للحصول على تذكارات تراثية أو تاريخية.

وبالنسبة لشروط المشاركة بالسوق فيمكن لأي منتج جديد أن ينضم له ولكن بعد فحص إنتاجه، والفحص سيكون دائماً أثناء مشاركته في السوق لضمان السلامة للمستهلك والبيئة وذلك لقاء رسم اشتراك شهري للمنتج لقاء تأمين الطاولة من وإلى السوق.

3-3 معروضات سوق الضيعة

يتم عرض كافة أنواع الخضار والفواكه الطازجة البلدية، نباتات الزينة والنباتات الطبية، أغذية المونة بكافة أنواعها، والخبز الصحي، العسل، دبس الخرنوب، دبس الرمان، السماق، ماء الزهر، ماء الورد، حامض الحصرم، خل التفاح، دبس الفليلفة، الزعتر، زيت الزيتون، الشرابات الطبيعية، صابون الغار، الأعشاب، الحلويات بدون سكر، إكسسوارات سنارة، خرز خشب، أطباق القش والخشب والصابون البلدي والشمع والعطورات الطبيعية، وإكسسوارات من مواد طبيعية وجميع هذه المنتجات خالية من المواد الحافظة أو المواد الملونة أو المنكهات أو ما شابه.



4-3 فعاليات تنمية ثقافية في سوق الضيعة صديقة للبيئة والإنسان⁵

- يتواجد ضمن سوق الضيعة زاوية خاصة للأطفال تسمى "صغار كبار" تهدف من خلال مجموعة متنوعة من الأنشطة إلى تنمية قدرات الأطفال المختلفة الجسدية والعقلية ونقل تجارب الآباء إلى الأبناء، تشمل هذه الأنشطة مجموعة من الألعاب الحركية والمعلومات الحسية التي تخص الصحة والبيئة بالإضافة إلى الأنشطة التنموية كحملات التنظيف أو تعلم بعض الحرف على يد الخبراء فيها وغيرها من الأنشطة التي تعود بالفائدة على الجميع.
- سوق الضيعة هو سوق صديق للبيئة وصحة الإنسان، خالٍ من استهلاك الأكياس البلاستيكية الضارة مستعيضاً عنها بالأكياس القماشية أو الورقية التي يصطحبها المتسوقون معهم أو أن تكون متواجدة في السوق.
- أطلق سوق الضيعة منذ بدايته حملةً للحفاظ على الأشجار والغابات، ففي كل عام يقوم سوق الضيعة بالاشتراك ما بين المنتجين والمستهلكين والمهتمين الذين يرغبون بالمشاركة في حملات التشجير بإقامة رحلات تتضمن زراعة أكثر من مئتي شجرة مثمرة و حراجية في الأماكن المحروقة أو في الأماكن الجرداء ويأخذ الأطفال الحيز الأساسي في هذه الأنشطة لتعليمهم كيفية الزراعة والاهتمام بالأشجار والغابات.

5-3 كسر الحلقات الوسيطة بين المزارع والمستهلك النهائي سمة أسواق الضيعة

إلغاء دور الوسيط بين المزارع والمستهلك النهائي هو سمة أسواق الضيعة وذلك خدمةً للمواطن في إيصال المنتج الزراعي مباشرةً له بالسعر المقبول والنوعية الجيدة المضمونة والتي تلبى رغباته واحتياجاته المعاشية والحد من موجة الغلاء التي تشهدها المواد الأساسية اليومية التي تحتاج إليها الأسرة ويخفف أعباء الحياة وتكاليفها عن كاهل المواطن السوري وستسهم هذه الأسواق في خفض أسعار المواد الغذائية والخضراوات والفواكه بنسبة تتراوح بين 30 إلى 35 % كونها تعمل على إعادة التوازن السوقي وتقلل من حلقات الوساطة التسويقية وتخفف عن المزارع أعباء وتكاليف إضافية وتعطيه ربحاً أفضل بعيداً عن استغلال التجار والسماسة.

⁵ <http://www.baytalinsaam.com/soukedayaa/organizers.htm>

6-3 .توزع أسواق الضيعة وفعاليتها في المحافظات السورية

في محافظة اللاذقية:

يتواجد سوق الضيعة في حديقة البطرني كل يوم سبت بعد سلسلة من التنقلات رافقته بدءاً من حديقة الفرسان - بناءً على طلب البلدية - واستمر سوق الضيعة فيها لحوالي الشهر ثم تم التعاقد مع مدينة ملاهي البانوراما بعدها استقر موقع السوق في حديقة البطرني حتى الآن.

في محافظة حلب:

تم عرض فعاليات سوق الضيعة الأول في منتصف الشهر العاشر من عام 2011 في ساحة الحطب في منطقة الجديدة وذلك بالتعاون مع محافظة حلب وبرنامج فردوس التابع للأمانة السورية للتنمية وذلك على أمل انتشار هذه الأسواق وفعاليتها المتعددة خلال السنوات القادمة وفي مناطق أخرى من المحافظة. وتضمن هذا المعرض مجموعة من المشغولات والمطرزات اليدوية الريفية والعديد من المنتجات الغذائية البلدية التي تشتهر بها منطقة عفرين في محاولة لربط سوق الريف بالمدينة لتحقيق نهضة اقتصادية واجتماعية في المنطقة وتأتي أهمية هذه المعارض من خلال رفع الروح المعنوية لدى سكان الريف حينما يشعرون أن أبناء المدن يهتمون بهم مما يؤدي إلى دمج سكان الريف بالمدن وإزالة الفوارق الاجتماعية بين سكان الريف والمدينة.

علاوةً على أن عرض المطرزات الريفية اليدوية والمنتجات الزراعية البلدية المصنوعة محلياً كالمرببات والحلويات الخالية من السكر هو فرصة للتعرف على منتجات المرأة الريفية ونشاطاتها عن كثب وتشجيع هذه المرأة على تفعيل دورها في المجتمع الريفي أكثر فأكثر، بالإضافة إلى كونها مصدر رزقٍ ودخلٍ إضافي لهؤلاء النسوة الريفيات.

في السويداء:

تم افتتاح سوق ضيعتنا في السويداء لأول مرة في صيف عام 2012 في حديقة المزرعة ، إذ عرض فيه المزارعون إنتاجهم البلدي النظيف من الحبوب الكاملة والخضار والفاكهة والمرببات والمونة التي تحتاجها ربة المنزل إضافة إلى المطرزات والمنسوجات اليدوية وذلك تحت إشراف مهندسين زراعيين لديهم خبرةٌ ودرايةٌ بهدف إنشاء السوق.

في دمشق:

بعد ثبات نجاح هذه الأسواق وشعبيتها في اللاذقية وأثناء عرض نموذج عنه في الملتقى الأول للمنتجات الصديقة للبيئة الذي أقيم في شهر نيسان من عام 2012 في حديقة التكية السليمانية في دمشق لاقى السوق إقبالاً وإعجاباً كبيراً من سكان محافظة دمشق خصوصاً مع وجود الواقع التسويقي المشوه الذي يحتاج إلى تطوير وتفعيل بالشكل الملائم، ومع توفر نية الحكومة السورية ومحافظة مدينة دمشق خصوصاً لإيجاد أماكن لأسواق شعبية منظمة لمنتجي المحاصيل والمنتجات النباتية والحيوانية تباع إنتاجها مباشرة للمستهلك في محافظة دمشق، فقد اجتمعت كل هذه المقومات مشكلةً انطلاقة مشروع إنشاء أسواق الضيعة في محافظة دمشق. وفي هذا الإطار قامت المكاتب التنفيذية للمحافظة خلال عام 2012 بتسجيل المزارعين الراغبين ببيع إنتاجهم في هذه الأسواق وللمستهلك مباشرةً بعد معرفة الكمية المراد تسويقها وموعد التسويق علماً أن حجز المواقع سيكون بتعرفةٍ رمزيةٍ ويضمن تسويق المنتج بشكل لائق وأن يكون نمط البيع السائد في الأسواق بالمفروق تقديماً لدخول التجار أو بيع المواد المستوردة مع الإشارة إلى وجود شروطٍ وإجراءاتٍ صارمةٍ للمخالفين والمتلاعبين.

قامت المحافظة بإنجاز موقعين لهذا المشروع: الأول في منطقة الدباغات في منطقة تنظيم باب شرقي بمساحة 7 آلاف م² والثاني في بداية شارع الثلاثين مقابل أبنية القاعة في منطقة الميدان بمساحة 5 آلاف م² وأبدت أيضاً نيتها إقامة أسواقٍ أخرى في منطقة السومرية ومنطقة القابون قرب مراكز انطلاق البولمان، كما تعهدت المحافظة بالتجهيز الكامل لهذه الأسواق وتوفير كافة الخدمات الأساسية والمرافق العامة التي يحتاجها لقاء بدل استثمار رمزي من المزارعين لا يتجاوز 300 ليرة شهرياً.

في محافظة ريف دمشق:

أقرت مؤخراً اللجنة المشكلة لمتابعة تنفيذ أسواق الضيعة المخصصة لبيع المنتجات الزراعية المنتجة محلياً بصورة مباشرة في محافظة ريف دمشق إقامة 12 سوقاً في مدن وبلدات المحافظة في قطنا وجديدة عرطوز وعرطوز وصحنايا وداريا ومعصية الشام والسيدة زينب وقارة والنبك والكسوة والقطيفة والعنبيه.

هذه الأسواق ستكون متاحة لجميع المزارعين في محافظتي دمشق وريفها لبيع الخضار والفواكه ومشتقات الحليب وبأجورٍ رمزية مع تأمين مظلات حماية من العوامل الجوية وتقديم خدمات الماء والكهرباء من قبل المحافظة وستقوم المديرية المعنية بمراقبة عمل هذه الأسواق لضمان الشروط الصحية وسلامة هذه المنتجات والأسعار التي تباع بها مع اشتراط تقديم المزارعين الراغبين ببيع منتجاتهم في هذه الأسواق تقديم شهادات منشأ بمنتجاتهم إلى مديرتي الزراعة والاقتصاد.

4- أسواق عربية وعالمية مماثلة لأسواق الضيعة في الشكل والمضمون

في الأردن⁶

مؤخراً تمت في الأردن صياغة مشروعٍ مقترحٍ لتوريد الخضار والفواكة الطازجة إلى أسواق المؤسسة الاستهلاكية المدنية وذلك تحت إشرافٍ حكوميٍّ وجمعيةٍ مصدري الخضار والفواكة.

وتقوم فكرة هذا المشروع على توريد المنتجات من المزارعين مباشرةً إلى المستهلك دون المرور بالعديد من الحلقات التسويقية التقليدية وكذلك التوسع التدريجي في أنواع السلع المشمولة بهذه الاتفاقية والتوسع في خطة التوزيع في فروع المؤسسة لتشمل أكبر عددٍ ممكنٍ من الفروع.

ويهدف المشروع للحد من الاختناقات التسويقية في مجال الإنتاج واختصار الحلقات التسويقية بين المنتج و المستهلك وبيع الخضار والفواكة للمستهلك بأسعارٍ معتدلةٍ وتحسين إيرادات المزارعين المنتجين.

وفيما يتعلق بألية العمل فسيتم توقيع اتفاقية بين المؤسسة الاستهلاكية المدنية والجمعية الأردنية لمصدري ومنتجي الخضار والفواكة تضمن توريد الكميات والأنواع بالأوزان والأحجام ودرجات الجودة التي يتم الاتفاق عليها في ملحقٍ خاصٍ بهذه الاتفاقية.

⁶ <http://www.khaberni.com/more.php?newsid=93192&catid=2>

في الكويت⁷

"سوق الفضة الجديد للفاكهة والخضار" هو شكل من أشكال أسواق الضيعة، ويقع سوق الفضة بمنطقة الصليبية في مدينة الكويت على رقعة مساحتها 300 ألف متر مربع تم تجهيزها بالخدمات والمرافق وكافة الوسائل التي تؤمن الراحة الكاملة للزائرين وتلبي احتياجاتهم وفق معايير الجودة المطلوبة وجميع المتطلبات اللازمة، وقد حقق سوق الفضة فرصةً للمنتجين الراغبين بتسويق محاصيلهم بشكلٍ أكثر كفاءةً من خلال تجهيز السوق بنظامٍ عالميٍّ جديدٍ خاصٍ بالشاحنات التي يتم وصلها بنظام الطاقة مباشرةً، وذلك للمحافظة القصوى على التبريد الدائم للمنتجات المخزنة في مستودعات التبريد التي تفوق مساحتها 15 ألف متر مربع. ومن الجدير بالذكر أن إحدى الشركات التسويقية الخاصة كانت هي وراء إنشاء سوق الفضة للخضار والفاكهة بهدف مواكبة المتطلبات الحالية والمستقبلية للسوق المحلية .

في لبنان :

"سوق أهالي كفرمان"⁸ : يحتل العشرات من أهالي بلدة كفرمان المشهورين بزراعة الخضار على أنواعها ركناً خاصاً بهم في سوق الإثنين التجاري في النبطية يعرف بـ"سوق أهالي كفرمان" الذي يعرضون فيه منتجاتهم الزراعية الشهيرة من الخضار البلدية بأنواعها، كما تعرض أنواعاً عديدةً من الزهور البرية كالالبونج واليزفون والبخور، علاوة على المؤنة البلدية البيئية التي تشتهر بصناعتها المرأة الريفية في كفرمان والتي تتفنن في صناعتها وحفظها في عبوات زجاجية حافظة، وتلقى هذه المنتجات رواجاً كبيراً لدى الكثير من المواطنين الذي يتهافتون لشراؤها من سوق الإثنين في النبطية أسبوعياً، نظراً لجودتها العالية وطعمها ونكهتها البلدية الغنية ويشكل سهل المئذنة الزراعي الذي تشتهر به بلدة كفرمان المصدر الأول لإنتاج هذه الخضار البلدية والزهور البرية، وكان في السابق يعتبر بمثابة السلة الغذائية والزراعية لأهالي منطقة النبطية.

"سوق الطيب"⁹ : يقع في وسط بيروت التجاري ويلتقي فيه المزارعون ومنتجو المأكولات الصحية مرتين أسبوعياً (كل سبت وأربعاء) ليعرضوا سلعاً زراعيةً غذائيةً طازجةً وبلديةً مثل الخضار والفواكه الطبيعية، والعسل، وزيت الزيتون، والمرببات المصنوعة بيتياً، والأجبان البلدية، والمأكولات التقليدية، علاوةً على مكونات المؤنة البيئية التي درج اللبنانيون في الماضي على تخزينها لفصل الشتاء، وتصل جميعها من المزارع أو المنتج إلى المستهلك مباشرةً دون وسيط.

⁷ <http://www.alforda.com/About.aspx>

⁸ http://www.bintjbeil.com/A/news/2003/0506_kfarruman.html

⁹ <http://www.almosafr.com/forum/t56435.html>

سوق "يوم المزارع" هو أحد برامج أمانة الرياض التي حققت نجاحاً متصاعداً نتيجة إقبال المزارعين والمستهلكين عليه والذي يوافق يوم الخميس بشكل أسبوعي، إذ أوجد هذا السوق للمزارعين منفذاً لإيصال منتجاتهم بشكل مباشر وبدون وسيط إلى المستهلكين الذين يبحثون عن السلع الزراعية والغذائية الطازجة والسعر المناسب، ومنها الحمضيات المنتجة محلياً، والخضراوات والفواكه الطازجة، والعسل وزيت الزيتون والحبوب بأنواعها وخاصةً العضوي منها.

يقدم هذا السوق خدمةً ملموسةً للمزارعين والمستهلكين على حدٍ سواء، كما يوجد الفريق الإشرافي من الإدارة العامة للأسواق بشكلٍ مستمر وعلى ثلاث فترات لمتابعة المزارعين وتنظيم مواقعهم والتأكد من صلاحية المنتجات، إضافةً إلى وجود فريق من النظافة لمتابعة أعمال النظافة بالموقع وإزالة المخلفات، وكذلك وجود الحراسات الأمنية التي تقوم بتنظيم دخول وخروج السيارات لمواقف المتسوقين وسيارات المزارعين.

في الولايات المتحدة الأمريكية (United States)

أسواق المزرعة الطازجة (FRESH FARM Markets)¹¹

هي أكبر شبكة أسواق للمزارعين في منطقة خليج التشيبك وتدير 11 سوقاً نشطاً للمنتجين في المنطقة، تضم الشبكة أكثر من 150 مزارع من 5 ولايات وأكثر من 9000 فدانٍ مزروعٍ مع أكثر من 360000 متسوقٍ من مختلف الفئات السكانية سنوياً، وهو ما يجعل هذه الأسواق نموذجاً يحتذى لبقية المزارعين في المنطقة ونموذجاً وطنياً رائداً في المجال الغذائي. وتلقت شبكة أسواق المزرعة الطازجة في عام 2012 عدداً من الجوائز والتكريمات تقديراً لمسيرتها الطويلة والتي تبلغ 15 سنة في مجال رعاية أسواق المزارعين المنتجين والبرامج المرتبطة بهذه الأسواق والتي تؤمن الغذاء الطازج والصحي للمجتمع في العاصمة واشنطن ومنطقتها، مثل جائزة "العمدة" للاستدامة، إضافةً إلى تلقي القائمين عليها جائزة "العملاق الأخضر" من مجلة واشنطن لجهودهم في مجال تعريف العامة بقضايا الغذاء والتنمية وفي نفس الوقت إتاحة فرصة الربح للمزارعين والحرفيين.

¹⁰ صحيفة الاقتصادية / العدد 6330

¹¹ <http://freshfarmmarkets.org/wp/?p=2363>



ومن شبكة أسواق المزرعة الطازجة هذه نذكر : سوق حلقة دوبنت (The Dupont Circle)

تقع هذه الأسواق في قلب واشنطن العاصمة ويفتح أبوابه طيلة نهار يوم الأحد.

يضم السوق في موسم ذروة الإنتاج أكثر من 40 مزارع عارضين منتجاتهم المتنوعة من فواكه وخضار ولحوم ولحوم دجاج وأسماك وأجبان وفطائر وخبز ومعكرونة طازجة وأزهار مقطوفة ونباتات معبئة في أوعية وصابون ومنتجات عشبية، وقد صنفت أسواق المزرعة الطازجة في مقدمة أسواق المزارعين في الولاية وذلك حسب عدد من الصحف العالمية المهمة (فاينشل تايم، وول ستريت)

سوق الربيع الفضي (The Silver Spring) : يوجد سوق الربيع الفضي في قلب بلدة سبرينغ سلفر، ويفتح أبوابه للمتسوقين يوم السبت طيلة فترة الظهيرة.

إضافة إلى عدد كبير من الأسواق التي تنتمي إلى هذه الشبكة (أي شبكة أسواق المزرعة الطازجة).

5- نحو مستقبل تسويقي واعد

ضمن إطار الاهتمام بقضايا التسويق الزراعي عموماً وقضايا تداول وتسويق الغذاء خصوصاً الذي شهده العالم قامت الحكومة السورية ممثلةً بوزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بترجمة هذا التوجه عملياً عن طريق إعداد مشروع خاص لتطوير الإرشاد التسويقي الزراعي بشكل يساهم في تطوير آلية النظام التسويقي للمنتجات الزراعية ورفع الكفاءة التسويقية على الصعيدين الداخلي والخارجي بما ينعكس إيجاباً على أطراف السلسلة التسويقية أي المنتج الزراعي والمستهلك النهائي ويشجعهم على مسك سجلات زراعية¹² ويعلمهم كيفية اتخاذ القرارات السليمة والتغلب على المخاطر التسويقية التي قد تعترض طريقهم.

¹² المقصود بهذه العبارة تدريب وتأهيل المزارعين والمنتجين الزراعيين على عملية توييب كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالعمليات الزراعية كافة من الإنتاج وحتى التسويق في سجلات خاصة لكي يتسنى لهم حساب الربح والخسارة وعامل المخاطرة.

ويأتي هذا المشروع للتخلص من كل الأساليب البدائية التي كانت ولا تزال تحكم عمليات تسويق المنتجات الزراعية وذلك ضمن إطار خطة متكاملة لتطوير النظام الوطني للتسويق الزراعي وقد حمل هذا المشروع ضمن طياته نوايا جادة وأمال واسعة لتطوير الأسواق الزراعية وتشكيل اتحادات نوعية تخصصية وزيادة وسائل الدعاية والترويج وتطوير مشاغل الفرز والتعبئة والتوضيب والنقل والتبريد وإحداث نظام معلومات السوق واعتماد المقاييس السورية والعلامات التجارية الفارقة.

كما يهدف هذا المشروع أيضاً لتطوير القدرات الفنية لصغار المزارعين وإطلاعهم على كل ما يتعلق بأساليب التسويق الحديثة وكيفية التعامل مع التجار منعاً من التعرض للغبن وتدريبهم على تطبيق الممارسات الجيدة وزيادة الوعي لديهم حول الأنظمة والقوانين المحلية والعالمية النازمة للتجارة الزراعية.

وبالنتيجة فإن الجميع تواق إلى سياسة تسويقية جديدة، فإنجاح المشروع التسويقي يتطلب الإطلاع على تجارب الآخرين بل والعمل على ابتكار وتطوير أساليب أخرى قد تكون أكثر تميزاً من مثيلاتها في الأسواق الخارجية ما دام أن الشروط الأساسية للنجاح متوفرة، فالتسويق الجديد والحديث لن ينصف الفلاح والمستهلك في آنٍ معاً إنما قد يخلق المزيد من فرص العمل لجهة إحداث شركات خاصة في الفرز والتوضيب وشركات أخرى خاصة في تقديم الدعاية والإعلان وتنظيم المعارض الزراعية المحلية والمشاركة بمثيلاتها في البلدان الزراعية المتطورة.

6- التوصيات والمقترحات

- إيلاء أسواق الضيعة اهتماماً أكبر من الجهات الحكومية والخاصة ذات العلاقة من خلال جعل هذه الأسواق أسواقاً على شكل محلات وأروقة دائمة منظمة بعيدة عن التشابكات المرورية ومزودة بكافة الخدمات والمرافق ووسائل النقل التي توفر الراحة والأمان للمتسوق والمزارع على حد سواء ومزودة أيضاً بنظام معلومات متطور .
- الاستفادة من تجارب الدول المجاورة والدول المتقدمة في هذا المجال ومحاولة تطبيقها بشكل يناسب المزارع والمستهلك السوري وخاصة مجال النقل والتبريد والترويج.
- السعي للترويج لهذه الأسواق من خلال النشاطات الإعلامية ونشر ثقافة مجتمعية حول ماهية منتجات هذه الأسواق الطبيعية والصحية وذلك بإقامة الندوات والمعارض التعريفية في وسائل الإعلام كافة، الأمر الذي يكفل تفاعل المواطنين مع هذه التجربة الرائدة والإضافة لها.
- زيادة عدد هذه الأسواق من حيث الكم والنوعية بشكل يخدم كافة المواطنين بكل شرائحهم المجتمعية وفي كل حي ومنطقة في سورية.
- تفعيل دور حماية المستهلك والآليات الواجب إتباعها لمنع دخول الوسطاء ومنع التلاعب بالأسعار في أسواق الضيعة من خلال إقامة مراكز تضم خبراء مختصين بالأسعار مهمتها مراقبة السوق وتدقيق السلع وتقديم المقترحات بشأن الأسعار وتعديلها.
- التأكيد على تطبيق القرارات التموينية النازمة لعملية البيع والشراء مع التشديد على خضوع أسواق الضيعة للرقابة من حيث المنتجات المعروضة ومدى مطابقتها للمواصفات السورية القياسية وخلوها من الأثر المتبقي للمبيدات والمواد المعدلة وراثياً وذلك في المختبرات الحكومية ومعاقبة المخالفين.

- دعم الحكومة السورية للمنتجين عبر تقديم القروض بشروطٍ ميسرةٍ مع تمديد فترة التسديد وتوفير مستلزمات الإنتاج وقيامها بتزويد المنتجين بالوقود لتشغيل معداتهم، الأمر الذي من شأنه تحسين دخلهم وبالتالي عزوفهم عن طرق الكسب السريع من خلال الإفراط في استخدام المبيدات والأسمدة الكيماوية وانتقالهم إلى الزراعة النظيفة الطبيعية وتسويق منتجاتهم في أسواق الضيعة.
- السعي لجعل أسواق الضيعة أسواقاً بديلة عن الأسواق والتجمعات التسويقية الحالية العشوائية والتي تستغل المستهلك وتسبب الكثير من الإشكاليات وذلك طبعاً بعد أن تحصل أسواق الضيعة على قدرٍ كافٍ من الاهتمام والتنظيم.
- الاستفادة من تجربة مؤسسة الخزن والتسويق ليس في مجال التسويق فحسب وإنما في مجال النقل أيضاً لأنه العائق الأهم والأخطر بين المناطق المنتجة والمناطق المستهلكة بما يسهل استمرار تدفق المنتجات الزراعية بشقيها النباتي والحيواني وتلبية احتياجات الأسر السورية.

1- الوثائق الورقية

- تقرير التجارة السورية – المركز الوطني للسياسات الزراعية - أعداد مختلفة .
- تقرير واقع الزراعة والغذاء – المركز الوطني للسياسات الزراعية – أعداد مختلفة.
- صحيفة الاقتصادية / العدد 6330

2- المواقع الالكترونية

- منتدى الشام الثقافي

<http://www.al-sham.net/1yabbse2/index.php?topic=30038.0>

- جريدة الثورة السورية الرسمية

http://thawra.alwehda.gov.sy/_print_veiw.asp?FileName=66176813720120529213751

- شبكة المعرفة الريفية

http://www.reefnet.gov.sy/reef/index.php?option=com_content&view=article&id=1554:2010--02-23-08-17-49&catid=154:2010-02-22-11

- موقع خبرني الالكتروني

<http://www.khaberni.com/more.php?newsid=93192&catid=2>

- الخيرات الزراعية (الموسوعة الزراعية الشاملة)

<http://www.alkherat.com/vb/showthread.php?8765-%C7%E1%ED%C9-%C7%E1%CF%D1%C7%D3%C7%CA-%C7%E1%CA%D3%E6%ED%DE%ED%C9-%E1%E3%E4%CA%CC%C7%CA-%C7%E1%E3%D4%C7%D1%ED%DA-%C7%E1%>

- جريدة البعث ميديا السورية

http://www.albaathmedia.sy/index.php?option=com_content&view=article&id=69673

الغرف-الزراعية-تأسيس-مؤسسات-تسويقية-مشتركة-وإلغاء-دور-الوسيط-في-تسويق-المنتجات

- جريدة الدستور الاردنية

http://www.addustour.com/ViewTopic.aspx?ac=\Economy\2013\02\Economy_issue1940_day13_id467003.htm#.UR9_b_I4-TY

- المؤسسة العامة للخزن والتسويق السورية

<http://www.store-marketing.com.sy/index.php?op=551&cat=13>

- سوق الضيعة (في اللاذقية)

<http://www.baytalinsaan.com/soukedayaa/organizers.htm>

- شبكة التواصل الاجتماعي الخاصة بسوق الضيعة في اللاذقية

<http://www.facebook.com/SouqEIDayaa?ref=ts&fref=ts>

- أخبار سوق عمان المالي

<http://www.ammanxchange.com/art.php?id=2d9f6f5096402dcd01f2dda5911ae960f947493a>

- جريدة الثورة السورية

http://thawra.alwehda.gov.sy/_kuttab_a.asp?FileName=3446216320120508215541

- سوق الفرضة

<http://www.alforda.com/About.aspx>

- بنت جبيل

http://www.bintjbeil.com/A/news/2003/0506_kfarruman.html

- المسافرين

<http://www.almosafr.com/forum/t56435.html>

- أسواق المزرعة الطازجة

<http://freshfarmmarkets.org/wp/?p=2363>