

واقع التسويق الكومي للخضار والفواكه في سوريا عموماً وفي محافظة اللاذقية خصوصاً، وآفاق تطوره المستقبلي

الدكتور نبيل الجوجو*

□ ملخص □

أكدت معطيات الدراسة ضعف فرع الشركة العامة للخضار والفواكه في اللاذقية، في مجال استيعاب الكميات المتزايدة من منتجات الخضار والفواكه في محافظة اللاذقية، وخاصة المنتجات من الخضار الباكورية والحمضيات بأنواعها والتفاح، وفي مجال تسويقها أيضاً، من أجل تموين سكان محافظة اللاذقية وبقية محافظات القطر الأخرى، كذلك أظهرت قصوراً في مجال نشاط الفرع التصديري أيضاً، حيث ساهم فرع الشركة في اللاذقية خلال فترة الدراسة (1986-1991) في تسويق منتجات الخضار والفواكه بنسبة تتراوح ما بين (2-5)٪ فقط من كامل إنتاج المحافظة، بينما لوحظ بأن القسم الأعظم من كامل إنتاج المحافظة والذي يتراوح ما بين (95-98)٪ تم تسويقه عبر تجار الجملة والكومسيون في سوق الجملة المركزي (سوق الهال) في اللاذقية.

وقد بينت الدراسة أيضاً انخفاضاً ملحوظاً في مستوى الكفاءة الاقتصادية لفرع الشركة في اللاذقية، وخاصة فيما يتعلق بالمؤشر الاقتصادي النسبي (معدل اقتصادية المنشأة التجارية) حيث تراوح ما بين (74-87) ليرة سورية نفقات تجارية لكل (100) ليرة سورية إيرادات تجارية، خلال الفترة الزمنية (1987-1990)، وهذا يؤكد على الزيادة في حجم النفقات التجارية عن الحدود الموضوعية، مع تطور بطيء نسبياً في حجم الإيرادات التجارية، مما أدى في المحصلة إلى حدوث تأثير سلبي على حجم الربح التجاري السنوي أيضاً.

تعود أسباب الانخفاض في الفعالية التموينية وفي الكفاءة الاقتصادية أيضاً لفرع الشركة في اللاذقية إلى وجود صعوبات وعقبات مختلفة، منها داخلية ومنها خارجية، تمت معالجتها بإسهاب من خلال نقاط الدراسة، وفي ختام الدراسة تم وضع الحلول والمقترحات المناسبة، من أجل تطوير أداء الشركة العامة للخضار والفواكه بشكل عام، وفرع اللاذقية بشكل خاص، نحو الأفضل مستقبلاً.

* مدرس في قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

The Actuality of Governmental Marketing of Vegetables and Fruits in Syria Generally, and in Lattakia Particularly; The visions of its Future Developing.

Dr. Nabil AL-JOUJOU*

□ ABSTRACT □

Unfortunately, that development in areas and productivity has not accompanied a noticeable development in marketing area; especially in governmental Marketing through the General Company of Vegetables and Fruit and its sections in all Syrian districts.

The focus in this study has been concentrated on the role of this company in general and the company's section in Lattakia in particular. On the basis that Lattakia is distinguished by its products of vegetables and fruits, especially, early produced vegetables, citrus and apples, in marketing these kinds of vegetables and fruits which have especial characteristics.

The results of the study have assured the weakness of the section in Lattakia; in its ability to comprehend the increasing amounts of the products of fruits and vegetables, and consequently in Marketing areas, for supplying Lattakia's inhabitants and those in the other Syrian cities (Muhafaza). Also it has shown a weakness in the export activity section; as required, Lattakia's section has contributed during the period of study (1986-1991) in Marketing the products of vegetables and fruits, rate (5-2)% only out of the total production of Lattakia. It has been noticed that: the major part of this production in Lattakia; which fluctuates between (95-98)%; has been marketed through whole salesmen in the central whole market (Alhal-Market) in Lattakia.

The study has shown also a noticeable decreasing in the economical efficiency level of Lattakia's Section, especially that which concerns the economical ratio indicator (The Economical Ratio Indicator of Commercial Institution) which fluctuates between (74-87) Syrian pounds commercial expenses for each (100) Syrian Pounds commercial receipts. During the period (1987-1990). And that assures the increasing in commercial expenditure, with a slow development in commercial receipts.

This has led to a negative effect on the commercial annual profits.

The reasons behind such reduction in supply efficiency and in economical efficiency in Lattakia's section, go back to the existence of different hardships and difficulties; internal and external ones; it has been discussed fully in the study.

As a conclusion of the study, suitable solutions and suggestions were put. For developing the Company in general, and Lattakia's section in particular to the best in future.

* Lecturer at Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Tishreen University, Lattakia, Syria.

1- مقدمة Introduction :

تعتبر منتجات الخضار والفواكه من المنتجات الزراعية الهامة، والتي لها دور كبير في تحقيق الأمن الغذائي نظراً لأهميتها الغذائية لاحتوائها على المواد الكربوهيدراتية والأملاح المعدنية والأحماض العضوية والفيتامينات، إضافة إلى أهميتها الاقتصادية والبيئية والجمالية أيضاً. ونظراً لهذه الأهمية فقد تزايدت المساحات المزروعة بها في العالم وبالتالي تزايد إنتاجها بمعدلات عالية في الدول المتقدمة، ومحدودة في الدول النامية، نظراً لقلة مردود وحدة المساحة فيها بسبب الصعوبات والعقبات الفنية والاقتصادية والاجتماعية فيها.

أما في القطر العربي السوري فقد تزايدت الأهمية الاقتصادية لمنتجات الخضار والفواكه، نظراً لتوفر الظروف البيئية والمناخية الملائمة لهذا النوع من الزراعة (تربة خصبة، مناخ ملائم، مياه وفيرة... الخ)، بحيث بلغت نسبة مساهمة قيمة منتجات الخضار والفواكه (بالأسعار الجارية) خلال الفترة الزمنية (1986-1990) ما بين (28-36)% من قيمة الإنتاج الزراعي الإجمالي في القطر، وهي تعتبر مساهمة كبيرة تفوق مساهمة إنتاج الحبوب والمحاصيل الصناعية والتي تراوحت ما بين (23-28)% خلال نفس الفترة، وهذا ما يجعل منتجات الخضار

والفواكه جذيرة في أن تدخل وبشكل جدي في مشاريع الأمن الغذائي بالقطر أسوة بمحاصيل الحبوب والمحاصيل الصناعية مستقبلاً، وخاصة فيما يتعلق بإدخال مساحات أهم أنواع الخضار والفواكه في خطة الدولة، إضافة لحصر تسويقها حكماً بالأجهزة الحكومية مع ضرورة وضع تسعيرة مركزية لها.

لقد لوحظ خلال

الفترة الزمنية

(1986-1990) تزايد المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة وإنتاجها أيضاً، وخاصة (التفاح، الإجاص، العنب، الحمضيات بأنواعها، الزيتون)، نتيجة التطور الكبير في المساحات المزروعة بالأشجار المثمرة خلال الخطة الخمسية الرابعة (1976-1980) والخامسة (1981-1985)، نظراً لتوفر الظروف البيئية المناسبة، وارتفاع أسعارها في السوق بسبب الزيادة السكانية الكبيرة، حيث تطور عدد السكان في سورية من حوالي (6.3) مليون نسمة في عام 1970، واستمر في الارتفاع إلى حوالي (9) مليون نسمة في عام 1981، وحوالي (13) مليون نسمة في عام 1992 (المجموعة الإحصائية السنوية 1992)، ويعتبر معدل النمو السكاني السنوي في سوريا من المعدلات العالية في العالم والذي يبلغ (33.5) بالألف سنوياً، بحيث من المتوقع أن يصل عدد السكان في

سوريا إلى حوالي (16.3) مليون نسمة في عام 2000، مما أدى لزيادة الطلب على منتجات الفاكهة في الوقت الحاضر، وسيزداد الطلب عليها بشكل مطرد في المستقبل أيضاً.

كما لوحظ خلال الفترة الزمنية نفسها، تذبذب واضح في المساحات المزروعة بالخضار وبالتالي تذبذب في الإنتاج من عام إلى آخر، نتيجة إختلاف كميات ومشاريع المياه المتوفرة، إضافة لعامل السعر (أو التكاليف الإنتاجية) وتذبذبه أيضاً. ولكن بشكل عام يمكن أن نقول بأنه حصل نوع من التطور الإيجابي في إنتاج الخضار وخاصة (البطاطا، البندورة، الباذنجان، الخيار، الكوسا، البطيخ الأحمر والأصفر، البصل)، وذلك على الرغم من تذبذب أسعارها ومساحتها المزروعة من عام إلى آخر.

وعلى الرغم من الزيادة في الإنتاج من الخضار والفاكهة في القطر، لم نلاحظ أي تطور في مجال تسويقها، وخاصة في مجال التسويق الحكومي والمتمثل بالشركة العامة للخضار والفاكهة، حيث لم تستطع هذه الشركة أن تستوعب الكميات المتزايدة من الإنتاج بكفاءة وبفعالية عالية، نظراً لوجود ظروف ناجمة عن صعوبات وعقبات تعترض عملها ونشاطها التسويقي منها داخلية تتعلق بالشركة نفسها، ومنها خارجية تتعلق بغيرها ولكن تؤثر عليها

سلبياً، وسوف يتم بحث هذه الصعوبات والعقبات من خلال التعرض لموضوع الشركة العامة للخضار والفاكهة بشكل عام وفرع الشركة في اللاذقية بشكل خاص، من خلال نقطة نتائج الدراسة والمناقشة، والآتي ذكرها في سياق هذه الدراسة.

2- أهمية الدراسة وأهدافها

:Importance & Purposes

تتبع أهمية الدراسة، من الأهمية الغذائية والاقتصادية المتزايدة لمنتجات الخضار والفاكهة الطازجة والتي تم التوسع في زراعتها وإنتاجها في سوريا بشكل كبير ومطرد، والتي يحتاج تسويقها إلى عناية ورعاية خاصة، نظراً لتميزها بسرعة التلف والعطب، بدءاً من مزرعة المنتج وحتى وصولها إلى مائدة المستهلك النهائي (المواطن) وذلك بالكمية والنوعية المطلوبتين وبالسعر والوقت المناسبين أيضاً، والتي تضمن في المحصلة الغذائية الصحية والمتوازنة له وبالتالي بيان مدى مساهمة المؤسسات التجارية والتسويقية الحكومية في تحقيق ذلك، من خلال تقييم كفاءتها الاقتصادية وفعاليتها التسويقية والتموينية بشكل علمي وموضوعي.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الأضواء على دور الشركة العامة للخضار والفاكهة في مجال تسويق منتجات الخضار والفاكهة، في سبيل تحقيق الأمن الغذائي للمواطن السوري وضمان التغذية الصحية

3- مواد وطرائق الدراسة & Materials

:Methods

شكّلت دراسة المراجع العلمية المتخصصة في مجال إنتاج وتسويق الخضار والفواكه داخل القطر وخارجه، الأساس النظري لهذه الدراسة. إضافة لذلك تم تنفيذ أعمال تحليلية اقتصادية وتمويلية وإدارية وتنظيمية وفنية تتعلق بفرع الشركة العامة للخضار والفواكه باللاذقية، خلال الفترة الزمنية (1986-1991)، لبيان مدى كفاءة هذه المنشأة التجارية وفعاليتها التمويلية في تمويل المستهلكين في محافظة اللاذقية، وفي محافظات القطر الأخرى ومدى مساهمتها في عمليات التصدير للدول العربية والأجنبية، إضافة لبيان مدى كفاءتها الاقتصادية والإدارية والفنية في سبيل تحقيق أهدافها الرئيسية. وتمت معالجة المعلومات والبيانات التي تم الحصول عليها من خلال تنفيذ الدراسة الميدانية، بمساعدة الطرق الاقتصادية - الرياضية (كالأرقام القياسية، النسب المئوية، الحسابات التقديرية، الجداول، الأشكال ...). وبعد ذلك تم تقييم النتائج، ووضع المقترحات والحلول المناسبة، من أجل تطوير عمل هذه المنشأة التجارية، بغية تادية مهامها وتحقيق أهدافها، وبشكل أفضل مستقبلاً.

والسليمة له أيضاً، إضافة إلى بيان مدى كفاءة هذه المؤسسة التسويقية من الناحية الاقتصادية والإدارية والتنظيمية والفنية من أجل الوصول إلى تحقيق أهدافها.

ولقد تم التركيز على دور فرع الشركة في اللاذقية في مجال تسويق الخضار والفواكه، وبيان مدى الصعوبات والعقوبات التي تعترض عمله، وبالتالي وضع المقترحات والحلول المناسبة لتطوير عمله، بغية تحسين أدائه ورفع كفاءته الاقتصادية والتسويقية مستقبلاً، وصولاً لتحقيق أهدافه في مجال تحسين الوضع التمويني لسكان محافظة اللاذقية بما يتعلق بمنتجات الخضار والفواكه، إضافة لدوره في تمويل المحافظات الأخرى وخاصة (بالخضار الباكورية، التفاح، الحمضيات بأنواعها)، ودوره التصديري أيضاً للدول العربية والأجنبية (وضمن خطة الإدارة العامة للشركة بدمشق).

وفي الوقت نفسه بيان دور هذا الفرع في السيطرة على تجارة الجملة في السوق المحلية من أجل ضمان حقوق كل من المنتج والمستهلك بأن واحد، عن طريق ضبط أسعار (الجملة - التجزئة) ضمن إطار عملية ضبط الأسواق ومحاولة تخفيض التكاليف التسويقية العالية، والتي تشكل عبئاً ثقيلاً على الوضع الاقتصادي لفرع الشركة في اللاذقية، والتي تؤثر على سعر المستهلك وتؤدي إلى ارتفاعه.

وخاصة (الخضار الباكورية، التفاح، الحمضيات بأنواعها).

يوضح الجدول (1) تطوراً ملحوظاً في المساحة المزروعة بالأشجار المثمرة حيث تتراوح ما بين (51-55)% خلال فترة الدراسة (1986-1990) من مجمل الأراضي الزراعية المستثمرة، بينما نلاحظ تراجعاً وتذبذباً في المساحة المزروعة بالخضار الصيفية والشتوية من (25) % عام 1986 إلى (18) % في عام 1990 (انظر الجدولين 1 و 2)، ويرجع سبب هذه التذبذبات في مساحة وإنتاج الخضار إلى عامل السعر المتذبذب في السوق من عام إلى آخر، إضافة إلى حدوث سوء في الأحوال الجوية وانتشار بعض الأمراض والحشرات، وتعتبر الخضار الباكورية من أهم منتجات الخضار في المحافظة.

4- النتائج والمناقشة & Results

:Discussion

لقد تم تقسيم النتائج والتي تتضمن الصعوبات والعقبات، والتوصيات التي تحصل المقترحات والحلول، إلى الأقسام التالية:

1) الصعوبات والعقبات المتوقعة بالوضع الإنتاجي والتسويقي في محافظة اللاذقية والمقترحات المطروحة لحلها:

• تتميز محافظة اللاذقية بمناخها المعتدل والدافئ شتاءً، والمعتدل الحرارة صيفاً، وبأراضيها الخصبة وبكمية أمطارها الجيدة (700-1200) ملم سنوياً وبلغ عدد سكانها حوالي (783) ألف نسمة في عام 1992، يعمل حوالي (60) % منهم في الزراعة، ولهذه الأسباب تعتبر محافظة اللاذقية من المحافظات الإنتاجية الهامة للخضار والفواكه،

جدول (1): بنية وتطور حصة المساحة المزروعة بالخضار والأشجار المثمرة من كامل مساحة الأراضي الزراعية المسنّمة في محافظة اللاذقية، في الفترة (1986-1990). المساحة (هـ)

الرقم القياسي	1990	الرقم القياسي	1989	الرقم القياسي	1988	الرقم القياسي	1987	86 : 100	1986	السنة
107	97264	105	93966	103	92275	102	91021	100	89536	مساحة الأراضي المسنّمة (بعل + سقي)
	100		100		100		100		100	%
77	17447	83	18928	90	20483	91	20743	100	22717	مساحة المزروعة بالخضار (صيفية + شتوية)
	18		20		22		23		25	%
110	53284	104	50572	99	48032	96	46421	100	48565	مساحة المزروعة بالأشجار المثمرة
	55		54		52		51		54	%
99	70731	98	69500	96	68515	94	67164	100	71282	مساحة المزروعة بالخضار والأشجار المثمرة
	73		74		74		74		79	%

المصدر: تم حساب النسب المئوية والأرقام القياسية استناداً للأرقام المأخوذة عن المجموعة الإحصائية الزراعية - سجلات إجمالي إنتاج ومساحة المحاصيل والخضار الصيفية والشتوية في مديرية الزراعة في اللاذقية - النشرة الدورية للأشجار المثمرة والصادرة عن وزارة الزراعة، مديرية الإحصاء والتخطيط، لأعوام من 1986 ولغاية 1991.

جدول (2): تطور مساحة وإنتاج أهم أنواع الخضار (الصيفية والشتوية) في محافظة اللاذقية في الفترة (1986-1990).

1990	1989	1988	1987	1986	المساحة (هـ) الإنتاج (طن)	السنة
1097	1107	1175	951	1157	المساحة	بطاطا
22571	1748	15118	11013	23416	الإنتاج	
1493	1494	1620	1251	1249	المساحة	فول أخضر
7467	7473	8908	6271	4995	الإنتاج	
5212	5929	5994	6048	6689	المساحة	بننورة
108555	128664	154045	104473	152783	الإنتاج	
1686	2024	2125	1974	2109	المساحة	كوسا
28421	35482	48368	37128	37601	الإنتاج	
1073	1168	1402	1522	1980	المساحة	خيار وقتاء
19227	26125	32128	29090	36758	الإنتاج	
1887	1923	2054	2012	1926	المساحة	فاصولياء خضراء
18843	18994	18795	20020	19182	الإنتاج	
4999	5283	6113	6985	7607	المساحة	أنواع خضار أخرى
62006	69737	95725	98986	119609	الإنتاج	
17447	18928	20483	20743	22717	المساحة	المجموع
267090	303523	344177	306981	394344	الإنتاج	

المصدر: المجموعة الإحصائية الزراعية السنوية للأعوام من 1986 لغاية 1991 والصادرة عن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، مديرية الإحصاء والتخطيط.

زيادة الطلب عليها، وهذا أدى إلى دخول مساحات جديدة سنوياً في خطة التشجير المثمر وبوتائر جيدة، ويعتبر التفاح والحمضيات بأنواعها من أهم منتجات المحافظة من الفواكه.

أما سبب الزيادة في مساحة وإنتاج الفواكه خلال الفترة (1986-1990) وذلك لأهم أنواع الأشجار المثمرة في محافظة اللاذقية (انظر الجدول 3)، فيعود إلى ارتفاع أسعار منتجات الفاكهة بالأسواق المحلية، نتيجة زيادة عدد السكان وبالتالي

جدول (3): تطور مساحة وإنتاج أهم أنواع الأشجار المثمرة في محافظة اللاذقية في الفترة (1986 - 1990).

1990	1989	1988	1987	1986	المساحة (هـ) الإنتاج (طن)	السنة نوع المحصول
29602	28019	27011	25888	25316	المساحة (بعل) الإنتاج	الزيتون
82569	24750	63365	33718	54771	المساحة (بعل + سقي) الإنتاج	التفاح
10321	5088	4854	4442	4226	المساحة (سقي) الإنتاج	الليمون الحامض
69683	52903	48533	53549	38416	المساحة (سقي) الإنتاج	البرتقال
906	886	844	826	779	المساحة (سقي) الإنتاج	الحمضيات الأخرى
22817	18700	16596	11981	8819	المساحة (سقي) الإنتاج	أنواع الفواكه الأخرى
6462	5855	5419	4971	4523	المساحة (بعل + سقي) الإنتاج	المجموع
124967	116800	108163	105946	92686		
6631	6270	5725	5153	4636		
116884	114500	77286	67979	56461		
638	4454	4179	5159	9085		
8038	56437	43881	19650	36441		
54560	50572	48032	46421	48565		
424958	384090	357824	292823	287594		

المصدر: النشرات الدورية للأشجار المثمرة الصادرة عن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، مديرية الإحصاء والتخطيط، لأعوام من 1986 ولغاية 1991.

سبب الكثير من المشاكل التسويقية والتمويلية والاقتصادية للمنشآت التجارية الحكومية، إضافة لقصور في مجال التصنيع الزراعي في الحجم والنوع أيضاً.

والحل يتجلى في زيادة دعم وتنشيط التسويق الزراعي من قبل الحكومة والإدارة العامة للشركة بدمشق، في سبيل تأمين مستلزماته كماً ونوعاً (لفرع الشركة

• رغم تزايد المساحة والإنتاج من الفواكه، والزيادة النسبية أيضاً في مساحة وإنتاج الخضار وخاصة (الخضار الباكورية)، إلا أنه لم يرافق ذلك تنشيط وتفعيل في مجال تسويقها، وخاصة في مجال التسويق الحكومي (عبر فرع الشركة العامة للخضار والفواكه)، ولم يتم تأمين مستلزماته بالشكل المطلوب كماً ونوعاً، وهذا ما

التسويق الداخلي أو الاستيراد، وتوزيعها على باعة المفرق أو المستهلكين مباشرة، وبأسعار عادلة وشروط مناسبة، تضمن حماية كل من المنتج والمستهلك.

3- تصدير الفائض للأسواق العربية والأجنبية.

• ولكن لم تستطع الشركة من تحقيق هدفها الأول بشكل كامل، حيث ما يزال تجار الجملة في أسواق الهال في سوريا يسيطرون على تجارة جملة الخضار والفواكه وبالتالي يتحكمون بالأسواق من حيث الكميات المطروحة به، وبالأسعار التي تتذبذب وفق قانوني العرض والطلب، وبالتالي لم تتمكن الشركة حتى الآن من المنافسة والسيطرة على تجارة الجملة في سوريا.

• ولم تستطع تحقيق هدفها الثاني أيضاً بالكفاءة المطلوبة، حيث لوحظ من خلال الدراسة وخلال الفترة (1985-1989) انخفاض ملحوظ في كميات الخضار والفواكه المسوقة داخلياً عبر الشركة في سوريا، من (178952) طن في عام 1985، إلى (85156) طن في عام 1989، ولأسباب سيتم الحديث عنها من خلال الحديث عن فرع الشركة في اللاذقية.

في اللاذقية)، مما سببهم في رفع كفاءة الجهاز التسويقي لأقصى حد ممكن، لكي يتمكن هذا الجهاز من استيعاب هذه الزيادة في الإنتاج من الخضار والفواكه، وتسويقها بفعالية بهدف حماية المنتج والمستهلك بآن معاً، إضافة إلى تحقيق كفاءة اقتصادية عالية مستقبلاً لفرع اللاذقية بحيث يتمكن من تحقيق هامش ربح جيد يمكنه من تطوير نفسه، مع ضرورة إيجاد طاقة التصنيع المناسبة لهذه المنتجات (كماً نوعاً) وخاصة عند وجود فائض في منتجات الخضار والفواكه في المستقبل.

(2) الصعوبات والعقبات المتوقعة بفعالية دور الشركة العامة للخضار والفواكه في تحقيق أهدافها التسويقية والتمويلية في سوريا بشكل عام، وفرع اللاذقية بشكل خاص، والمقترحات المطروحة لحلها:

آ- الشركة العامة للخضار والفواكه في سوريا:

أحدثت الشركة في عام 1977 وتتكون من (إدارة عامة بدمشق- وفروع في كافة المحافظات)، من أجل تحقيق الأهداف التالية:

1- المساهمة التدريجية في السيطرة على تجارة الجملة لمنتجات الخضار والفواكه في سوريا.

2- توفير وتسويق الخضار والفواكه في السوق المحلية سواء عن طريق

تجاري هام (مسوق) يعمل على تلبية حاجة السكان في محافظة اللاذقية، إضافة إلى توريده القسم الأكبر من إنتاج المحافظة إلى محافظات القطر الأخرى، إضافة إلى التصدير الخارجي أيضاً، ضمن إطار الخطة العامة للشركة (الإدارة العامة) بدمشق.

لذلك ومن خلال تحليل معطيات الدراسة، يظهر لنا مدى مساهمة فرع اللاذقية في تحقيق أهدافه الرئيسية، وفق ما يلي:

• من خلال تحليل معطيات الجدول (4) نلاحظ بأن فرع اللاذقية يساهم فقط في تسويق منتجات الخضار بنسبة تتراوح ما بين (2-4)% من كامل إنتاج المحافظة من الخضار خلال الفترة الزمنية (1986-1991)، بينما يساهم في تسويق الفواكه بنسبة تتراوح ما بين (2-6)%.

• ويلاحظ أيضاً عدم تحقيق الهدف الثالث والمتعلق بالتصدير، حيث لوحظ تناقص بالكميات المصدرة للخارج عبر الشركة من الخضار والفواكه التالية: (التفاح، الإجاص، البطيخ الأحمر والأصفر، البطاطا، الثوم، البصل الجاف) من (7236) طن في عام 1985، إلى (6865) طن في عام 1989، وذلك لوجود صعوبات وعقبات سنتطرق إليها عند الحديث عن فرع الشركة في اللاذقية، والتي من أهمها عدم توفر مستلزمات التصدير بالكمية والنوعية المطلوبة.

ب- فرع الشركة في اللاذقية:

لفرع الشركة في اللاذقية الأهداف العامة نفسها للشركة سابقة الذكر ولكن له خصوصية معينة، نظراً لكونه في محافظة اللاذقية كمحافظة منتجة للخضار والفواكه وخاصة (الخضار الباكورية - التفاح - الحمضيات بأنواعها) مما يجعله في سوق

جدول (4): بنية وتطور حصص الكميات المسوقة من الخنصر والفواكه الطازجة عبر فرع الشركة العامة للخنصر والفواكه في اللاذقية من كامل إنتاج محافظة اللاذقية، خلال الفترة الزمنية (1986-1991)، بالطن والأرقام القياسية والنسب المئوية.

الفترة الزمنية (1991-1986)	1991		1990		1989		1988		1987		1986		الفترة الزمنية (1991-1986)
	متوسط الزمنية (1991) طن	الرقم القياسي	طن	الرقم القياسي	طن	الرقم القياسي	طن	الرقم القياسي	طن	الرقم القياسي	طن	الرقم القياسي	
316737	72	284304	68	267090	77	303523	87	344177	78	306981	100:86	394344	إنتاج محافظة اللاذقية من الخنصر (طن)
100		100		100		100		100		100		100	%
6670	27	4302	27	4301	29	4619	29	4549	41	6435	100	15814	الكميات المسوقة من الخنصر عبر فرع اللاذقية (طن)
2		2		2		2		1		2		4	%
345125	126	361234	135	387186	134	384090	124	357824	102	292823	100	287594	إنتاج محافظة اللاذقية من الفواكه (طن)
100		100		100		100		100		100		100	%
9077	22	3866	42	7213	20	3512	42	7170	90	15467	100	17231	الكميات المسوقة من الفواكه عبر فرع اللاذقية (طن)
3		1		2		1		2		5		6	%
661862	95	645538	96	654276	101	687613	103	702001	88	599804	100	681938	إنتاج محافظة اللاذقية من الخنصر والفواكه (طن)
100		100		100		100		100		100		100	%
15747	25	8168	35	11514	37	8131	54	11719	66	21902	100	33045	الكميات المسوقة من الخنصر والفواكه عبر فرع اللاذقية (طن)
2		1		2		1		2		4		5	%

المصدر: تم حساب الأرقام القياسية والنسب المئوية باستنادا للبيانات: - المجموعة الإحصائية الزراعية السنوية 1986 - 1991. - دائرة الإحصاء والتخطيط في فرع الشركة في اللاذقية لأعوام 1986 - 1991.

جدول (5): بنية وتطور الكميات المسوقة من الغضار الطازجة عبر فرع الشركة العامة للغضار والفواكه في اللاذقية من خلال مؤشري مصادر المشتريات وتوزيع المبيعات، خلال متوسط الفترة الزمنية (1986-1991)، بالطن والنسب المئوية.

المبيعات المسوقة	مصادر المشتريات						توزيع					
	مجموع المشتريات		من إنتاج المحافظة		من محافظات أخرى / مغزون / الاستيراد		مجموع المبيعات		المباع ضمن اللاذقية (جملة - مفرق)		المباع إلى المحافظات الأخرى بالتجزئة والتصنيع بالمحافظة / التصدير	
المحصول - متوسط (1991-1986)	طن	%	طن	%	طن	%	طن	%	طن	%	طن	%
البطاطا	837	100	646	77	191	23	837	100	715	85	122	15
البنجر	7517	100	3526	47	3991	53	7517	100	5911	79	1606	21
البصل	102	100	13	13	89	87	102	100	102	100	-	-
الغضار الكاورية	2245	100	2245	100	-	-	2245	100	110	5	2135	95
التفاح اليابس	13	100	2	15	11	85	13	100	13	100	-	-
الغضار الأخرى	356	100	352	99	4	1	356	100	274	77	82	23
المجموع	11060	100	6790	61	4270	39	11060	100	7120	64	3940	36

المصدر: تم حساب المتوسطات والنسب المئوية استناداً لبيانات دائرة الإحصاء والتخطيط في فرع الشركة في اللاذقية لأعوام 1986-1991.

جدول (6) بنية وتطور الكميات المسوقة من الفواكه الطازجة عبر فرع الشركة العامة للخضار والفواكه في اللاذقية من خلال مؤشري مصادر المشتريات وتوزيع المبيعات، خلال متوسط الفترة الزمنية (1986-1991)، بالطن والنسب المئوية.

الكميات المسوقة	مصادر المشتريات		توزيع		مبيعات		المبيعات المتوسطة (1991-1986)
	من إنتاج المحافظة	من محافظات أخرى / مخزون / الاستيراد	مجموع المبيعات	المباع ضمن اللاذقية (جملة - موزن)	المباع إلى المحافظات الأخرى والتوزيع بالمحافظة / التصدير	مجموع المشتريات	
	%	طن	%	طن	%	طن	
المجموع	99	7497	100	7527	79	5936	لتفاح
للبريقال	92	1293	100	1410	69	973	للبريقال
للحمضيات المختلفة	35	33	100	93	10	9	للحمضيات المختلفة
للحمضيات المختلفة	99.8	695	100	696	82	573	للحمضيات المختلفة
للحمضيات المختلفة - لصفن	49	24	100	49	-	-	للحمضيات المختلفة - لصفن
للحمضيات المختلفة - لصفن	84	64	100	76	-	-	للحمضيات المختلفة - لصفن
للحمضيات المختلفة - لصفن	80	161	100	200	-	-	للحمضيات المختلفة - لصفن
للحمضيات المختلفة - لصفن	97	9370	100	9663	72	6948	للحمضيات المختلفة - لصفن

المصدر: تم حساب المتوسطات والنسب المئوية استناداً لبيانات دائرة الإحصاء والتخطيط في فرع الشركة في اللاذقية لأعوام 1986-1991.

وبالتالي يساهم في تسويق الخضار والفواكه بنسبة تتراوح ما بين (2-5)% من كامل إنتاج المحافظة من الخضار والفواكه وخلال الفترة نفسها. وهذا يؤكد ضآلة مساهمة فرع اللاذقية (كمنشأة تجارية حكومية) في النشاط التسويقي ضمن المحافظة، وعدم قدرته على منافسة تجار القطاع الخاص (تجار الجملة في سوق الهال) في التصدي لهذا النوع من النشاط التسويقي ذو الطبيعة الخاصة، والذي يسيطر عملياً فيه تجار الجملة في سوق الهال على الكميات المطروحة فيه، وعلى التحكم بالأسعار حسب قانوني العرض والطلب في السوق، وبالتالي سيطرته على تسويق كميات من الخضار والفواكه تعادل ما بين (95-98)% من كامل إنتاج المحافظة.

• ونتبين أيضاً من خلال تحليل مؤشري مصادر المشتريات وتوزيع المبيعات لمنتجات الخضار في متوسط الفترة (1986-1991) في فرع اللاذقية (أنظر الجدول 5)، بأن حوالي (61)% من كامل مشتريات الفرع من الخضار تشتري من إنتاج المحافظة، وحوالي (39)% يتم شراؤه من فروع الشركة في المحافظات الأخرى. بينما نلاحظ بأن حوالي (64)% من كامل مبيعات فرع اللاذقية، تباع في داخل المحافظة، وحوالي (36)% يتم بيعه لفروع الشركة الأخرى في بقية المحافظات السورية (يستثنى من ذلك الخضار

الساكورية والتي يباع منها إلى فروع المحافظات الأخرى حوالي (95)%، وللأسواق المحلية في محافظة اللاذقية حوالي (5)%، نظراً لتمييز المحافظة في إنتاجها).

• أما فيما يتعلق بمؤشري مصادر المشتريات وتوزيع المبيعات لمنتجات الفاكهة في متوسط الفترة (1986-1991) في فرع اللاذقية (أنظر الجدول 6)، فنلاحظ بأن حوالي (97)% من كامل مشتريات الفرع من الفاكهة، يتم شراؤها من إنتاج المحافظة نفسها، وحوالي (3)% تشتري من المحافظات الأخرى (كالبيطخ بنوعيه، العنب، الليمون الحامض، أنواع فاكهة أخرى وتنتجها المحافظة بكميات قليلة). بينما نلاحظ بأن حوالي (28)% من كامل المبيعات، تباع ضمن المحافظة، وحوالي (72)% تباع لفروع المحافظات الأخرى وخاصة (النفاح، البرتقال، حمضيات أخرى كمجموعة اليوسفي والكريفون)، وهذا يؤكد تفوق محافظة اللاذقية في إنتاج الفاكهة وخاصة بالأنواع المذكورة أعلاه.

• بينما نلاحظ بأن النشاط التصديري للخارج لفرع اللاذقية لا يزال محدوداً وقاصراً عن تلبية احتياجات الصفقات الخارجية والمعقودة مع الإدارة العامة لشركة الخضار والفواكه بدمشق، بحيث توجد صعوبة في التنفيذ من الناحية الكمية والنوعية أيضاً نظراً لعدم توفر

المستلزمات التصديرية الكافية من الناحية الكمية والنوعية.

وبشكل عام نلاحظ بأن دور فرع الشركة في اللادقية في تموين سكان محافظة اللادقية، والمحافظة الأخرى، وحتى النشاط التصديري أيضاً ضعيف ومحدود، ويدل على كفاءة تسويقية متدنية، وذلك للأسباب التالية:

1- عدم تقيد الجمعيات التعاونية الفلاحية، والفلاحين (كأفراد)، والذين أبرموا عقوداً تجارية مع الشركة، بتنفيذ هذه العقود بشكل كامل، وذلك يعود لفارق السعر بين الشركة وسوق الهال، وبالتالي بيع معظم إنتاجها في أسواق الهال.

2- عدم قدرة الشركة عموماً ومنها فرع اللادقية على منافسة تجار الجملة في أسواق الهال، من ناحية السعر وكمية المنتجات ومواصفاتها أيضاً، حيث يتم استلام المنتجات من الخضار والفواكه في أسواق الهال (دوكما) بينما تصر الشركة وفروعها على استلام المنتجات وفق مواصفات نمطية معينة (أي يجري عليها عمليات الفرز والتدريج والتعبئة بشكل مبدئي...).

3- عدم إرسال الكميات المخططة للمبيعات في فرع اللادقية، من المواد المستوردة من المحافظات الأخرى ومن الخارج أيضاً، والمخصصة لفرع اللادقية، من قبل الإدارة العامة للشركة بدمشق.

4- عدم فعالية فرع اللادقية في مجال التصدير، نظراً لعدم إيفائه بتصدير حصته، والمقررة من قبل الإدارة العامة للشركة بدمشق وخصوصاً (التفاح، الحمضيات)، بسبب عدم توفر مستلزمات التصدير بالكمية والنوعية المطلوبة. والحل يكمن في تحقيق الأمور التالية:

1- العودة إلى مرسوم إحداث الشركة، وإقتضار نشاطها على عمليات البيع بالجملة (تجارة الجملة)، ومحاولة السيطرة التدريجية على تجارة الجملة، إضافة إلى عمليات التصدير خارج القطر أيضاً، لأن عمليات البيع بالمفرق للخضار والفواكه إضافة للمواد الغذائية والإستهلاكية الأخرى، عبر صالات فرع الشركة (يوجد 6 صالات بيع بالمفرق في مدينة اللادقية، إضافة لصالتين سياحيتين في كسب والشاطئ الأزرق) يسبب مشاكل كثيرة للشركة، ويؤدي لحرفها عن مهمتها الرئيسية في السيطرة على تجارة الجملة.

2- إلزام الجمعيات التعاونية الفلاحية والأخوة الفلاحين على تنفيذ العقود المبرمة مع الشركة وفروعها، وذلك بتضافر جهود الشركة وفروعها مع الإتحادات الفلاحية في المحافظات، من أجل إقناعهم بذلك، مع ضرورة توفير الأسعار المجزية لمنتجاتهم، وتأمين السيولة النقدية الكافية من أجل دفع أثمان منتجات الأخوة الفلاحين في

الوقت المناسب، وتسليفهم أيضاً، والقيام
بحث المنتجين على فرز وتدرج
منتجاتهم قبل توريدها لفروع الشركة،
وما لهذه العمليات من فوائد كبيرة لهم
وللشركة وللمستهلك أيضاً، بحيث يتم
تحديد الأسعار (سعر المنتج - سعر
المستهلك) استناداً لنوعية المنتجات
وجودتها.

3- تطبيق مبدأ المواصفة والمجانسة على
المنتجات المسوقة في أسواق الهال
أيضاً، أسوة بالشركة وفروعها في
المحافظات.

4- حصر كافة جهات القطاع العام المنتج
والمستهلك للخضار والفواكه، بتسويق
إنتاجه وتأمين احتياجاته من الخضار
والفواكه عن طريق الشركة وفروعها،
لما لتلك الخطوة من أثر إيجابي في دعم
الشركة وفروعها مادياً ومعنوياً، وهذا
يتم من خلال إصدار تعليمات
وتوجيهات من قبل الجهات الحكومية
العليا تتعلق بهذا الموضوع.

5- تشجيع التصدير إلى خارج القطر (إلى
الدول العربية والأجنبية) وتأمين
مستلزماته بالكمية والنوعية المناسبة
(وسائط نقل، عبوات تصديرية، مواد
تغليف، مخازن عادية، مخازن مبردة،
وسائط نقل مبردة، أجهزة للفرز
والتدرج والتعبئة والتغليف، الجهاز
التسويقي الخبير بالأسواق المحلية

والعالمية، وإعطاء المنتجين الأسعار
التشجيعية المجزية لمنتجاتهم عالية
الجودة والمخصصة للتصدير، ومنح
الحوافز والمكافآت التشجيعية للعاملين
بكفاءة وجدية في مجال التصدير في
الشركة وفروعها في المحافظات..).

6- التسريع بإنشاء الجمعيات التعاونية
التسويقية، وذلك من قبل اتحاد فلاحي
محافظة اللاذقية، والمتخصصة في
استلام الإنتاج من الخضار والفواكه،
والقيام بعمليات الفرز والتدرج والتعبئة
والتغليف، وبالتالي تقوم بتسليمه إلى
فرع الشركة، ويمكن أن تأخذ هذه
الجمعيات نسبة معينة (عمولة معينة)
من مجمل ثمن المنتجات، من أجل
تغطية نفقاتها وتطوير قاعدتها المادية
والتقنية وأسلوب عملها أيضاً. وتعتبر
هذه الخطوة، خطوة إيجابية، تعود
بالفائدة على كل من المنتج والشركة
والمستهلك بأن واحد.

ومن الجدير بالذكر بأن هنالك
صعوبات وعقبات أخرى سيتم بحثها في
النقطة اللاحقة.

3- الصعوبات والعقبات الإدارية
والتنظيمية والفنية والإقتصادية، والتي
تعيق تنفيذ الخطط التجارية والتسويقية
لفرع الشركة في اللاذقية، والمقترحات
الموضوعة لحلها:

جدول (7): يبين مدى تحقيق الخطة التسويقية لفرع اللاذقية من خلال مؤشري المشتريات والمبيعات، للفترة ما بين (1986-1991)، بالطن وآلاف الليرات السورية ونسبة التنفيذ.

المبيعات (خضار وفواكه)				المشتريات (خضار وفواكه)				السنة
الكمية (طن)		القيمة (الف ل.س)		الكمية (طن)		القيمة (الف ل.س)		
%	المخطط	%	المنفذ	%	المخطط	%	المنفذ	
91	35861	74	9186	108	92551	95	35265	1986
88	43290	43	5167	91	125265	47	22759	1987
132	67651	198	13677	51	96423	42	13550	1988
140	70277	179	12406	49	77940	37	10144	1989
79	58545	76	9089	52	94218	46	12035	1990
120	59674	156	11753	58	66930	54	8825	1991

المصدر: فرع الشركة العامة للخضار والفواكه في اللاذقية، دائرة الإحصاء والتخطيط.

لوحظ من خلال تحليل معطيات الجدول (7)، عدم قدرة فرع الشركة في اللاذقية على تنفيذ خطته التجارية والتسويقية بالشكل المطلوب، خلال فترة الدراسة (1986-1991)، وخاصة فيما يتعلق بمؤشر المشتريات من الخضار والفواكه (بالكمية والقيمة)، بينما نلاحظ تزايداً نسبياً في مؤشر المبيعات (بالكمية والقيمة)، وهذا يعود إلى الصعوبات والعقبات التالية:

آ- في المجال الإداري والتنظيمي والفني:
لوحظ العديد من الصعوبات والعقبات، التي من الواجب اقتراح الحلول المناسبة لتلافيها في المستقبل، وهذه المقترحات هي:

1- ضرورة توفر الجهاز الإداري والفني الخبير في أمور التسويق الزراعي بشكل عام (وتسويق الخضار والفواكه بشكل خاص)، وذلك بإتباع العاملين في الشركة عامة، وفي فرع اللاذقية خاصة، دورات متخصصة في هذا المجال (إدارة المؤسسات التسويقية، عمليات التسويق والتخطيط، الدراسات والأبحاث التسويقية فيما يتعلق بالأسواق المحلية والعالمية...) داخل وخارج القطر، مع ضرورة دعم الشركة بالكادر المالي والمحاسبي (مع اقتراح عنصرين جامعيين جديدين للدائرة المالية، و(4) رؤساء شعب من

حملة الإجازات الجامعية في مجال الاقتصاد والتجارة للعمل في دائرة الحسابات في فرع الشركة باللاذقية).
2- ضرورة تأمين حاسوب شخصي (كمبيوتر شخصي)، من أجل تسهيل الأعمال الإدارية والتسويقية والمالية، إضافة إلى مساهمته في عمليات التخطيط ومتابعة تنفيذ الخطط بأسرع وقت ممكن.

3- تأمين العدد الكافي من السيارات الشاحنة وبالنوعية المطلوبة، والتي تتناسب فنياً شحن منتجات الخضار والفواكه الحساسة والسريعة التلف، إضافة إلى ضرورة إنشاء ورشة إصلاح للسيارات والآليات، ومرآب خاص للسيارات يستوعب سيارات وآليات الشركة ويحميها من كافة العوامل الضارة بها، مع تأمين سيارات للنقل المبرد خاصة بفرع الشركة في اللاذقية أيضاً، كل هذه المتطلبات ضرورية من أجل تخفيض التكاليف التجارية والتسويقية لأدنى حد ممكن.

4- تأمين العبوات ومواد التغليف بالكمية والنوعية المطلوبة (وخاصة العبوات البلاستيكية، والأكياس الشبكية...)، وبشكل خاص في مواسم الإنتاج (للتنفاح، الحمضيات، الخضار الباكورية).

عناصر لدائرة الرقابة و/9 عناصر
لدائرة الخزن والحركة.

9- ضرورة تأمين بناء مناسب لإدارة فرع
الشركة في اللاذقية، تتوفر فيه الشروط
الصحية والفنية اللائقة والمناسبة
للعاملين فيه، من أجل المساهمة في
رفع كفاءتهم الإنتاجية في العمل.

10- ضرورة زيادة الحوافز والمكافآت
التشجيعية للعاملين النشيطين، ومعاقبة
العاملين المقصرين والمهملين بالعمل
في فرع الشركة باللاذقية.

11- ضرورة تأمين دار للحضانة، ومركز
استهلاكي تعاوني خاص بفرع الشركة،
بغية خدمة العاملات والعاملين فيه.

ب- في مجال اقتصادية المنشأة التجارية:
لوحظ أن كفاءة العقبات
والصعوبات سابقة الذكر، قد انعكست سلباً
على الوضع الاقتصادي العام في فرع
الشركة باللاذقية، وهذا ما سيتم مناقشته
من خلال تحليل معطيات الجدول (8)،
والذي يبين بنية وتطور المؤشرات
الاقتصادية الرئيسية في فرع الشركة في
اللاذقية، خلال الفترة الزمنية (1986-
1990).

5- ضرورة إنشاء قبان أرضي الكتروني
خاص بفرع اللاذقية، حتى يتم ضبط
أوزان الحمولات الداخلة والخارجة
بشكل دقيق.

6- ضرورة تأمين مستودعات كافية
للتخزين العادي، مع التأكيد على وجوب
بناء مخازن مبردة خاصة بالفرع،
بهدف المساهمة بتخفيض تكاليف
التخزين المبرد إلى أدنى حد ممكن،
حيث أنه يتم حالياً استئجار وحدات
الخزن والتبريد التابعة لشركتي الساحل،
والشركة العامة للخزن والتبريد،
وبأجور باهظة ترهق كاهل النفقات
التجارية والتسويقية بفرع اللاذقية،
وتؤثر سلباً على اقتصادية المنشأة
التجارية.

7- الإسراع في إصدار دليل عملي خاص
بالشركة العامة للخضار والفواكه
وفروعها في المحافظات يظهر مجالات
أعمالها ونشاطاتها التجارية والتسويقية،
لكي يستفيد منه كل من له اهتمام في
هذا المجال في السوق الداخلية والعربية
والعالمية.

8- ضرورة تغطية النقص الحاصل في
عناصر دائرتي الرقابة والخزن
والحركة مع التأكيد على ضرورة تأمين

جدول (8): بنية وتطور المؤشرات الاقتصادية الرئيسية في فرع الشركة العامة للخضار والفواكه في اللاذقية، خلال الفترة (1986-1990)، بالآلاف الليرات السورية والأرقام القياسية.

السنة	1986		1987		1988		1989		1990	
	الف ل.س	100: 86	الف ل.س	100: 86	الف ل.س	100: 86	الف ل.س	100: 86	الف ل.س	100: 86
الإيرادات - الربح	5760	100	5074	88	5668	98	15455	268	16841	292
الربح التجاري	2596	100	5881	227	8712	336	2434	94	1333	51
إيرادات تحوطية	8356	100	10955	131	14380	172	17889	214	18174	217
مجموع الإيرادات	3239	100	3546	109	4035	125	4404	136	5070	157
الزرائب والأجور	954	100	755	79	1990	209	2856	299	5756	603
مستلزمات سطحية	372	100	497	134	655	176	1000	269	570	153
مستلزمات خضوية	5703	100	4280	75	4716	83	5023	88	4415	77
مصرفات تحوطية جارية	2589	100	19	7	3	0.1	14	5	-	-
تحويلات جارية	12857	100	9097	86	11399	108	13297	126	15811	123
مجموع النفقات	4501-	100	1858	86	2981	108	4592	126	2363	123
الربح أو الخسارة = (الإيرادات - النفقات)	154	100	83	83	79	79	74	74	87	87
** معدل إحصائية المنشأة (أي: ل.س نفقات لكل 100 ل.س إيرادات)										

المصدر: تقارير الميزانية السنوية للأعوام من (1986-1990) لفرع الشركة العامة للخضار والفواكه في اللاذقية.
*الرقم القياسي = (سنة المقارنة / سنة الأساس) × 100، واعتبرت سنة الأساس عام 1986. **معدل اقتصادية المنشأة = (النفقات / الإيرادات) × 100

• تبين لنا من خلال ما ورد في الجدول (8) وما يحويه من مؤشرات اقتصادية لفرع اللاذقية (مجموع الإيرادات التجارية - مجموع النفقات التجارية - الربح أو الخسارة التجارية - معدل اقتصادية المنشأة التجارية) ما يلي:

• لوحظ أن الرقم القياسي لمجموع الإيرادات التجارية قد تطور بشكل عام خلال فترة الدراسة من 1986 (=100%) إلى عام 1990 حوالي (217%).

• أما بالنسبة لمؤشر مجموع النفقات التجارية، فقد ارتفع الرقم القياسي من (100%) في عام 1986 إلى حوالي (123%) في عام 1990.

• وفيما يتعلق بمؤشر الربح أو الخسارة التجارية: فقد ظهرت خسارة في عام 1986 وقدرها (4501) ألف ليرة سورية، والسبب يعود إلى تحمل فرع الشركة في اللاذقية نفقات التخزين المبرد لدى وحدات الخزن والتبريد (الساحل - التموين)، المرتفعة جداً والتي تراكمت لعدة سنوات سابقة، وتم تسديدها في ذلك العام.

بينما نلاحظ تزايداً في الربح التجاري بدءاً من عام 1987 حيث بلغ (1858) ألف ليرة سورية، إلى أن

وصل في عام 1990 إلى (2363) ألف ليرة سورية.

• أما معدل اقتصادية المنشأة التجارية: يؤكد الخسارة التي حصلت في عام 1986 نتيجة زيادة مجموع النفقات التجارية عن مجموع الإيرادات التجارية، حيث لوحظ بأن معدل اقتصادية المنشأة لذلك العام قد بلغ (154 ل.س تكاليف أو نفقات تجارية لكل 100 ل.س إيرادات تجارية).

بينما نلاحظ أن هذا المعدل لبقية السنوات من عام 1987 ولغاية عام 1990، قد تراوح ما بين (74-87) ل.س نفقات تجارية لكل 100 ل.س إيرادات تجارية، وهو يعتبر معدل اقتصادية عالي، يمكن خفضه مستقبلاً من خلال تحقيق المقترحات التالية:

• خفض التكاليف التجارية والتسويقية، وذلك عن طريق تقليل الهدر في استخدام المواد والطاقة، المحافظة على الآليات والأبنية عن طريق صيانتها الدورية، خفض تكاليف النقل والتخزين وذلك عن طريق: زيادة عدد الآليات الخاصة بالفرع كماً ونوعاً - إنشاء مرآب خاص بالفرع وورشنة تصليح أيضاً -

إنشاء برادات خاصة بالفرع -
عقلنة قنوات نقل المنتجات من
مزارع المنتجين إلى فرع
الشركة، إضافة إلى عقلنة
التوزيع من الفرع إلى صالات
البيع بالمفرق التابعة للفرع
والمنتشرة في المحافظة، مع
عقلنة قنوات التوريد لمنتجات
الخضار والفواكه من فرع
الشركة إلى فروع الشركة
الأخرى في المحافظات المختلفة،
وتهدف هذه العقلنة إلى تخفيض
تكاليف النقل إلى أدنى حد ممكن
عن طريق وضع خطط التوزيع
والتوريد بشكل عقلاني
وموضوعي بحيث تتم هذه
العمليات باستخدام السيارات
الشاحنة المناسبة في نقل وتوزيع
وتوريد السلع البستنية الحساسة
والسريعة التلف ضمن أقصر
الطرق والقنوات وأفضلها
وبأسرع وقت ممكن... مما
يساعد في تخفيض التكاليف
التجارية بشكل عام، وبالتالي
المساهمة في رفع الكفاءة
الاقتصادية للمنشأة التجارية
أيضاً...

• زيادة ورفع الإيرادات التجارية
والتسويقية للمنشأة التجارية أيضاً

من خلال: اختيار أسلوب تسعير
مركزي وخاصة لأهم أنواع
الخضار والفواكه، بحيث يضمن
حقوق الجميع (المنتج - الشركة
- المستهلك)، وبعيداً عن تذبذبات
أسعار هذه المنتجات في أسواق
الهال (أسواق الجملة المركزية)،
وخاصة لأنواع (التفاح -
الحمضيات بأنواعها - البطاطا -
البصل...)، وحصراً تسويق هذه
الأنواع الرئيسية بالشركة
وفروعها في المحافظات، ومن
خلال ذلك تستطيع الشركة
وفروعها، ضمان دخل مستقر
(أرباح جيدة) يساهم في رفع
الكفاءة الاقتصادية لفروع الشركة
كافة (ومنها فرع الشركة في
اللاذقية، المتواجد في محافظة
منتجة للخضار والفواكه)
مستقبلاً، وهذا سيؤدي على
الأرجح أيضاً إلى رفع فعالية
الفرع التموينية للمواطنين
(المستهلكين)، بمنتجات الخضار
والفواكه الطازجة، بالكمية
والنوعية المطلوبة والمرغوبة من
قبل المستهلكين في محافظة
اللاذقية، إضافة إلى ضرورة
وجود السعر المناسب (سعر
المستهلك)، وأن تتم عملية

مما تقدم نجد أنه من خلال محاولة
تذليل الصعوبات والعقبات سابقة الذكر
جميعها، من المتوقع أن يتطور دور
الشركة العامة للخضار والفواكه بشكل
عام، وفرع اللاذقية بشكل خاص مستقبلاً،
في مجال التسويق العقلاني والموضوعي
والفعال لمنتجات الخضار والفواكه
الطازجة، من أجل تمويل المستهلكين في
محافظة اللاذقية، وتصدير الفائض إلى
المحافظات الأخرى والأسواق العربية
والأجنبية أيضاً، وبكفاءة اقتصادية
وتسويقية أفضل مما هي عليه في الوقت
الحاضر، وهذا ما نأمله جميعاً في
المستقبل.

التمويل في الوقت المناسب، وإن
أمكن تأمين بعض المنتجات على
مدار العام (كالتفاح، البطاطا،
البصل الجاف، الثوم الجاف...)
أيضاً، كل ذلك سيؤدي بالضرورة
أيضاً إلى رفع كفاءة الفرع في
كافة المجالات (الإدارية
والتنظيمية والفنية والتسويقية...)
في فرع الشركة في اللاذقية،
موضوع الدراسة، خصوصاً،
وعلى مستوى الشركة العامة
للخضار والفواكه في سوريا
عموماً.

REFERENCES

المراجع

- 1-النشرات الدورية للأشجار المثمرة، والصادرة عن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، مديرية الإحصاء والتخطيط، لأعوام (1986-1991).
- 2-النشرات الدورية للمحاصيل والخضار الشتوية في محافظة اللاذقية، والصادرة عن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، مديرية الإحصاء والتخطيط، لأعوام (1986-1991).
- 3-النشرات الدورية للمحاصيل والخضار الصيفية في محافظة اللاذقية، والصادرة عن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، مديرية الإحصاء والتخطيط، لأعوام (1986-1991).
- 4-المجموعة الإحصائية الزراعية السنوية لأعوام (1986-1992)، والصادرة عن وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي، مديرية الإحصاء والتخطيط.
- 5-المجموعة الإحصائية لعام 1992، صادرة عن المكتب المركزي للإحصاء - دمشق.
- 6-بيانات دائرة الإحصاء والتخطيط في فرع الشركة العامة للخضار والفواكه في اللاذقية، لأعوام (1986-1991).
- 7-بيانات مصلحة الإحصاء والتخطيط في مديرية زراعة اللاذقية - 1992.
- 8-تقرير أعمال الفرع للمؤتمر خلال الدورة الماضية (1986-1991)، صادر عن مجلس فرع نقابة المهندسين الزراعيين باللاذقية - اللاذقية 1991.
- 9-تقارير الميزانية السنوية لأعوام من 1986 ولغاية 1990، لفرع الشركة العامة للخضار والفواكه في اللاذقية.
- 10-دراسة واقع التسويق الزراعي في سوريا واستراتيجية تطويره، صادرة عن المنظمة العربية للتنمية الزراعية، جامعة الدول العربية - الخرطوم 1983.
- 11-عمار، يوسف ، 1981 - التسويق الزراعي، جامعة تشرين - اللاذقية.
- 12-عمار، يوسف ؛ ججاج، محسن ، 1981 - إدارة المزارع، جامعة تشرين - اللاذقية.
- 13-عرقاوي، نبيل ، 1992 - الخضار والفواكه بين الإنتاج والتسويق في سوريا. دراسة قدمت للمؤتمر الفني الدوري التاسع لاتحاد المهندسين الزراعيين العرب (التكامل العربي في مجال التسويق الزراعي) - القاهرة.