

# معوقات تسويق محصولي الطماطم والبصل في السهل الساحلي الجنوبي والحلول المقترحة

إعداد

**أنيس حسين محمد الشرفي**

مدير عام الإدارة العامة لبحوث التنمية والتدريب  
بديوان محافظة لحج

ورقة عمل مقدمة من قيادة السلطة المحلية بمحافظة لحج  
للمشاركة في الورشة العلمية المقامة حول  
”واقع إنتاج وتسويق محصولي الطماطم والبصل  
في السهل الساحلي الجنوبي: المشاكل والمعالجات“

والتي تنظمها: كلية ناصر للعلوم الزراعية بجامعة عدن  
بمناسبة الذكرى الرابعة والأربعون لتأسيس الكلية



تحت رعاية

**د. ناصر محمد ثابت الخبجي محافظ محافظة لحج**  
**أ.د. الخضرم ناصر لصور رئيس جامعة عدن**

وذلك يوم الأربعاء الموافق 20 أبريل 2017م

## ملخص الدراسة

تسعى الدراسة إلى البحث عن حلول لمعوقات تسويق وبيع محاصيل الطماطم والبصل في اقليم السهل الساحلي الجنوبي، والوصول إلى المعالجات المناسبة والكفيلة بتنظيم انتاج وتسويق وبيع المنتجات البستانية من الخضروات والفواكه عامة ومنتجات الطماطم والبصل خاصة.

إذ يعاني المزارعين من تدني أسعار بيع محاصيل المادتين خلال موسم الحصاد وهبوطها لتصل إلى أقل من أسعار التكلفة حين يصل الإنتاج إلى القمة خلال أيام الذروة، وذلك ما يلحق خسائر كبيرة بالمزارعين. وفي حين يتوفر لدى مزارعي بعض أصناف البصل امكانية التخزين خلال أيام الذروة لتجنب خسائر، فإن مزارعو الطماطم لا يمتلكون مثل تلك الفرص التي يحصل عليها منتجي البصل، لعدم وجود المخازن المبردة والمناسبة لتخزين محاصيل الطماطم، مما يدفعهم للبيع بأقل من كلفة الإنتاج قبل أن تتعرض محاصيلهم للتلف. واستندت الدراسة إلى عدداً من الدراسات والتقارير الإحصائية والاستراتيجيات المعدة من الجهات المحلية المعنية، بالإضافة إلى بعض الدراسات الخارجية ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

وتقتصر اهتمامات الدراسة بالتركيز بشكل رئيس على التحديات التي يواجهها مزارعي البصل والطماطم في السهل الساحلي الجنوبي في مجال التسويق والتخزين من منظور اقتصادي، إضافة إلى الاحتياجات والمتطلبات اللازمة لتطوير سياسات التخزين والتصدير والتسويق، ورفع العائدات الاقتصادية، بما يدعم تحقيق عائد مربح للمنتجين، ويوفر المنتجات للمواطنين بأسعار تتناسب مع مقدراتهم الشرائية.

وقدم الباحث عدداً من المقترحات ذات الصلة بتنظيم أسواق محاصيل الطماطم والبصل في محافظة لحج، تتمحور أهمها في الآتي:

- تأسيس التعاونيات والمنظمات والجمعيات التسويقية النوعية والمتخصصة بالنسبة لمنتجي الطماطم والبصل.
- تشغيل مصنع الفيوش للطماطم، وإنجاز وحدات صناعية على مستوى المحافظة، لتحويل ما ينتجه الفلاحين من المحاصيل الزراعية، وتحقيق استقرار العرض والطلب للمنتج في الأسواق عبر استهلاك فائض العرض.
- توفير المبردات الكافية لتخزين الطماطم بما يضمن بقاءه غير فاسداً لأطول فترة ممكنة.
- تفعيل دور الجانب الحكومي في دعم وتنظيم القطاع الزراعي في مجالات إقامة مراكز البحوث والإرشاد الزراعي، وتأسيس التعاونيات الزراعية، وتوفير القروض الميسرة للمزارعين، وإيجاد أنظمة التدرج والتصنيف والمواصفات القياسية ومعايير الجودة للمنتجات الزراعية وتطبيقها، بما يلبي متطلبات المستهلك في السوق المحلية وأسواق التصدير.
- تطوير سياسات التخزين والتسويق والتصدير، من خلال إنشاء منشآت خاصة بتصنيع مواد التجهيز والتعبئة والتغليف والحفظ للمحاصيل الزراعية عامة والمحاصيل البستانية على وجه الخصوص.
- تطوير أسواق الخضروات والفواكه القائمة في المحافظة وتجهيزها إدارياً ومرفقياً، للاضطلاع بدورها في خدمة المزارعين بالمحافظة، وتسويق منتجاتهم، بالإضافة لإنشاء مؤسسات تسويق زراعية جديدة (سواق مركزية، أسواق تجزئة، محطات تعبئة المحاصيل).

## مشكلة الدراسة:

تنتج محافظة لحج كميات كبيرة من الطماطم والبصل خلال موسم الشتاء والربيع من كل عام، ومع الإنتاج الوفير للمادتين تتكدس منتجاتهما في الأسواق نتيجة زيادة معدلات العرض عن مستويات الطلب، مما يولد فائض في العرض بكميات كبيرة يواجه المزارعون صعوبات جمة في تصريفها.

ويمكن لمنتجي محاصيل البصل تخزينها إلى ما بعد موسم الحصاد وانخفاض مستوى العرض في السوق، إلا أن حاجة المزارعين للمال تدفعهم للبيع في ظل فائض العرض وهبوط الأسعار من أجل الإيفاء بما عليهم من مديونية أو قروض للغير، وذلك لكون أغلب المزارعين بمحافظة لحج من أصحاب الحيازات الصغيرة.

أما محاصيل الطماطم فلا تحتمل التخزين سوى لأيام قليلة، ونظراً لمخاوف المزارعين من أن تصبح محاصيلهم عرضة للتلف فإنهم يسارعون لتكديسها في الأسواق، مما يولد فائض في العرض، ويتسبب بهبوط أسعار البيع لتصل إلى أقل من تكلفة المنتج، وذلك ما يلحق خسائر مالية بالمزارعين.

وبالاستفادة مما سبق يمكن تلخيص المشكلة بالنص التالي (يواجه مزارعو الطماطم والبصل بمحافظة لحج صعوبات جمة في تسويق محاصيل المادتين خلال موسم الحصاد جراء تكدس المحاصيل، مما يولد فائض في العرض عن مستوى الطلب على المادتين ويتسبب بهبوط أسعار البيع، ويلحق خسائر كبيرة بالمزارعين). ويمكن عرض المشكلة من خلال طرح السؤالين التاليين:

- ما هي معوقات تسويق محاصيل الطماطم والبصل في السهل الساحلي الجنوبي خلال موسم الحصاد؟
- ما هي المعالجات والتدابير التي يجب الأخذ بها لتنظيم عملية تسويق محاصيل الطماطم والبصل، وتحقيق استقرار في سوق بيع المحاصيل؟

## أهداف الدراسة :

- 1- التعرف على واقع زراعة الطماطم والبصل في محافظة لحج.
- 2- دراسة وبيان مشاكل وتحديات عملية تسويق الطماطم والبصل في موسم الحصاد.
- 3- اقتراح المعالجات والتدابير المناسبة لتسويق الطماطم والبصل واستقرار سوق بيع المحاصيل.

## أهمية الدراسة:

تأتي أهمية القيام بهذا البحث من واقع عدم استقرار سوق بيع محصولي الطماطم والبصل، حيث يحدث انهيار لأسعار البيع في موسم الحصاد مما يلحق خسائر مالية بالمزارعين، بينما يحدث ارتفاع جنوني لأسعار بيع محصول المادتين في بقية المواسم الأخرى من كل عام. وذلك ما يستدعي البحث عن تدابير ومعالجات مناسبة لاستقرار سوق بيع محصول الطماطم والبصل، ومنع انهيار أو ارتفاع أسعار بيع المادتين أو حدوث أي خسائر مالية بالمزارعين.

**محتويات الدراسة:** اشتملت الدراسة على ثلاثة مباحث تتمثل في الآتي:

- المبحث الأول: واقع إنتاج وتسويق البصل والطماطم في محافظة لحج.
- المبحث الثاني: تحديات تسويق وتصدير إنتاج الطماطم والبصل.
- المبحث الثالث: المعالجات المقترحة لتسويق الطماطم والبصل.

## المبحث الأول

### واقع انتاج وتسويق البصل والطماطم في محافظة لحج

تعتبر المحاصيل البستانية من الفواكه والخضروات في محافظة لحج مصدر رئيسي لتوليد الدخل وخلق فرص عمل للكثير من سكان المحافظة.

وفي ظل ما تعيشه البلاد نتيجة عدم استقرار الوضع السياسي ونشوب الحرب الدائرة والاضطرابات الأمنية، يتزايد الاهتمام بضرورة تنمية الإنتاج الزراعي لمواجهة التحديات المتولدة في مجال ارتفاع مستوى الفقر، وانعدام الأمن الغذائي، ومحدودية الموارد، بالإضافة إلى التحديات الناجمة عن تسبب الحرب بإعاقة استيراد أو تصدير المنتجات من وإلى البلاد نتيجة إغلاق المنافذ البحرية والبرية.

حيث أن الإهتمام بتنمية قطاع الزراعة سيكون له دوراً أساسياً في مواجهة تلك التحديات، حيث سيسهم بشكل كبير في تخفيف الفقر، وتحسين الأمن الغذائي، وتوفير موارد مالية للمزارعين المحليين الذين يتخذون من الزراعة مهنة ومورد أساسي للإنفاق على أسرهم، لما تشكله الزراعة من أهمية باعتبارها مصدر الدخل الرئيسي لحوالي 73.5% من سكان الجمهورية، سواء كانوا ممن يعملون في الزراعة بشكل مباشر (33%)، أو بشكل غير مباشر للذين يعملون في الخدمات والحرف والصناعات التي تخدم سكان الريف والحضر على حد سواء، إضافة إلى مساهمته النسبية المرتفعة في الناتج المحلي الإجمالي والقوى العاملة، وتغطية بعض احتياجات السوق المحلية بما يتم استخراجه من محاصيل الزراعة المحلية.<sup>(1)</sup>

ويواجه المزارعون بمحافظة لحج صعوبات جمة في تسويق المحاصيل وخاصة المحاصيل البستانية منها، حيث يعتبر تسويق المحاصيل الزراعية من الخضروات والفواكه مثل (الطماطم، البصل) من أهم مشاكل التي يواجهها مزارعي المحاصيل البستانية، نتيجة بيع المحصول بسعر أقل بكثير من أسعار الجملة وأحياناً تصل إلى البيع بسعر أقل من سعر التكلفة.

ونظراً لأهمية الدخل المحقق من بيع الطماطم والبصل بالنسبة للمزارعين في مناطق السهل الساحلي الجنوبي بمحافظة لحج، فإن الأمر يستدعي البحث عن البدائل المناسبة لتسويق منتجات المادتين وبما يوفر عوائد مناسبة للمزارعين.

إذ تعد منتجات الطماطم والبصل من أهم محاصيل الخضروات في المحافظة، فقد بلغت نسبة محصول الطماطم 29% من إجمالي محاصيل الخضروات بالمحافظة خلال العام 2014 وفقاً لإحصائيات وزارة الزراعة لعام 2014، فيما تمثل نسبة محصول البصل للعام ذاته ما يعادل 12.44% من إجمالي محاصيل الخضروات بالمحافظة، مما يجعل محصولي الطماطم والبصل من أهم محاصيل الخضروات التي تزرع في محافظة لحج.

1. قارن مع: فضل النزلي، تعزيز الإنتاج الزراعي لأصحاب الزراعات الصغيرة (SAPEP): إطار عمل الإدارة البيئية والاجتماعية (ESMF) وزارة الزراعة والري، يناير 2015م- ص (2)

## احصائيات زراعة البصل والطماطم في محافظة لحج

يبلغ عدد الحائزين الزراعيين بمحافظة لحج حسب إحصائيات وزارة الزراعة عام 2014 حوالي 55,570 ، كما تبلغ المساحات الزراعية الكلية بالمحافظة حوالي 31,804 هكتار تمثل المساحات الزراعية منها ما يعادل 26,390 هكتار فيما تمثل المساحة المحصولية للعام ذاته حوالي 33,668 هكتار، وتشكل مساحات زراعة الخضروات بالمحافظة حوالي 1,129 هكتار بما يعادل 3.35 % من إجمالي المساحة المحصولية لكل الأنشطة الزراعية في المحافظة خلال عام 2014 م، انظر الجدول رقم(1).

### جدول رقم(1) عدد الحائزين والمساحات الكلية والصالحة والمحصولية في محافظة لحج لعام 2014م

عدد الحائزين الزراعيين	المساحة الزراعية الكلية	المساحة الصالحة	المساحة المحصولية	مساحة زراعة الخضروات	نسبة مساحة زراعة الخضروات إلى المساحة المحصولية.
55,570	31,804	26,390	33,668	1,129	3.35 %

المصدر بتصريف: كتاب الإحصاء الزراعي لعام 2014 م – وزارة الزراعة والري.

يعد محصولي البصل والطماطم من أهم المحاصيل الزراعية التي تنتجها أودية السهل الساحلي الجنوبي بمحافظة لحج. ويوضح الجدول التالي كميات انتاج محصولي الطماطم والبصل والمساحات الزراعية لكلاً منهما خلال الفترة من 2010 وحتى 2014 م.

### جدول رقم(2) مساحة(هكتار) وإنتاج (طن) من الطماطم والبصل بمحافظة لحج للفترة 2010-2014

نوع المحصول	2010	2011	2012	2013	2014
الطماطم	المساحة	498	486	473	399
	الإنتاج	5,116	3,129	5,007	3,104
البصل	المساحة	185	150	189	193
	الإنتاج	1,633	1,132	1,703	1,759
جميع محاصيل الخضروات	المساحة	1,279	1,124	1,313	1,273
	الإنتاج	12,162	8,736	12,476	10,902

المصدر بتصريف: كتاب الإحصاء الزراعي لعام 2014 م – وزارة الزراعة والري.

بالعودة إلى الجدول رقم (2) أعلاه نجد أن، كمية انتاج المحافظة من الطماطم خلال عام 2014 بلغت حوالي 2,838 طن على مساحة زراعية تعادل 325 هكتار، لتشكل نسبة 29% من إجمالي انتاج المحافظة من جميع أصناف الخضروات خلال العام ذاته والذي بلغ 9,783 طن، كما أن المساحة المزروعة بالطماطم تُعادل 28.79 % من إجمالي المساحة المحصولية المزروعة بالخضروات في المحافظة.

وبذلك تأتي الطماطم بالمرتبة الأولى إنتاجاً على مستوى محاصيل الخضروات التي أنتجتها محافظة لحج خلال عام 2014 م.

كما أن إنتاج المحافظة من البصل للعام 2014 م بلغ بحدود 1,217 طن، وبسبة 12.44% من إجمالي محاصيل جميع الخضروات خلال العام، كما أن المساحة المستخدمة لزراعة البصل تقدر بنحو 163 هكتار وتعادل 14.44% من إجمالي مساحات الأراضي الزراعية المستثمرة لزراعة الخضروات بمحافظة لحج.

وبهذا نجد أن مساحات الأراضي الزراعية المستثمرة في زراعة البصل والطماطم بالمحافظة تشكل ما نسبته 43% من إجمالي المساحات المستثمرة لزراعة الخضروات بمحافظة لحج.

كما يوضح الجدول رقم (2) أعلاه أن هناك تراجع خلال العام 2014 م في مستوى الإنتاج من محاصيل مادتي البصل والطماطم عما كان عليه الحال خلال العام 2013 حيث بلغ إنتاج الطماطم خلال عام 2013 م حوالي 3,104 طن على مساحة زراعية تقدر بحوالي 399 هكتار، فيما بلغ إنتاج المحافظة من البصل لنفس العام بحوالي 1,759 طن وعلى مساحة زراعية تقدر بحوالي 193 هكتار، وذلك ما يعني تراجع معدلات الإنتاج بنحو 266 طن للطماطم و 542 طن للبصل.

ورغم تراجع مستوى الإنتاج لمحاصيل مادتي البصل والطماطم عما كان عليه في العام 2013م، إلا أن المحصولين لا يزالان يمثلان من أهم المحاصيل الزراعية التي تنتجها محافظة لحج ويقوم عليهما اقتصاد الكثير من الأسر المعيشية بالمحافظة، والتي تعتمد على الزراعة كمصدر دخل رئيسي لكسب العيش وليس لها أي مصدر آخر، حيث يتحينون موعد بيع المحصول ليجمعوا خلاله ما يعينهم على الإيفاء بما عليهم من التزامات وشراء المتطلبات الضرورية لهم ولأسرهم، وتغطية نفقات وتكاليف إعادة حراثة الأرض وزراعتها بمحاصيل أخرى، مما يعني أن أي خسائر تلحق بهم جراء تلف المحصول، أو فشل تسويق المحصول نتيجة تكدسه وهبوط الأسعار أو لأية أسباب أخرى فقد تدفعهم إلى الإحجام عن زراعة مثل هذه المنتجات مستقبلاً تجنباً لتكرار الخسائر موسماً بعد آخر، كما أن تلك الخسائر تحد من امكانياتهم المتواضعة، مما قد يضاعف صعوبة تمكنهم من تغطية نفقات الزراعة للمواسم التالية.

## المبحث الثاني

### مشكلات تسويق محاصيل الطماطم والبصل بمحافظة لحج

يواجه عملية تسويق المنتجات الزراعية في اليمن الكثير من التحديات على مختلف المستويات التسويقية. حيث يعاني أصحاب الحيازات الصغيرة من المزارعين من صعوبة الحصول على الإرشادات التسويقية حول الأسواق الملائمة لتسويق منتجاتهم، إضافة لعدم وجود نظام خاص بالمعلومات التسويقية للمنتجات الزراعية.

حيث يضطر بعض الفلاحين بمحافظة لحج إلى رمي كميات كبيرة من محصول الطماطم الفاسد كل عام، وذلك بعد تكدسه في مزارعهم مدة طويلة، طمعا في ارتفاع الأسعار المنخفضة في الأسواق خلال مواسم الحصاد بصورة غير متوقعة، إذ يبلغ سعر الكيلوغرام منها 25 ريال يمني عند البيع بالجملة و30 ريال للبيع بالتجزئة.

وهذا ما يستدعي بإيجاد وتبني حلول واقعية تنفذ هؤلاء المزارعين من الخسائر، حيث أن هناك منتوج وفير من محاصيل الطماطم والبصل، إلا أنها لا توازيه أي استعدادات أو تدابير من قبل الجهات والمصالح المعنية التي يفترض أن تسعى لضمان تسويق هذا المنتج.

ويعاني مزارعو الطماطم والبصل ومثلهم بقية المزارعين الصغار باختلاف محاصيلهم من انعدام فرص التسويق الكافية، ويعود ذلك لعدد من التحديات التي تتولد نتيجة ضعف الجوانب الاقتصادية والإدارية ذات العلاقة، ولعل أهم تلك التحديات تتمثل بالآتي:

#### أولاً: مشكلات تسويق محاصيل الطماطم والبصل محلياً.

##### 1- الهيمنة التقليدية لأسواق الجملة والتجزئة:

يقوم المزارعون ببيع منتجاتهم إلى تجار الجملة والتجزئة المحليين الذين يقومون بتسويقها محلياً أو تصديرها. ولا وجود لأي جهات تنظيمية تقوم بتنظيم عملية البيع وتحديد الأسعار، وتتبنى عملية التنسيق للمزارعين مع تجار التسويق والتصدير والتصنيع والتخزين.

##### 2- غياب آليات التخزين والتصدير:

تعاني محاصيل الخضروات والفواكه في محافظة لحج من غياب وسائل التخزين المناسبة، زيادة على أن محصول الطماطم لا يقبل التخزين لمدة طويلة، كما يصعب نقله إلى مناطق بعيدة عن موقع الإنتاج، نظراً للتكاليف الباهظة لوسائل النقل المبردة، مما يدفع المزارعين لبيعه بالأسواق القريبة، وبأقل من سعر التكلفة أحياناً، ليتمكنوا من تصريفه قبل أن يتعرض للتلف.

##### 3- عدم كفاءة أسواق المنتجات الزراعية:

تعاني أسواق المنتجات الزراعية بمحافظة لحج من تدني مستوى التنظيم والإدارة والنظافة، ولا تقدم أي خدمات للمزارعين في مجال التغليف والتعبئة، إضافة إلى عدم اتساقها مع مواصفات أسواق الخضار والفواكه العالمية.

##### 4- ضعف الاهتمام بتطوير عمليات التعبئة والتغليف:

يعاني القطاع الزراعي بمحافظة لحج من محدودية عمليات التجهيز، والتعبئة والتغليف، والحفظ للمنتجات، وضعف الاهتمام بتطوير تلك المواد، إذ لا زال المزارعين يقومون بتعبئة المحاصيل بطريقة بدائية وتقليدية.

## 5- ضعف المعلومات التسويقية:

يفتقر القطاع الزراعي بمحافظة لحج للمعلومات التسويقية التي تساعد جهات الإنتاج والتسويق والتصدير لاتخاذ القرارات المناسبة، مما لا يتيح للمنتجين ربط قرارات الإنتاج بما يطلبه السوق من مواصفات وخواص وكميات، وتعد المعلومات التسويقية مهمة للجهات ذات الصلة بـ(إنتاج، وتسويق، وتصدير، واستيراد) المنتجات الزراعية، ويكمن تأثير المعلومة التسويقية في توجيه قرارات استغلال الموارد وفقاً للميزة النسبية لكل محصول، لربط قرار إنتاجه بظروف السوق السائدة والقدرة التنافسية للمحصول وكمية الطلب عليه.

## 6- رغبات المستهلكين في ظل تنوع أصناف المنتجات وتفاوتها في الجودة:

تعتبر رغبات المستهلكين بمثابة العامل الأساسي الذي يحدد الصنف الواجب إنتاجه. ونظراً لإنتاج عدداً من الأصناف لكل من مادتي الطماطم والبصل تتفاوت في الجودة والخواص، مما يجعل المستهلك يفضل صنفاً ما عن الآخر، فقد ينخفض الطلب على الأصناف غير المرغوبة للمستهلك، فتتدنى أسعارها وتنخفض عوائدها.

## 7- سرعة التلف:

تمتاز المحاصيل الزراعية عامة والبستانية خاصة بسرعة تلفها، وتأثرها بدرجات الحرارة، فمثلاً: تحتاج محاصيل الطماطم إلى حماية وخن مباشر بعد حصادها حتى لا تتأثر بالحرارة أو الحشرات.

## 8- تكس المحصول:

يتم إنتاج محاصيل الطماطم والبصل في موسم الشتاء من كل عام، وهو ما يعني بذر وحصاد نفس المحاصيل في أكثر من محافظة، مما يعزز اكتفاء سكان كل محافظة باستهلاك ما تنتجه مزارعهم أو المزارع القريبة منهم. وذلك ما يدفع لإغراق الأسواق في موسم واحد بكميات كبيرة من محاصيل الطماطم والبصل، مما يتسبب بتكدس المحصول وزيادة العرض عن الطلب، ويؤدي إلى انهيار أسعارهما.

## 9- ضعف دور التعاونيات والإتحادات الزراعية:

يُعاني القطاع الزراعي بمحافظة لحج من ضعف دور الجمعيات والإتحادات الزراعية في مجال إنتاج وتسويق للمحاصيل البستانية، فبالرغم من وجود عدداً من الجمعيات الزراعية بالمحافظة إلا أنها تعاني من ضعف الإمكانيات المادية، والأطر الهيكلية، وعدم قدرتها على إدارة وتنظيم عمليات التواصل والتنسيق بين المزارعين الأعضاء، أو تنظيم علاقة المزارعين بالمنظمات والتجار والمؤسسات ذات الصلة بتسويق وتصدير منتجاتهم، أو توريد مواد التعبئة والتغليف، والأسمدة والبذور، والجهات الأخرى ذات الصلة بالقطاع الزراعي.

## 10- انعدام المصانع ومستودعات التخزين المبردة:

كان مصنع الطماطم الموجود في منطقة الفيوش يسهم في تسويق إنتاج محاصيل الطماطم بالمحافظة، إلا أنه تعرض للإيقاف أبان حرب 1994 م، وما زال متوقفاً حتى اليوم، وتسعى السلطة المحلية بالمحافظة في الآونة الأخيرة للبحث عن مستثمر يستأجره ويقوم بإعادته إلى العمل، بغية رفع مستوى طلب على منتجات الطماطم والإسهام بمعالجة مشكلة تكدس المحصول، ومنع وقوع أي خسائر بالمزارعين نتيجة فائض العرض، بالإضافة إلى خلق فرص جديدة لتسويق منتجات الطماطم في المحافظة.



كما تعاني المحافظة من انعدام منشآت التخزين المبردة تبريداً كافياً لحفظ وتخزين محاصيل الطماطم، وذلك ما يجعل الطماطم أكثر عرضه للتلف وخلال فترة قصيرة جداً. وذلك ما يستدعي التوجه للاستثمار في مجال تصنيع وتسويق المنتجات الزراعية.

### ثانياً: معوقات تصدير محاصيل الطماطم والبصل.

- 1- عدم كفاية مواد تعبئة وتغليف المنتجات الزراعية بالأسواق المحلية، وعدم تناسبها مع مقاييس الجودة العالمية المعتمدة لمواصفات وخواص مواد تعبئة وتغليف المنتجات الزراعية.
- 2- عدم وجود معايير للتدرج والتصنيف ومواصفات قياسية لجودة وسلامة المنتجات الزراعية، وذلك ما يؤثر سلباً في أسعار بيع المنتجات بالأسواق المحلية والإقليمية، ويمنع أحياناً دخولها لأسواق التصدير خارج البلد.
- 3- ضعف خبرة بعض المصدرين الزراعيين الذين ينخرطون في مجال التصدير الزراعي، دون أن تتوفر لديهم الخلفية الكافية عن مجال ومتطلبات التصدير، حيث يقومون بتصدير منتجات عالية الجودة بأسعار منخفضة لا تواءم جودتها، مما قد يولد انطباع سيئ لدى المستوردين الخارجيين عن جودة المنتجات اليمنية.
- 4- عدم فهم المزارعين لأهمية معاملات ما بعد الحصاد، حيث يقوم الكثير منهم بقطع وتعبئة وتداول ونقل الثمار بالطرق والأساليب التقليدية، مما يجعلها عرضة للتلف، ويضعف القدرة التنافسية للصادرات الزراعية.
- 5- محدودية وسائل التبريد السريع، والنقل والمخازن المبردة، ومحطات التعبئة والتغليف المجهزة بالتقنيات والوسائل الحديثة. كما أن إنقطاعات الكهرباء وانعدام المحروقات يعرضها للتوقف. مما يؤدي لتلف المحاصيل.
- 6- ارتفاع تكاليف الشحن البري والبحري والجوي المبرد، وذلك ما يزيد من تكاليف التسويق، ويقلل من المنافسة السعرية للمنتج في أسواق التصدير الخارجية.
- 7- عدم التمكن من تصدير المحصول ومخاطر الحركة والانتقال وارتفاع تكاليف النقل وإغلاق منافذ البلد، نتيجة ظروف الحرب السائدة، تسبب بتكدس المحاصيل وهبوط أسعارها.

### ثالثاً: معوقات فنية وتنظيمية.

- 1- ارتفاع كلفة الإنتاج نظراً لارتفاع تكلفة الحصول على المياه، والتسميد، والمبيدات الحشرية، وتزايد نسبة التالف، مما يرفع تكلفة إنتاج المحاصيل.
- 2- غياب التشريعات والقوانين المنظمة للأسواق ومراكز الإعداد والتجهيز، وغياب الرقابة عليها.
- 2- عدم امتلاك تجهيزات كافية للمختبرات الخاصة بالزراعة في المحافظة.
- 3- غياب الدور الحكومي في مجال تقديم خدمات الإرشاد الزراعي، وإقامة المختبرات وإجراء البحوث الزراعية، وذلك نظراً لمحدودية الدعم الذي تخصصه الحكومة لدعم المزارعين ضمن حصة المحافظة في إيرادات (صندوق تشجيع الإنتاج الزراعي والسمكي AFPPF) مما يحد من إمكانيات السلطة المحلية ويعيق قدرتها على التدخل لدعم المزارعين في المحافظة.
- 4- صعوبة نقل وتسويق المنتجات الزراعية من محافظة لأخرى، نتيجة لظروف الحرب السائدة وحالة الإضطراب الأمني وأزمات انقطاع الوقود المتكررة والتي تزيد من مخاطر وتكاليف النقل، مما يتسبب بإحجام المزارعين عن التسويق خارج اطار المناطق القريبة من مزارعهم.

## المبحث الثالث

### المعالجات المقترحة لتحسين عملية تسويق الطماطم والبصل

في ظل تذبذب سوق العرض والطلب للمنتجات البستانية، وتكدس المنتجات خلال موسم الحصاد، مما يولد فائض في العرض وهبوط أسعار البيع إلى أقل من سعر التكلفة، ويلحق خسائر بالمزارعين، في حين تنعدم بقية مواسم السنة مما يستدعي الإستيراد من الخارج بأسعار مرتفعة يصعب على كثير من المواطنين شراءها.

ونظراً لتعرض مزارعو بعض المنتجات البستانية مثل (الطماطم) لخسائر نتيجة ارتفاع مستوى التلف وتدني الأسعار، كون ايراد البيع لا يعوض لهم ما صرفوه على البذور والأسمدة والطاقة وتهيئة الأرض والمبيدات الحشرية، فإن الأمر يستلزم تكاتف جهود جميع الأطراف المعنية الرسمية والإجتماعية لإيجاد تدابير ومعالجات مناسبة لإنتاج وتسويق المحاصيل الزراعية وعلى رأسها البصل والطماطم، بما يحقق تنمية إنتاج المحاصيل الزراعية بالمحافظة، ويراعي الأهمية النسبية لكل منتج، ويسهم في استقرار أسواق المنتجات الزراعية، ويمنع انهيار الأسعار بشكل يلحق خسائر بالمزارعين أو ارتفاعها بشكل يحد من قدرة المستهلك على الشراء. ولعل أهم المعالجات المطلوبة لتحسين نظام تسويق الطماطم والبصل وبقية المنتجات البستانية، تتمثل فيما يلي:

#### أولاً: تعزيز دور التعاونيات والجمعيات والإتحادات الزراعية.

تعتبر مسألة تطوير التعاونيات الزراعية عامل رئيسي في إيصال معلومات التسويق والإنتاج بطريقة فعالة إلى شريحة واسعة من المزارعين. ولعل أهم جوانب تفعيل دور التعاونيات الزراعية و تطوير أداءها تتمثل بالآتي:

1- توسيع التعاونيات والجمعيات الصغيرة القائمة ليشمل إنشاء تعاونية أو اتحاد زراعي على مستوى المحافظة، لتحسين عمليات الإنتاج والتدريب والمدخلات، والتنسيق حول توزيع منح الدعم الحكومي والخارجي، وتيسير الحصول على القروض للمزارعين الصغار.

2- الاستثمار المالي في التعاونيات: إقامة مشاريع زراعية تعاونية باستثمار الأعضاء لأموالهم في التعاونية، مقابل تقديم التعاونية خدمة معينة لهم، وتحقيق العوائد الربحية للأعضاء جراء استثمارهم وبقائهم في التعاونية. فمثلاً، يمكن للتعاونية الزراعية القيام بشراء البذور والمواد الأولية، أو القيام بإنشاء وتجهيز محطة لتجميع منتجات الأعضاء، ومن ثم تحديد التدرج والتصنيف، والتعبئة والتغليف لتلك المنتجات، والقيام بتنفيذ أي أنشطة أخرى ذات علاقة بعمليات إنتاج وتجهيز ونقل وتخزين وتسويق المحاصيل الزراعية الخاصة بالأعضاء.

3- تأسيس جمعيات تسويقية وشركات تجارية نوعية ومتخصصة في محاصيل معينة، لمساعدة المزارعين في التسويق ونشر المعلومات وتقديم الخدمات الإرشادية والمشورة الفنية، وتوفير معلومات تسويقية، بالإضافة إلى إنشاء تعاونيات تسويقية متخصصة لصغار المزارعين بحسب المنتج. فمثلاً، بإمكان جمعية وطنية للطماطم أو البصل القيام بجمع معلومات عن الأسواق المحلية والدولية، وتقديمها للأعضاء، باعتمادها كمصدر للمعلومات حول الإنتاج أو التدرج، أو الجودة. حيث إن المنتجين الأفراد قد لا يستطيعون الوصول إلى هذه المعلومات، التي تعتبر أساسية لتحسين إنتاجيتهم ورفع عوائد الأرباح لهم.

## أبرز المزايا التي توفرها التعاونيات الزراعية:

1- تحسين عملية تدفق ونقل المعلومات للمساعدة على اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة. بتوفير المعلومات التسويقية التي يحتاجها المزارعين لتحسين الإنتاجية وتوجيه استغلال الموارد وفقاً للميزة النسبية لكل محصول، والذي سيسهم في خلق توازن للعرض والطلب على الطماطم والبصل، ويمنع حدوث تقلبات تؤدي لهبوط أسعار بيع المحصول، مما يرفع عوائد المزارعين. حيث يرتفع العائد المادي للمزارع كلما توازن سوق العرض والطلب للمنتجات وتحسنت جودتها وانخفضت تكاليف تسويقها.

2- تسهيل وصول خدمات الإرشاد الزراعي، والتدريب في مجالات إنتاج وإدارة وتسويق المحاصيل الزراعية

3- اكتساب جمعيات المزارعين والمنتجين صفة اجتماعية والتمتع بنفوذ محلي يمكن لها تمثيل شريحة من المزارعين الأعضاء، ويحقق الاستفادة منها لتحسين مفاهيم وجوانب الإنتاج والتسويق.

4- التنسيق مع الجهات الحكومية المختصة لتنفيذ مشاريع القطاع الزراعي كالسدود والحوجز المائية وشبكات الري وتمديدات توصيل المياه الاستفادة، بالإضافة إلى التنسيق للاستفادة من المعونات الحكومية أو المنح.

### ثانياً: تعزيز دور الحكومة والسلطة المحلية في الإهتمام بالقطاع الزراعي.

على قيادة السلطة المحلية بمحافظة لحج ومكتب الزراعة والري بالمحافظة والإدارات الأخرى ذات العلاقة بالقطاع الزراعي أن تعمل جاهدة لتقديم خدمات الإرشاد الزراعي والإسهام الفعال في تنظيم عملية الإنتاج والتسويق، وبما يحقق تنمية القطاع الزراعي بالمحافظة، ويضمن عدم تجرع المزارعين لأي خسائر مادية.

### ويمكن تحقيق ذلك من خلال الإهتمام بالمحاور التالية:

1- تنفيذ سياسات تنظيمية لنمط الإنتاج، وذلك من خلال تحديد المساحات الزراعية المطلوبة لكل محصول لضمان تحقيق استقرار في أسعار البيع، والقيام بتخفيض الفائض في الإنتاج.

2- توفير خدمات الإرشاد الزراعي للمزارعين، وتطوير برامج وأنظمة لتوعية الفلاحين حول المعلومات التسويقية والبحوث التسويقية وخدمات الإرشاد التسويقي، بهدف رفع الكفاءة التسويقية وزيادة عائد المزارعين.

3- دعم تطوير عمليات التجهيز، والتعبئة والتغليف، والحفظ والتخزين للمنتجات الزراعية. من خلال توفير القروض الميسرة للمزارعين عبر بنك التسليف الزراعي أو بالتنسيق مع المنظمات والمؤسسات المانحة.

4- تطوير المعايير والمواصفات القياسية للمنتجات البستانية. وتوفير برنامج شهادات الاعتماد والمصادقة على مواصفات ودرجات جودة المنتجات، وتسعير المنتجات البستانية وفقاً لمستويات الجودة، إضافة إلى تطوير قدرات الإلزام والتطبيق. وذلك بغرض الإسهام في تحسين نوعية المنتجات الزراعية وزيادة دخل المزارعين.

5- تقديم الدعم في مجال الجودة لتعزيز الاستفادة من الإمكانيات المتاحة للمحاصيل ذات الميزة النسبية والأهمية الاقتصادية والاجتماعية كالطماطم، والمانجو، والبصل، والبطاطس، ومحاصيل الخضر والفواكه الأخرى.

6- تدريب المزارعين، خصوصاً في مجال وظائف ومهام التعاونيات، لتقوية خدمات وقدرات الأطر التعاونية الزراعية. ومراجعة هيكلية وظائف والتزامات التعاونيات لضمان تلبية احتياجات الأعضاء من حيث إدارة عمليات واستراتيجيات الإنتاج والتسويق للمنتجات الزراعية، وذلك لضمان تحسين إنتاجية وربحية المزارعين.

7- التنسيق مع المنظمات غير الحكومية ومنظمات المانحين المحلية والدولية، للإسهام في تمويل المشاريع ذات العلاقة بتنمية القطاع الزراعي، والمساعدة في تكوين وتطوير أنشطة وبرامج التعاونيات الزراعية بالمحافظة.

8- السعي لرفع الدعم الحكومي لقطاع الزراعة بالمحافظة، وتطوير القواعد والأنظمة بما يحقق تعزيز وتمكين التعاونيات والجمعيات الزراعية، ويلبي مطالب المزارعين، وبما يمكن من توسيع الحركة التعاونية.

### ثالثاً: تشجيع الاستثمار الصناعي والخدمي في مجال الزراعة.

تبذل السلطة المحلية بالمحافظة مساعي وجهود جبارة لتهيئة فرص الاستثمار وجذب المستثمرين إلى المحافظة وستعمل على التعاون مع المستثمرين العازمين على الإستثمار في القطاع الزراعي أو فيما سواه من القطاعات الأخرى، وإزاحة العراقيل التي قد تواجههم. ولعل أهم متطلبات الاستثمار في القطاع الزراعي تتمثل في الآتي:

1- **تصنيع المنتجات الزراعية:** تلعب عملية تصنيع المحاصيل الزراعية دوراً مهماً وأساسياً في تسويق تلك المحاصيل، مما يستلزم تشجيع إقامة معامل حديثة لإنتاج وتصنيع محاصيل الخضروات.

في الوقت الحالي تسعى السلطة المحلية بالمحافظة لإعادة تشغيل مصنع الطماطم المملوك للدولة الواقع بمنطقة الفيوش والذي يعد من أهم المشاريع الإستثمارية في القطاع الزراعي بالمحافظة.

2- **بناء منشآت تخزين مناسبة للمحاصيل الزراعية:** بناء المخازن العادية، والمخازن المبردة أو ثلاجات تبريد. حيث يوفر التخزين وسيلة لتحقيق اطالة عمر المنتجات واستمرار تدفقها وتسويقها لفترة زمنية قد تصل إلى عام كامل بحسب المحصول وفترة قابليته للتخزين، ويسهم في الحد من التقلبات السعرية للمنتجات.

3- **تصنيع مواد التغليف ومعدات التجهيز والتعبئة:** إنشاء مصانع لإنتاج مواد التعبئة والتجهيز والتغليف والحفظ، بعبوات وأحجام تتناسب مع المنتجات الزراعية، وبمواصفات متوافقة مع معايير الجودة الدولية. لما لذلك من أهمية في حفظ المنتجات من التعرض للتلوث، والحشرات المنتشرة في الهواء، وإطالة عمر المنتج.

4- **إنشاء مؤسسات التسويق الزراعية (أسواق مركزية، أسواق تجزئة، محطات تعبئة المحاصيل):** تأهيل مراكز أسواق الجملة والتجزئة لتعزيز نظام التسويق بالمحافظة، وإنشاء أسواق مركزية وتجزئة جديدة، لتسهم بتقديم الخدمات التسويقية للمنتجات الزراعية.

### رابعاً: المعالجات المقترحة لتحسين التصدير الزراعي.

بالرغم من توافر إمكانيات نمو إنتاج المحاصيل الزراعية بشكل كبير، إلا أن التصدير الزراعي بحاجة للتطور والنضوج لكي يستفيد بشكل كامل من الفرص المتاحة. ولهذا فإن تحسين التصدير الزراعي وتطويره يتطلب الاهتمام بتهيئة متطلبات التطوير اللازمة لذلك وتتمثل أهمها في الآتي:

- 1- فتح مجال التصدير، وإنشاء أسواق ومراكز خاصة بإعداد وتجهيز المنتجات الزراعية المراد تصديرها.
- 2- دعم وتقوية قدرات مكتب الزراعة والري واتحادات التصدير، وتحسين المعلومات التسويقية، إنشاء جمعيات تعاونية وجمعيات نوعية قوية في مجال التسويق الزراعي.
- 3- تحسين أساليب ووسائل التعامل مع المحاصيل الزراعية ما بعد الحصاد لتخفيض مستوى التلف والفاقد.
- 4- الالتزام بالمعايير والمواصفات القياسية للجودة وفقاً لمتطلبات أسواق التصدير العالمية.

5- رفع مستوى الوعي لدى المُصدِّرين الزراعيين حول متطلبات أسواق تصدير المنتجات الزراعية، وذلك من خلال تحقيق المعرفة الصحيحة بخيارات وبدائل التصدير والشحن، والتدريب في مجال سياسات وإجراءات التخليص الجمركي، بالإضافة إلى التدريب حول المهارات الأساسية للتجارة والإيفاء بمتطلبات الصحة والصحة النباتية التي تطلبها الدول المستوردة.

6- خلق علاقات قوية بين المصدِّرين المحليين للمنتجات الزراعية، والمستوردين الأجانب لتلك المنتجات.

## مراجع الدراسة:

- 1- الإستراتيجية الوطنية لقطاع الزراعة (2012-2016م) -صادر عن وزارة الزراعة والري اليمنية صنعاء - مارس 2012 م
- 2- كتاب الإحصاء الزراعي لعام 2014 م - وزارة الزراعة والري اليمنية.
- 3- فضل النزيلي- تعزيز الإنتاج الزراعي لأصحاب الزراعات الصغيرة(SAPEP):إطار عمل الادارة البيئية والاجتماعية(ESMF)- وزارة الزراعة والري-يناير 2015 م
- 4- التقرير السنوي للقطاع الزراعي 2013 م - وزارة الزراعة والري اليمنية - ابريل 2014 م
- 5- هشام محمد رضوان - التسويق الزراعي - بحث علمي مقدم ضمن مساق ماجستير التسويق - لكلية الدراسات العليا - الجامعة العربية في الدنمارك - 2010 م - دراسة متوفرة على الإنترنت.
- 6- هدى صالح محمد - معوقات إنتاج و تسويق الخضر والفاكهة السودانية للأسواق العربية خلال الفترة (2003-2007م) -بحث تكميلي مقدم إلى جامعة الخرطوم لنيل درجة ماجستير العلوم فى التخطيط التنموى-اكتوبر 2010 م.