



الاجتماع الأول لضباط اتصال شبكة المعلومات التسويقية الزراعية

مسقط - سلطنة عمان 8 - 9 مايو 2016م

التقديم

عقدت المنظمة العربية للتنمية الزراعية الاجتماع الأول لضباط اتصال شبكة المعلومات التسويقية الزراعية بمدينة مسقط بسلطنة عمان خلال يومي 25-26 رجب 1437 هـ الموافق 8-9 مايو 2016م بالتعاون مع وزارة الزراعة والثروة السمكية بسلطنة عمان وذلك للتعريف بشبكة المعلومات التسويقية الزراعية ومكوناتها وأهدافها، وطرق ومصادر جمع بياناتها، وللتفاكر حول تجارب ضباط اتصال الشبكة في جمع البيانات وتعبئة الاستمارات، وفي التفاعل مع مصادر جمع البيانات بهدف تسهيل المهام وتجويد الأداء للوصول للأهداف المرجوة من إنشاء الشبكة.

تضمن الاجتماع تقديم عروض حول شبكة المعلومات التسويقية الزراعية، وحول نوافذ الشبكة وكيفية استخدامها، بجانب عروض حول نظم المعلومات التسويقية، ودور المعلومات التسويقية في تعزيز التبادل التجاري الزراعي العربي البيئي. وقدم ضباط اتصال الشبكة من الدول العربية تجاربهم في جمع البيانات وتعبئة الاستمارات من مختلف مصادرها، ومقترحاتهم حول تطوير جمع بيانات الشبكة. وقد خرج الاجتماع بتوصيات مهمة بغرض تطوير منظومات المعلومات التسويقية القطرية فيما يتصل بالتدريب وتنمية المهارات، وإنشاء شبكات وطنية للمعلومات التسويقية الزراعية.

وتنتهز المنظمة هذه السانحة لتتقدم بجزيل الشكر والتقدير للمسؤولين وممثلي الدول الذين شاركوا في هذا الاجتماع وإلى كل من ساهم في إنجاح فعالياته من منتسبي المنظمة وضباط اتصالها بالدول العربية أملين أن تسهم توصياته في تعزيز نظم المعلومات التسويقية والتجارة العربية الزراعية البيئية.

والله ولي التوفيق،،،

الدكتور طارق بن موسى الزدجالي
المدير العام

المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
1	التقديم
2	المحتويات
3	التقرير الختامي للاجتماع الأول لضباط اتصال شبكة المعلومات التسويقية الزراعية
6	أولاً : العروض المقدمة من الدول المشاركة في الاجتماع
6	1- مملكة البحرين
10	2- الجمهورية التونسية
12	3- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
16	4- المملكة العربية السعودية
17	5- جمهورية السودان
28	6- سلطنة عمان
43	7- دولة فلسطين
50	8- دولة قطر
55	9- الجمهورية اللبنانية
63	ثانياً : العروض المقدمة من المنظمة العربية للتنمية الزراعية
63	1- شبكة المعلومات التسويقية العربية
65	2- نوافذ شبكة المعلومات التسويقية الزراعية العربية
102	3- المعلومات التسويقية وتنمية تبادل التجاري الزراعي العربي

التقرير الختامي للاجتماع الأول لضباط اتصال شبكة المعلومات التسويقية الزراعية مسقط - سلطنة عمان 8 - 9 مايو 2016م

عقدت المنظمة العربية للتنمية الزراعية الاجتماع الأول لضباط اتصال شبكة المعلومات التسويقية الزراعية بمسقط - سلطنة عمان خلال يومي 8 و 9 مايو 2016م. استهدف الاجتماع الوقوف على التعريف بشبكة المعلومات التسويقية ومكوناتها وأهدافها، وما تم تنفيذه بشأن تنفيذها، والنتائج المتوقعة من تشغيلها. بالإضافة إلى الوقوف على تجارب ضباط اتصال الشبكة بالدول العربية في جمع بيانات الشبكة من مصادرها بالدول العربية ومقترحاتهم بشأن تسهيل وتنسيق مهام جمع بيانات الشبكة وتعبئة استماراتها، وتوسيع دائرة الاستفادة منها بالدول العربية.

المشاركون في الاجتماع:

شارك في الاجتماع منتسبو المنظمة العربية للتنمية الزراعية برئاسة الدكتور/ طارق بن موسى الزدجالي المدير العام للمنظمة، وضباط اتصال الشبكة كما هو موضح بالجدول التالي:

منتسبو المنظمة:	
الدكتور/ طارق بن موسى الزدجالي	المدير العام
الدكتور/ صلاح عبد القادر عبد الماجد	مدير إدارة الأمن الغذائي بالتكليف
م. ريماء المصري	مسئولة تقنية المعلومات
ضباط اتصال الشبكة بالدول العربية:	
م. محمد إسماعيل الأخرص	الأردن
د. عبد الموجود رجب عبد الموجود	البحرين
نزار بن مصطفى العلوي	تونس
م. لامية سول	الجزائر
م. فهد بن عبد العزيز المري	السعودية
م. أمل محمد الخير خالد الباشاب	السودان
م. سمية إبراهيم الأمين الأغيش	السودان
م. عبيد علي عبد الله	العراق
م. عبد الله بن علي بن حمد القمشوعي	سلطنة عمان
م. هيا شاكر سليمان	فلسطين
م. جابر حمد سالم بو شهاب المري	قطر
م. هلا عبد الله	لبنان
خبراء من خارج المنظمة:	
د. وحيد علي مجاهد	مصر

الجلسة الافتتاحية:

تم افتتاح الاجتماع في تمام التاسعة من صباح يوم الأحد الموافق 8 مايو 2016م، وخاطب الجلسة الافتتاحية للاجتماع كل من الدكتور هلال ابو سعدي مدير عام التسويق الزراعي وسعادة الدكتور أحمد بن ناصر البكري وكيل وزارة الزراعة والثروة السمكية بسلطنة عمان، ومعالي الدكتور طارق بن موسى الزدجالي المدير العام للمنظمة العربية للتنمية الزراعية الذي عبر عن أسى آيات الشكر والتقدير لمعالي الدكتور فؤاد بن جعفر الساجواني وزير الزراعة والثروة السمكية بسلطنة عمان على استضافته للاجتماع، ولسعادة الدكتور أحمد بن ناصر البكري وكيل الوزارة على رعايته الكريمة للاجتماع، وإلى ممثلي الدول العربية والمشاركين في الاجتماع، مؤكداً على أهمية نظم المعلومات التسويقية، وموضحاً أن إنشاء الشبكة هو من أولويات عمل المنظمة التي وضعتها منذ عدة أعوام، وأن تطوير النظم التسويقية الزراعية يحتاج إلى دعم حكومي فاعل يتمثل في توفير البنيات التحتية، وإتاحة التدريب وإيجاد جهاز إرشاد زراعي يساعد على عملية التسويق التي يقوم بها القطاع الخاص. وأكد معاليه على أهمية إنشاء نظم تسويقية مستدامة عن طريق ضمان استدامة نظم تمويلها وعدم الاعتماد على الأوعية التقليدية للتمويل.

جلسة العمل الأولى:

اشتملت جلسة العمل الأولى على تقديم عروض حول: شبكة المعلومات التسويقية الزراعية - الأهمية والمكونات - قدمها الدكتور المدير العام، دور المعلومات التسويقية وتحليل الأسعار في تعزيز التبادل التجاري الزراعي العربي البيئي قدمها الدكتور / وحيد علي مجاهد، تجارب ضباط اتصال شبكة المعلومات التسويقية بدول: الأردن، والبحرين، وتونس، والجزائر في جمع البيانات المطلوبة لشبكة المعلومات التسويقية.

جلسة العمل الثانية:

اختصت جلسة العمل الثانية باستعراض تجارب ضباط اتصال شبكة المعلومات التسويقية دول: السعودية، والسودان، وسلطنة عمان، والعراق في جمع البيانات المطلوبة للشبكة.

جلسة العمل الثالثة:

اختصت جلسة العمل الثالثة باستعراض عروض ضباط اتصال الشبكة بدول فلسطين، قطر، ولبنان ومصر، بجانب تقديم المنظمة لعروض حول نوافذ شبكة المعلومات التسويقية الزراعية، استمارات شبكة المعلومات التسويقية الزراعية.

الزيارة الميدانية:

قام المشاركون بزيارات ميدانية خلال اليوم الثاني (9/5/2016م) إلى:

- السوق المركزي للخضار والفواكه بمسقط حيث تم إطلاع المشاركين على آليات تجميع بيانات أسعار المنتجات المحلية والمستوردة وعمل تقارير الأسعار، وعلى نظام الحجر الزراعي بالسوق، بجانب إطلاعهم على الإجراءات الجمركية في السوق وعلى عمليات الرقابة والتفتيش للبرادات والمحلات، وعلى عمليات التداول والتخزين والمواصفات في السوق.
- سوق الجملة المركزي للأسماك بالفليج بمسقط حيث تم إطلاع المشاركين على نظام السوق وحركة التداول فيه وعلى عمليات الاستقبال والإنزال والفرز.

- الإدارة العامة للجمارك (شرطة عمان السلطانية)، حيث تم إطلاع المشاركين على مهام ومجالات عمل إدارة الجمارك ونظم المعلومات فيها، وما تشهده من نقلة نوعية من خلال إدخالها النظام (البيان) الجمركي الذي يتكون من ثلاثة أنظمة هي: نظام الإدارة الجمركية والمتكاملة، ونظام إدارة المخاطر ونظام النافذة الإلكترونية الواحدة.

جلسة العمل الختامية:

تم عقد جلسة العمل الختامية في الساعة الرابعة من يوم الإثنين الموافق 9 مايو 2016م برئاسة معالي الدكتور المدير العام الذي تقدم بالشكر لضباط اتصال الشبكة على مشاركتهم في الاجتماع وتقديمهم لتجاربيهم وآرائهم بالإضافة إلى موافقتهم للمنظمة باستمارات بيانات الشبكة، وقدم الشكر إلى معالي الدكتور فؤاد بن جعفر الساجواني وزير الزراعة والثروة السمكية بسلطنة عمان، ولسعادة الدكتور أحمد بن ناصر البكري وكيل الوزارة وإلى العاملين بالوزارة. واشتملت جلسة العمل الختامية على تقديم عرض من هيئة حماية المستهلك بسلطنة عمان احتوى على معلومات عن أهداف الهيئة، ومديرياتها وإداراتها بمحافظات السلطنة، وقنوات التواصل معها لتقديم الشكاوي والبلاغات، وإجراءاتها المتبعة، وأنشطتها في مجالات التوعية وضبط المخالفات.

توصيات الاجتماع:

بعد المناقشة والمداولات توصل الاجتماع للتوصيات التالية:

1. الطلب من المنظمة العربية للتنمية الزراعية تضمين شبكة المعلومات التسويقية بيانات ومعلومات تسويقية حول الثروة الحيوانية بالوطن العربي.
2. الطلب من المنظمة العربية للتنمية الزراعية إعداد دراسة حول تطوير منظومات المعلومات التسويقية القطرية.
3. الطلب من المنظمة العربية للتنمية الزراعية عقد دورات تدريبية قطرية، عند الطلب، حول جمع وتحليل البيانات التسويقية الزراعية.
4. دعوة الدول العربية إلى النظر في إنشاء لجان وطنية للمعلومات التسويقية الزراعية.
5. دعوة الدول العربية إلى النظر في إنشاء شبكات وطنية للمعلومات التسويقية الزراعية.
6. الطلب من المنظمة العربية للتنمية الزراعية إعداد لائحة استرشادية لمنظومة التسويق الزراعي.

الملاحق

(العروض المقدمة في الاجتماع)

أولا - العروض المقدمة من الدول المشاركة في الاجتماع:

1. مملكة البحرين:

البنية التسويقية للمنتجات الزراعية بمملكة البحرين:

د . عبد الموجود رجب عبد الموجود
وزارة الأشغال وشئون البلديات والتخطيط العمراني

مقدمة:

- مملكة البحرين دولة مستوردة بنسبة تفوق 90% من احتياجاتها الغذائية بما فيها الحاصلات البستانية.
- تتلخص صادرات مملكة البحرين في صورة إعادة تصدير بعض الحاصلات الزراعية والتي غالبا لا تشمل الحاصلات البستانية.
- **تجارة الحاصلات البستانية في أرقام**
- عدد مستوردي الحاصلات البستانية 66 مستورد.
- عدد تجار الجملة بالسوق المركزي 29 .
- كمية الواردات من المحاصيل البستانية خلال عام 2015 م بلغت 322,396 طن بقيمة تزيد على 285 مليون دولار.
- بلغت أعداد الدول التي تم الاستيراد منها حوالي 122 دولة.
- **مكونات سوق المنامة المركزي**



سوق الخضار والفواكه:

- o المساحة: 16,671=91.0x183.2 متر مربع ، 461 وحده مستأجره، بها 6 مقاهي شعبية، تنقسم إلى:
- فرشات البيع المنتجات المحلية والمنتجات المستوردة بالتجزئة وعددها 131 .
- أراضي لبيع الجملة العدد 117 .

- الدكاكين الداخلية وعددها 67.
- الدكاكين الخارجية وعددها 45.
- فرشات بيع الخضار المحلية وعددها 101.



منطقة الشاحنات :

○ تم تخصيص مواقف للشاحنات المستوردة ما يقارب 70 موقفا في شمال السوق المركزي بمحاذاة شارع الملك فيصل.

مكونات سوق سترة المركزي

الموقع : سوق سترة

المساحة : 4733.823 متر مربع

العنوان مجمع: 608 طريق: 810 مدخل 373/ 371/ 369

العدد	المكونات	التسلسل
40	فرشات بيع خضار وفواكه	1
8	فرشات بيع لحم	2
48	فرشات بيع سمك	3
20	دكاكين متعددة النشاط	4
1	تنظيف السمك	5
1	دورات مياه	6
1	مكتب توزيع الأكياس	7

سوق جد حفص المركزي :
الموقع : جد حفص
المساحة: 2042 متر مربع

العدد	المكونات	التسلسل
22	فرشات بيع خضار وفواكه	1
10	فرشات بيع لحم	2
14	فرشات بيع سمك	3
1	فرشات بيع الدجاج	4
2	مقاهي شعبية	5
4	مكان تنظيف السمك	6
1	دورات مياه	7



- سوق الرفاع المركزي :
 - المساحة الإجمالية 1712 م².
 - عدد الفرشات 61.
 - عدد فرشات الخضر والفاكهة 31.
 - عدد فرشات الجملة 9.
- سوق المحرق المركزي
 - المساحة الإجمالية 1500 م².
 - عدد الفرشات 68.
 - عدد فرشات الخضر والفاكهة 19.





تجميع البيانات وملاء الاستثمارات :

• معوقات جمع البيانات :

- عدم وجود قسم للإحصاء الزراعي.
- تعدد جهات المخاطبة للحصول على المعلومة .
- البيروقراطية.

مقترحات لتنشيط الشبكة والترويج لها

- استضافة موقع على الإنترنت يضم قائمة بأسماء مصدري ومستوردي الحاصلات الزراعية عموماً والبستانية خاصة بكل دولة.
- إدراج استمارة الاستبيان كشرط من شروط التسجيل على الموقع.

2- الجمهورية التونسية:

م. نزار بن مصطفى العلوي.

وزارة الفلاحة والموارد المائية والصيد البحري.

لمحة عن التجارة الخارجية للمواد الغذائية (تونس) :

قيمة الصادرات الغذائية (2015) : 3647 مليون دينار (13.2 % من الصادرات الجمالية للدولة) تتكون بالأساس من:

- 1891.9 م.د زيت زيتون (302.4 ألف طن).
- 445.3 م.د تمور (103.1 ألف طن).
- 23 م.د موالجـ (24.4 ألف طن) .

قيمة الواردات الغذائية (2015) : 3738 مليون دينار (9.4 % من إجمالي الواردات) تتكون بالأساس من:

- حبوب.
- زيوت نباتية.
- سكر.
- صوجا.
- بطاطا: 32.9 م.د (39.9 ألف طن منها ما يقارب 25 ألف طن بذور) .

صادرات الغلال والخضر:

الغلال (2014) (ألف طن)

إجمالي التصدير	173	
حصة الدول العربية	84	% 48.5
السوق الليبية	54	% 64

الخضار (2014) (ألف طن)

إجمالي التصدير	63	
حصة الدول العربية	28	% 44
السوق الليبية	25	% 89

المنهجية المعتمدة لرصد البيانات الخاصة بالشبكة:

- (1) البحث في قواعد البيانات الوطنية.
- (2) مراسلات إدارية.
- (3) بريد إلكتروني.
- (4) اتصال مباشر.
- (5) علاقات شخصية.

أسعار المستهلك	أسعار الجملة	التسويقية	الأسواق	شركات التسويق	استثمارات المصدرين و المستوردين	استثمارات تجار الجملة
المرصد الوطني للفلاحة	✗					
وزارة التجارة		✗			✗	
الشركة التونسية لأسواق الجملة			✗			✗
المجمع المهني للغلال		✗		✗	✗	
المجمع المهني للخضار		✗		✗	✗	
وزارة الصناعة		✗		✗		
وزارة النقل		✗				
المعهد الوطني للإحصاء	✗					

✗ : اتصال مباشر

✗ : اتصال غير مباشر

أهم المعوقات:

- البيروقراطية الإدارية (ثقل الإجراءات الإدارية المعمول بها أحيانا).

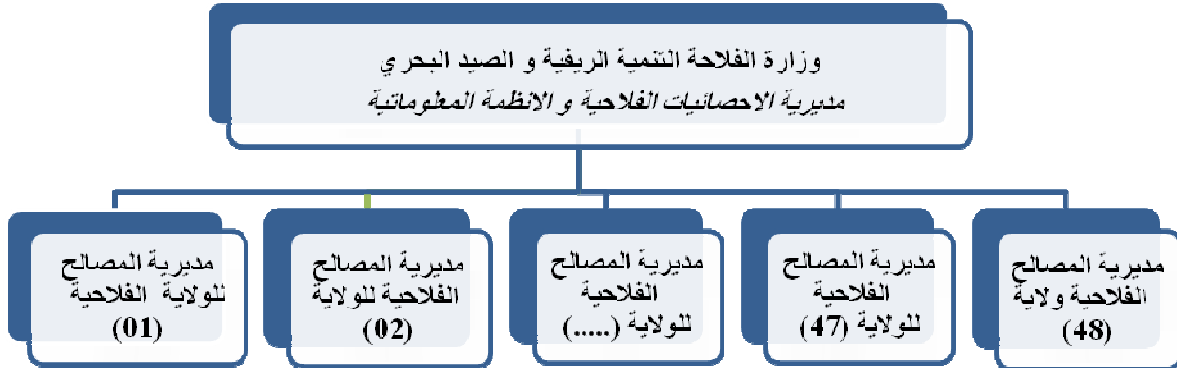
- قلة التجاوب والتعاون بين الوزارات.
 - الغياب الكلي للمعلومة في بعض الحالات.
 - المعلومة غير المحيئة (عدد وطاقة الثلاجات مثلا...).
 - نقص الموارد (بالنسبة لاستثمارات الموردين و المصدرين).
- الاقتراحات العملية لتطوير أداء الشبكة:**
- إنشاء منصة رقمية مفتوحة (open data) للأسعار والمبادلات يتم تحيينها دوريا من طرف ضباط الاتصال تحتوي بالأساس على:

- سلسلة السعر الشهري للتجزئة والجملة لأهم أسواق الجملة (التي سوف يتم اختيارها).
 - معلومات إضافية عن المنتج (معدل الاستهلاك لكل فرد، الكميات الموردة والمستوردة...).
 - وصف موجز للسوق (الموقع، البنية التحتية، الكميات المتداولة شهريا، رقم المعاملات الشهري...).
 - تقديم دراسات موجزة لبعض المنظومات الفلاحية.
- ومن ثم العمل على التعريف بهذه المنصة عبر أيام إعلامية وورشات عمل وطنية وإقليمية.

3- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية:

م. لامية سول وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري

الهيكل التنظيمي لوزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري:



طريقة جمع بيانات أسعار الخضرو الفواكه :

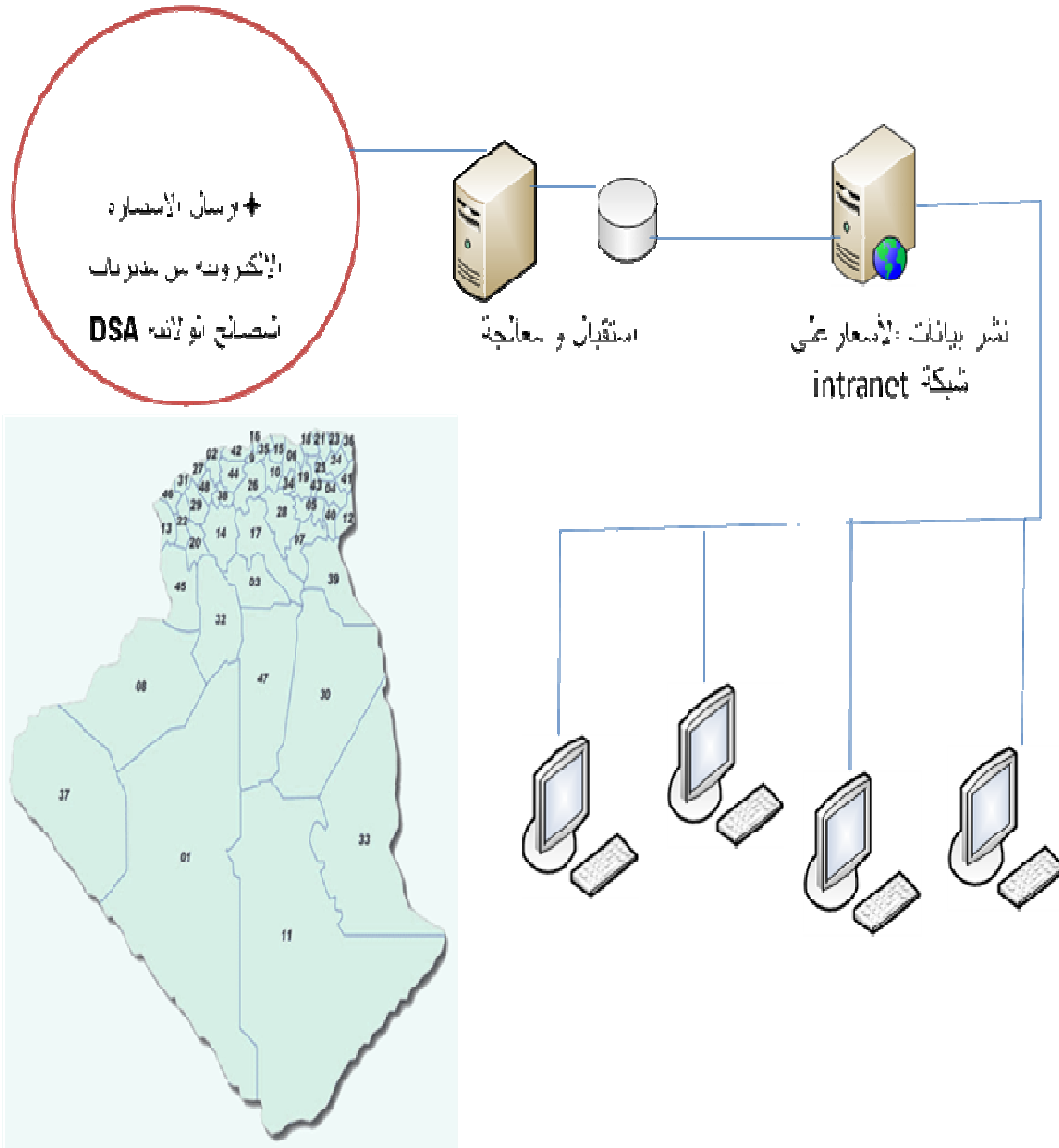
- يتم جمع بيانات الخضرو الفواكه من طرف أعوان المصالح الفلاحية الولائية من خلال المراقبة اليومية للأسعار في أسواق الجملة والتجزئة من عاصمة الولاية، ثم تعبئة الاستمارة الإلكترونية وإرسالها إلى مديرية الإحصائيات الفلاحية و الأنظمة المعلوماتية على مستوى الوزارة.

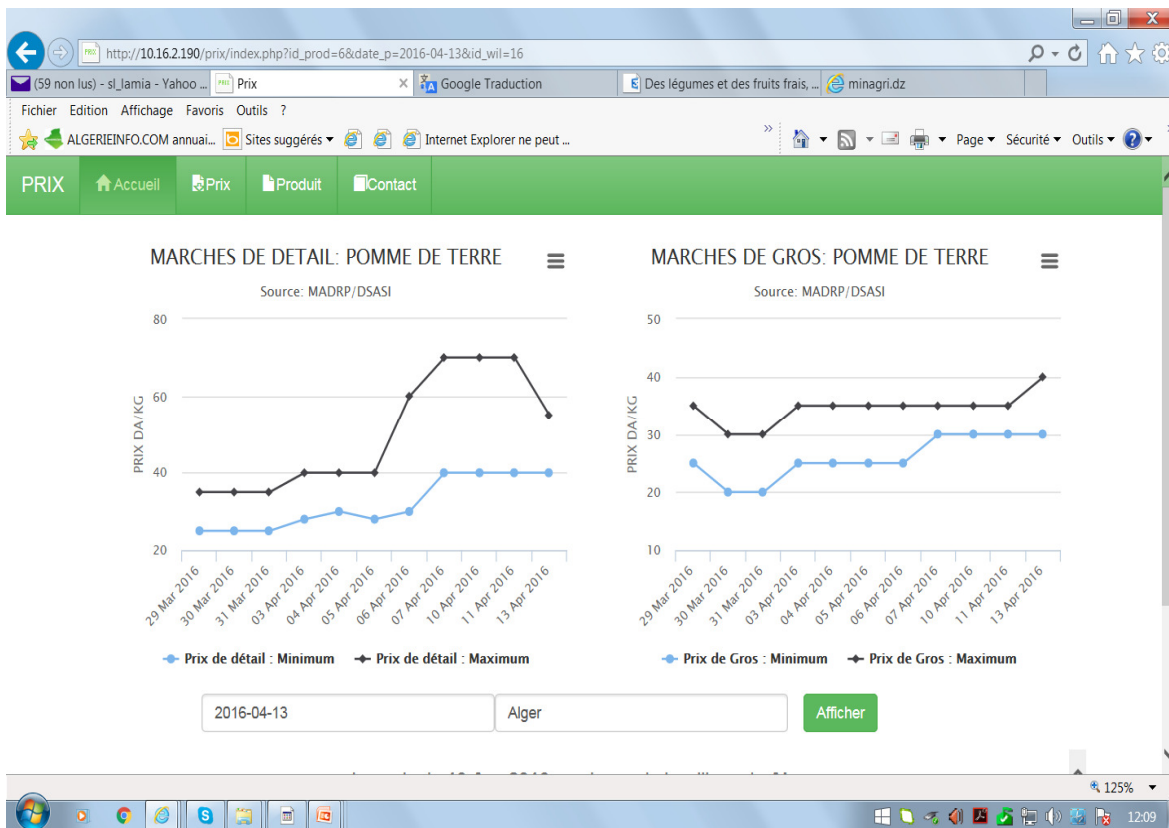
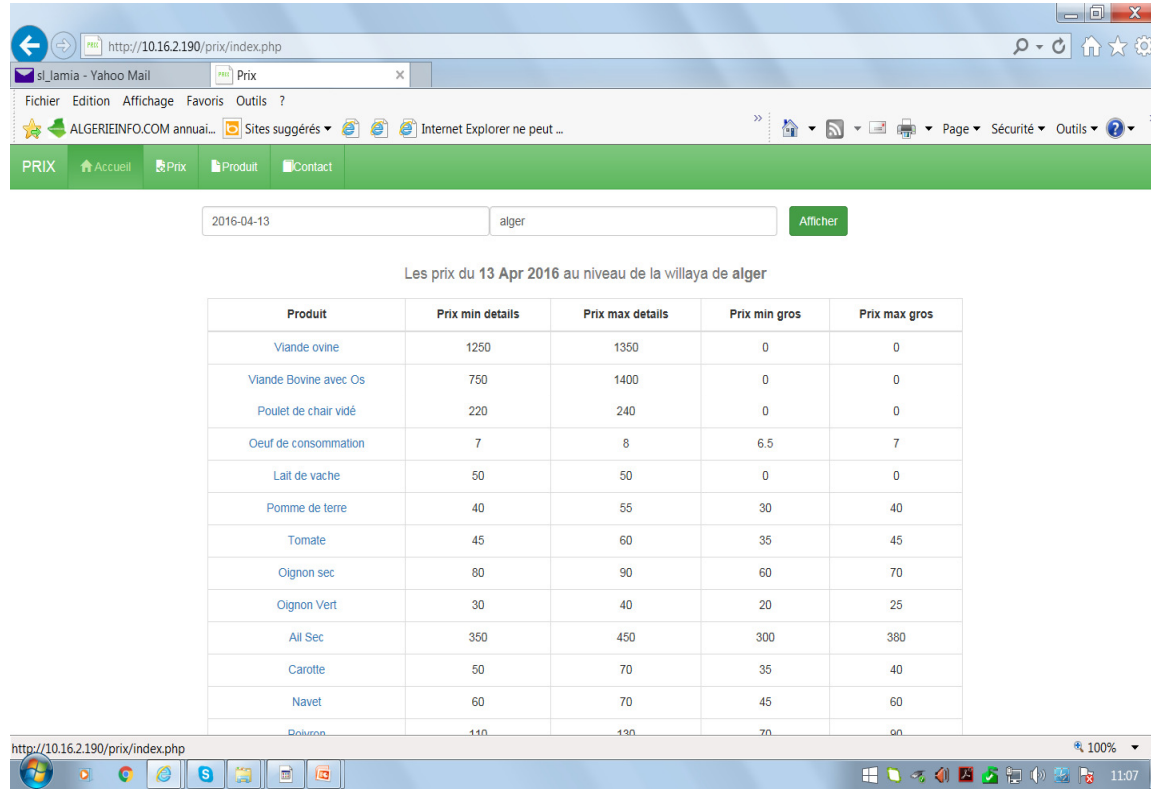
استمارة أسعار الجملة و التجزئة للخضرو الفواكه

الوحدة: دج / كغ

سعر الجملة الأقصى	سعر الجملة لأدنى	سعر التجزئة الأقصى	سعر التجزئة لأدنى
			2 / الخضروات الطازجة
			البطاطس
			طماطم
			البصل الجاف
			البصل الأخضر
			الثوم الجاف
			جزر
			لفت
			فلفل حلو
			فلفل حار
			بازلاء
			قرنبيط
			ملفوف
			كوسة
			فول أخضر
			فاصوليا خضراء
			سلطة
			3 / منتجات الفاكهة
			البرتقال
			كليمنتين
			اليوسفي
			الليمون
			التفاح
			تمور دقلة نور
			كمثرى (ايچاص)
			عنب
			شمام
			بطييط

نشر بيانات أسعار الخضرو الفواكه:



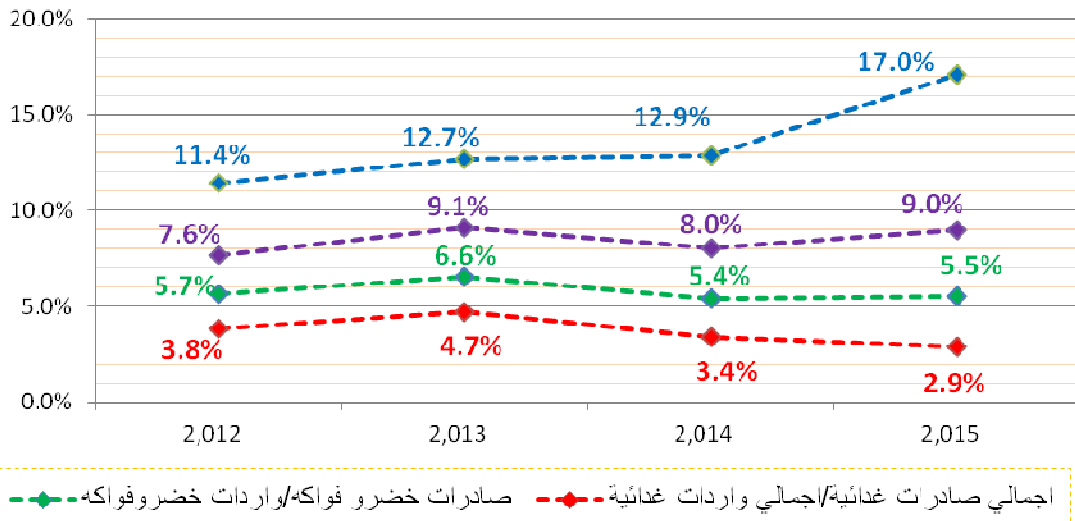


بيانات التجارة الخارجية:

الوحدة: الدولار

	2 012	2 013	2 014	2 015
صادرات خضرو فواكه	36 016 399	50 858 537	41 411 611	40 109 363
واردات خضرو فواكه	633 967 366	774 901 285	768 735 633	728 417 625
إجمالي صادرات غذائية	315 846 072	401 239 217	322 204 363	235 308 338
إجمالي واردات غذائية	8 293 738 931	8 514 840 157	9 576 075 795	8 124 806 022

نسب التجارة الخارجية للخضرو الفواكه



4. المملكة العربية السعودية:

م. فهد بن عبد العزيز المري

طرق جمع البيانات وتعبئة الاستثمارات

تم أخذ العينة العشوائية في جمع البيانات وتعبئة الاستثمارات حسب تصنيفها من المصادر التالية:

- بعض شركات التسويق المتخصصة.
- بعض تجار الجملة (الموردين والمصدرين) لتسويق الخضار والفاكهة.
- بعض المختصين من خلال الزيارات الميدانية لسوق الجملة للخضار والفاكهة.

استمارات شبكة المعلومات التسويقية التي تمت تعبئتها:

➤ استثمار شبكة المعلومات التسويقية حول الكميات والأسعار الشهرية لحاصلات الخضر والفاكهة الواردة بأسواق الجملة وحول متوسط السعر الشهري للمستهلك لحاصلات الخضر والفاكهة
➤ استثمار شبكة المعلومات التسويقية حول البنية التسويقية
➤ استثمار شبكة المعلومات التسويقية حول بيانات المصدرين
➤ استثمار شبكة المعلومات التسويقية حول بيانات المستوردين
➤ استثمار شبكة المعلومات التسويقية حول بيانات تجار الجملة

معلومات جمع البيانات وتعبئة الاستثمارات :

- الفترة الزمنية لتوزيع وتعبئة وجمع البيانات قصيرة جدا .
- عدم تعاون بعض المصدرين والموردين في استيفاء بعض المعلومات الموجودة في الاستثمارات .
- عدم وجود الوعي لمعرفة أهمية المعلومات التسويقية الزراعية.
- مقترحات لتطوير شبكة المعلومات التسويقية الزراعية في الوطن العربي :
- الاستفادة من خبرات بعض الدول المتقدمة في إعداد برامج متقدمة في هذا المجال وتطبيقها على شبكة المعلومات التسويقية الزراعية في الوطن العربي.
- إيجاد الحلول المناسبة لتوحيد أنظمة المعلومات التسويقية الزراعية على مستوى الوطن العربي.
- التنسيق والتعاون وتبادل المعلومات بين دول الوطن العربي .

طرق جمع الأسعار اليومية للخضار والفاكهة:

- يتم جمع الأسعار اليومية للخضار والفاكهة عن طريق :
- 26 سوقا محليا في مدن المملكة .
- موظفي جمع وإدخال الأسعار اليومية .
- إدخال الأسعار على موقع الوزارة .
- إصدار كتيب سنوي (متوسط أسعار أهم السلع الزراعية المحلية والمستوردة) .

5 جمهورية السودان:

م. أمل محمد الخير خالد الباشاب
وزارة الزراعة والغابات

مقدمة:

- ❖ يمتاز السودان بخصائص عديدة تؤهله ليكون أحد الدول الرائدة في مجال إنتاج الغذاء وإنتاج المحاصيل البستانية بصفة خاصة.
- ❖ يعتبر مناخ السودان جيد لإنتاج العديد من أنواع الخضر والفاكهة خاصة الشتوية منها والتي لها أسواق عالية في كل من السوق الأوروبي والسوق العربي وهي الفترة التي تمثل ذروة إنتاج تلك المحاصيل وقمة الطلب على هذه المنتجات في الأسواق الأوروبية.
- ❖ رغم ذلك نجد أن نسبة وجود تلك الحاصلات يمثل فقط حوالي 0.07% من حاجة تلك الأسواق وهكذا يمكننا الدخول في تلك الأسواق بمحاصيل مثل الشامم والفاصوليا الخضراء والفلقلية والشطة والبطاطس .

التجارة الخارجية:

- تلعب التجارة الخارجية دورا هاما في إقتصاديات الدول وفي تحقيق الأمن الغذائي القطري والإقليمي والدولي، فما من دولة تملك من الموارد المختلفة ما يمكنها من انتاج جميع ما تحتاجه.
- كما ان العمل في إطار الميزات النسبية والاستخدام الكفاء للموارد يستدعي التخصص في الإنتاج، الأمر الذي يشير إلى أهمية التجارة الخارجية استيرادا وتصديرا.

مساحات وإنتاج محاصيل الخضري في السودان: (المساحة بالالف فدان والكمية بالالف طن)

2014	2014	2015	2015	
الإنتاج	المساحة	الإنتاج	المساحة	المحصول
1583.4	204.7	1575	196.5	البصل
616.7	106.7	612	102	الطماطم
286.5	59.3	284	56.8	البامية
85.1	12.3	83.2	10.4	الباذنجان
413.8	64.3	407.6	58.2	البطاطس
237.7	39	231	33	البامبي
34.1	13.3	31.2	10.4	القرع العسلي
211.9	22	211	21.1	العجور
206.4	32.4	203	29	الكوسا
20.6	12.9	15.4	7.7	الجرجير
38.3	14.3	32	8	ملوخية
43.3	14.8	38	9.5	رجلة
35	15	30	10	الفاصوليا الخضراء
46.1	18	37.6	9.4	الجزر

مساحات وإنتاج محاصيل الفاكهة في السودان:

	2014		2015	
الإنتاج	المساحة	الإنتاج	المساحة	المحصول
941.7	73.2	641.6	72.05	المانجو
910	94.7	909	84	الموز
269.5	56.3	268	48	الليمون
219.1	50.1	216.8	39.5	القريب فروت
152	43.5	150	32.9	البرتقال
144.2	33.6	142.5	22.5	الجوافة
170.9	86.8	168.3	84.2	البطيخ
371.7	42.7	366	36.7	الشمام

أهم صادرات السودان من المحاصيل البستانية:

النباتات الطيبة والعطرية	الخضروات	الفاكهة
سنمكة، حلبة، صمغ اللبان	الفاصوليا	الموز
توم، كركديه	الفلفل والشطة	الشمام
حنطة، بذرة الخلة،	البامية	المانجو

القريب فروت	البطاطس	الشماس، حبة البركة
الليمون	البصل والتوم	يانسون
البطيخ	البسلة	كراوية، حشيشة الليمون
التمور		

صادرات السودان الزراعية خلال الفترة من 2014-2015م:

القيمة بالألف دولار أمريكي				
الفترة	الوحدة	العام 2014		العام 2015
		الكمية	القيمة	القيمة
المحصول				
القطن	بالتة	99374	28724	39365
الصمغ العربي	طن متري	59734	72138	111687
السهم	طن متري	299707	283931	453478
الفول سوداني	طن متري	5815	5373	2994
الكركديه	طن متري	13679	14203	18740
حب البطيخ	طن متري	41386	15119	30650
السنمكة	طن متري	2929	3181	2013
الحنة	طن متري	2905	1159	2803
الذرة	طن متري	19071	5863	28169
بذور زهرة الشمس	طن متري	-	0	102
فواكه وخضروات	طن متري	146016	11850	29446
المجموع			441541	719447

واردات الخضروالفاكهة:

- تشمل واردات الخضروات: الطماطم، الزيتون، القرنبيط، الملفوف.
- الفاكهة تشمل: التفاح، العنب، البرتقال، الفراولة، الكيوي، الكمثرى.

شبكة المعلومات التسويقية الزراعية:

- منهجية جمع المعلومات للوضع الحالي:
- وجود موقع للتسويق يسمى farmers
- www.farmers.sd

- يتم جمع وتحليل الأسعار وعمل نشرة شهرية.
- يوجد عدادون لجمع الأسعار (جملة وتجزئة) بكل وزارات الزراعة بالولايات.
- رفع الأسعار للنظام عبر الموبايل أو مباشر عبر الويب.

- يتم تحليل الأسعار العالمية.
- يتم جمع تكاليف الإنتاج.
- التكاليف والهوامش التسويقية.
- منهجية جمع المعلومات للشبكة:
 - 1- الطريقة مباشرة (إجراء المقابلات).
 - 2- الطريقة غير المباشرة من:
 - نقطة التجارة السودانية.
 - غرفة الصادر.
 - الجمارك السودانية.
 - وزارة التجارة.
 - بنك السودان المركزي.
 - القطاع الخاص.
 - الجهاز المركزي للإحصاء.

المشاكل والمعوقات:

- عدم وجود قاعدة بيانات قومية للتسويق الزراعي (خاصة القطاع البستاني).
- عدم الاستمرارية للأنظمة الموجودة.
- صعوبة الوصول لبعض الأسواق بولايات النزعات.
- صعوبة التحكم في الأسواق.
- ضعف البنيات التحتية للنظام.
- تعدد مصادر جمع بيانات التسويق مما يؤدي لتضارب المعلومات.

أهمية شبكة المعلومات التسويقية الزراعية:

- بناء قاعدة بيانات قومية للتسويق الزراعي بالسودان والوطن العربي.
- مساعدة أصحاب القرار في صياغة السياسات الصحيحة.
- مد المستفيدين من مزارعين، تجار، مصدريين ومستوردين ومستثمرين بالمعلومة التسويقية الصحيحة.
- تعزيز التجارة الخارجية للدول العربية.
- تعزيز قضية انضمام السودان لمنظمة التجارة العالمية.

الثروة الحيوانية بجمهورية السودان :

م. سمية إبراهيم الأمين الأغيش وزارة الثروة الحيوانية
مقدمة

- يمتاز السودان بتعدد المناخات مما أثر في تنوع الثروة الحيوانية (الأنعام) حيث تتركز الإبل في الحزام الشمالي والأبقار في الحزام الجنوبي والغربي بينما تنتشر الأغنام (الضأن والماعز) في كل أنحاء السودان. هذا إضافة إلى الثروة السمكية والدواجن والفصيلة الخيلية. ويتمتع السودان بموارد مائية متنوعة المصادر.

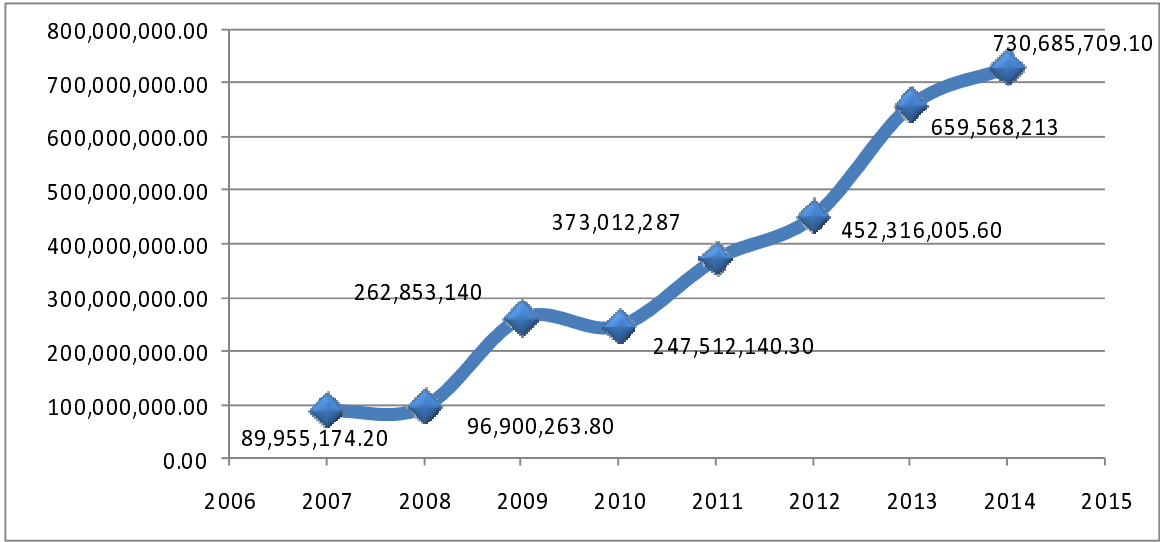
- تعتبر الثروة الحيوانية إحدى الدعائم الهامة في الاقتصاد القومي كونها موردا متجددا لا ينضب ويتفوق السودان بالميزة النسبية للتخصص الإنتاجي، خاصة في ظل الانفتاح التجاري العالمي، حيث يمتلك السودان ثروة حيوانية ضخمة قدرت و 107 مليون رأس لسنة 2016 م (أبقار 30.37 مليون رأس - ضأن 40.21 مليون رأس - ماعز 31.22 مليون رأس - إبل 4.80 مليون رأس)، و عدد 46 مليون رأس من الدواجن، وحوالي 110 ألف طن مخزون سمكي وأحياء مائية، تستند إلى قاعدة إنتاج راسخة وبيئة رعوية سليمة ومعافاة تمكنها من تحقيق الأمن الغذائي.
 - كما يمثل قطاع الثروة الحيوانية الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي والثقافي لشريحة واسعة من المواطنين، ومؤهله بدرجة عالية للإسهام في برنامج الإصلاح الاقتصادي واستدامة النمو، ويساهم بحوالي 20% من الناتج المحلي الإجمالي و 50% من الناتج الزراعي.
- الجدول أدناه يوضح أعداد الثروة الحيوانية وأنواعها (مليون رأس) بناءً على تقديرات أعداد وزارة لثروة الحيوانية.
- أعداد الثروة الحيوانية بالسودان (مليون رأس)

البيان	الأبقار	الضأن	الماعز	الإبل
2016	30.37	40.21	31.22	4.80

- **نمط تربية وحياسة الثروة الحيوانية:**
يندرج نمط تربية الحيوان في السودان في القطاعات التالية:
القطاع الرعوي المترحل: تتوفر فيه المراعي الطبيعية.
القطاع الرعوي المستقر: تتوفر فيه المراعي الطبيعية والمخلفات الزراعية.
المزارع الرعوية في القطاع المطري المروي:
تتوفر فيه المراعي الطبيعية والمخلفات الزراعية والأعلاف المروية.
مراكز التسمين في القطاع المطري والمروي :-
تتوفر فيه المراعي الطبيعية والمخلفات الزراعية والأعلاف المروية والأعلاف المركزة.

المنتجات الحيوانية بالألف طن للعام 2015 م:

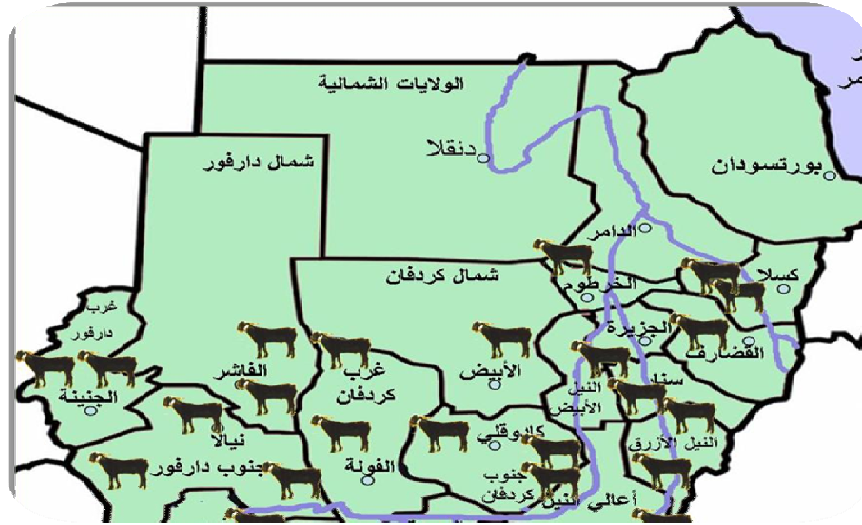
البيان	المنفذ لسنة 2015م
لحوم حمراء	319
ألبان	4939
لحوم دواجن	150
بيض	80



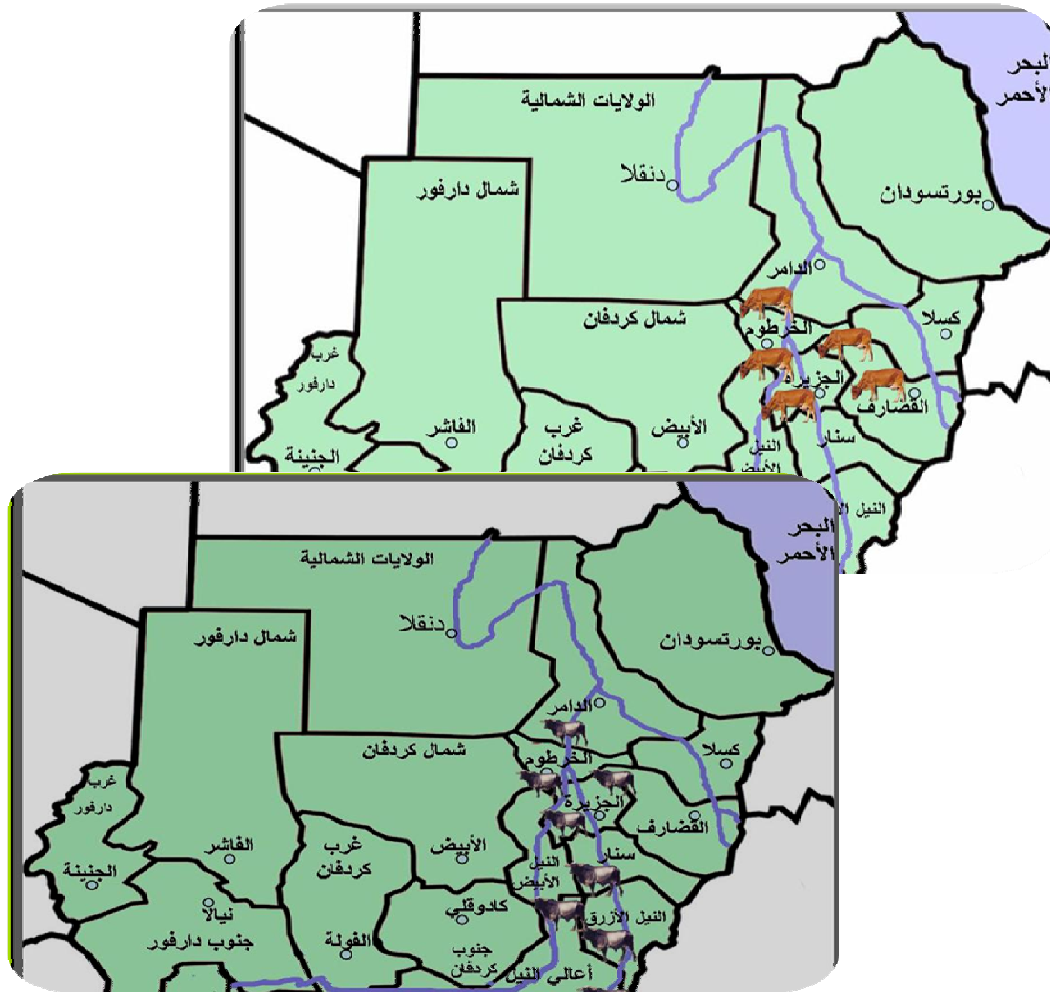
مناطق انتشار الضأن الصحراوي بالسودان:



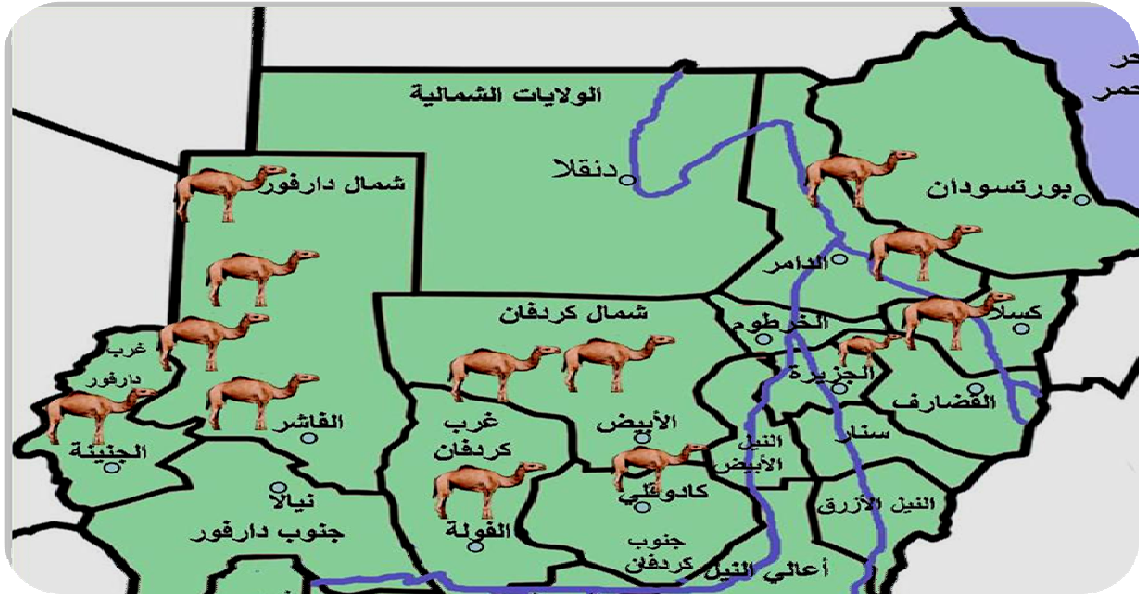
مناطق انتشار الماعز النوبي:



مناطق انتشار الأبقار:



مناطق انتشار لإبل



6 سلطنة عمان:

تجربة الحصول على البيانات وتعبئة استمارات المعلومات التسويقية بسلطنة عمان
م عبد الله بن علي بن حمد القمشوعي

مقدمة:

السوق المركزي الأساسي:

- سوق الموالح المركزي للخضار والفاكهة (مسقط).
- عدد المحافظات 9.
- عدد الولايات: 61 .
- بقية أسواق الخضار والفاكهة .
- أسواق تجزئة تدرج تحت الأسواق المحلية بالسلطنة .

تعبئة الاستثمارات :

- الطرق:
- 1. المقابلة المباشرة مع الطرف الآخر.
- 2. الاتصال الهاتفي .
- لم يتم طلب أية مستندات إثبات من الطرف الآخر.
- الزيارة أكثر من مرة .

الجهات التي تم التعامل معها :

1. سوق الموالح المركزي :
 - الاستبيانات: التجار المصدرون / المستوردون / تجار الجملة.
 - بيانات البنية التسويقية.
2. دائرة الأسعار : المركز الوطني للإحصاء والمعلومات:
 - أسعار التجزئة على مستوى السلطنة
3. دائرة الدراسات والمعلومات التسويقية: وزارة الزراعة والثروة السمكية:
 - التعاون مع موظف الدائرة المختص بسوق الموالح.
 - أسعار الجملة اليومية.
4. دائرة التسويق الزراعي والحيواني: وزارة الزراعة والثروة السمكية:
 - قوائم شركات التسويق الزراعي.

جمعية مزارعي محافظتي الباطنة:

الإيجابيات:

- التعرف عن قرب على المتعاملين مع تجارة الخضروات والفاكهة وفتح قنوات تواصل معهم.
- طرق التصدير والاستيراد المتبعة والمعوقات المصاحبة لذلك.
- مواسم التصدير العمانية والأسواق الخارجية والأصناف.

الصعوبات :

1. تعبئة الاستثمارات يأخذ وقت طويل لكل استثمار:
 - طبيعة الأسئلة.
 - المقابلة تتم في مظلات البيع.
 - اقناع الشخص بالاستثمار والهدف منها.
 - الاستماع للشخص لعرض المعوقات التي تواجهه من الجهات المتعامل معها.
 - تجمع العديد من الناس خلال عملية التعبئة.
 - بعض الأحيان يتطلب زيارة الشركة أكثر من مرة لمقابلة الشخص المسؤول.

- تعذر الحصول على أسعار الجملة بالنسبة للمحافظات الأخرى / سوق الموالح.
2. ارتباط ضابط الاتصال بأعمال القسم بالإضافة إلى إجراء المقابلات وتعبئة الاستمارات:
استمارة المصدرين:

مشاكل الشحن ؟			
جوى	بحرى	برى	البند
			تكلفة الشحن
			التزام الشركات الناقله
			توافر فراغات الشحن
			التجهيزات بالموانئ
			احتكار فراغات الشحن
			اخرى تذكر

تكاليف التصدير للطن وفقا لنوع المحصول				
محصول	محصول	محصول	محصول	البيان
				تجميع المحصول
				تبريد مبدئى
				فرز و تعبئة
				نقل محطات التجهيز
				فرز وتدرج

ماهي المنتجات التي تقوم بتصديرها

المحصول	اصناف التصدير	متوسط الكمية المصدرة في السنة (طن)	أهم الدول المستوردة	موسم التصدير

المشاكل والمعوقات التي تواجهها عند التصدير لأهم الاسواق التي تتعامل معها

السوق	معوقات اجرائية	اهم المنافسين ومدخل التنافس (السعر / موسم التصدير)	اخرى
السوق العربية			
الاتحاد الاوروبي			

استمارة المستوردين تكاليف الاستيراد للطن وفقاً لنوع المحصول

البيان	محصول	محصول	محصول	محصول	محصول
رسوم تخليص جمركي					
تفريغ وتحميل					
نقل مبرد					
تخزين					
فرز					
تعبئة للسوق المحلي					

إستمارة تجار الجملة طرق شراء المحصول :

طريقة الدفع المتبعة	سعر الشراء	كيف يتم تحديد سعر الشراء	النسبة من إجمالي الكمية التي يتعامل عليها	التكاليف التي يتحملها تاجر الجملة					مصدر شراء المحصول
				نقل	تحميل وتفريغ	عبوات	رسوم للسوق	اخرى	
									شراء من جلابين ووسطاء
									شراء من المزارع
									تعاقبات مسبقة مع المزارع
									بيع لحساب الغير مقابل عمولة

النقل :

ماهي طريقة النقل المتبعة :

نقل مبرد : الحمولة :طن نقل عادي : مغطى : مكشوف :
تكلفة النقل / طن / مسافة كم التكلفة / طن / مسافة كم
هل تمتلك عربات نقل خاصة بك؟
الحمولةطن

استمارة الأسعار (الجملة):

ملاحظة: يتم جمع البيان على مستوى كل أسواق الجملة بالدولة من 2012-2015
متوسط الأسعار الشهرية والكميات الواردة من محاصيل الخضر والفاكهة بسوق الجملة ب.....
الكمية : طن
السعر: تحدد العملة المتعامل بها داخل السوق

بيانات السوق الأول :
اسم السوق:

السنة	الشهر	المحصول	الكمية	السعر كجم/دولار	بيانات السوق الثاني : اسم السوق:	الكمية	السعر كجم/دولار	بيانات السوق الثالث : اسم السوق:	الكمية	السعر كجم/دولار
2012	يناير									
2012	يناير									
2012	يناير									
2012	يناير									

سوق الموالح المركزي : دائرة الدراسات والمعلومات التسويقية
استمارة الأسعار (التجزئة)

ملاحظة: يتم جمع البيان على مستوى الدولة من 2012-2015
متوسط الأسعار الشهرية للمستهلك (تجزئة) لمحاصيل الخضر والفاكهة
السعر: تحدد العملة المتعامل بها داخل السوق

السنة	الشهر	المحصول	السعر للكم	السنة	الشهر	المحصول	السعر كجم	السنة	الشهر	المحصول	السعر كجم
2012	يناير			2013	يناير			2014	يناير		
2012	يناير			2013	يناير			2014	يناير		
2012	يناير			2013	يناير			2014	يناير		
2012	يناير			2013	يناير			2014	يناير		

على مستوى القطر (المركز الوطني للإحصاء)

البنية التسويقية المتوفرة بالدولة وتوزيعها الجغرافي على مستوى المحافظات

عربات النقل المبرد	محطات الفرز والتدريج	الشون	مخازن	ثلاجات	
-----------------------	-------------------------	-------	-------	--------	--

العدد	الطاقة التشغيلية	العدد	السعة التخزينية	العدد	السعة التخزينية	العدد	السعة التخزينية طن	العدد	التوزيع الجغرافي /محافظات

دور الهيئة العامة لحماية المستهلك في ضمان سلامة الغذاء بسلطنة عمان:
م. وليد الرواحي.

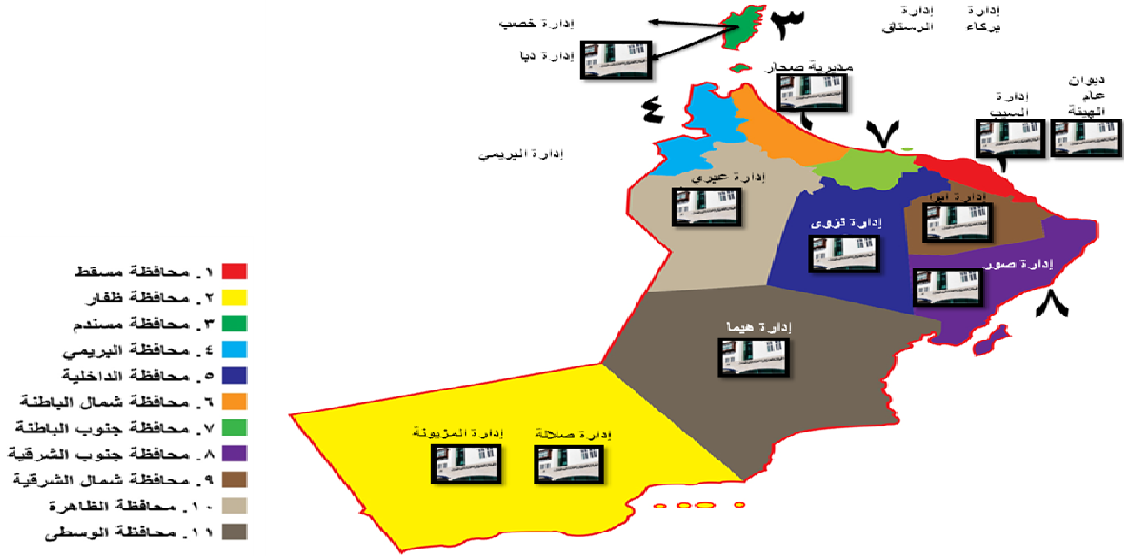
نبذة عن الهيئة العامة لحماية المستهلك:

- ✓ انشأت الهيئة العامة لحماية المستهلك بمرسوم سلطاني رقم 26/2011 الصادر في 28 فبراير 2011م.
- ✓ المقر الرئيسي للهيئة بمحافظة مسقط كما تتبعها (14) إدارة.
- ✓ يبلغ عدد موظفي الهيئة أكثر من 900 موظف.

أهداف الهيئة العامة لحماية المستهلك:

- العمل على حماية المستهلك من تقلبات الأسعار.
- مراقبة أسعار السلع والخدمات في الأسواق والحد من ارتفاعها.
- ضمان تحقيق قواعد حرية المستهلك في الاختيار والمساواة والمعاملة العادلة والأمانة والمصداقية.
- تنمية الوعي العام لدى المستهلك واستخدام الوسائل العلمية السليمة لنشرها على أسس صحيحة ومتوازنة لدى جميع فئات المجتمع.
- إيجاد حلول سريعة لشكاوي المستهلكين.
- مكافحة الغش التجاري والتقليد ومحاربة الاحتكار.

مديريات وإدارات حماية المستهلك بالمحافظات



حقوق المستهلك

سلطنة عُمان
الهيئة العامة لحماية المستهلك

قال تعالى:
(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ يَتْبَغُهَا إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَيِّنَةً مِّنْ تَرَاحُ مَنكُمْ وَلَا تَمْتَلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا) صدق الله العظيم

Dear Consumer
These are your rights granted to you by the law:-

- 1. The right to safety:** To be protected against products, production processes and services which are hazardous to health or life.
- 2. The right to be informed:** To be given the facts needed to make an informed choice, and to be protected against dishonest or misleading advertising and labeling.
- 3. The right to choose :** To be able to select from a range of products and services, offered at competitive prices with an assurance of satisfactory quality.
- 4. The right to be heard:** To have consumer interests represented in the making and execution of government policy, and in the development of products and services.
- 5. The right to satisfaction of basic needs:** To have access to basic, essential goods and services: adequate food, clothing, shelter, health care, education, public utilities, water and sanitation.
- 6. The right to redress:** To receive a fair settlement of just claims, including compensation for misrepresentation, shoddy goods or unsatisfactory services
- 7. The right to consumer education:** To acquire knowledge and skills needed to make informed, confident choices about goods and services, while being aware of basic consumer rights and responsibilities and how to act on them.
- 8. The right to a healthy environment:** To live and work in an environment which is non-threatening to the well-being of present and future generations.

In case your rights are violated, please call the consumer Hotline on:

In case your rights are violated, please call the consumer hotline on:
80079009 80077997

عزيزي المستهلك
هذه هي حقوقك كما افهمها القانون:-

- 1. حق الأمان:** حماية المستهلك من المنتجات والخدمات وعمليات الإنتاج التي تؤدي إلى مخاطر على صحته وحياته.
- 2. حق المعرفة:** تزويد المستهلك بالحقائق التي تساعد على القيام بالاختيار السليم، وحمايته من الإعلانات ومن بطاقات السلع التي تشمل معلومات مضللة وغير صحيحة.
- 3. حق الاختيار:** أن يستطيع المستهلك الاختيار من بين العديد من المنتجات والخدمات التي تعرض بأسعار تنافسية مع ضمان الجودة.
- 4. حق الاستماع إلى آرائه:** أن تمثل مصالح المستهلك في إعداد سياسات الدولة وتنفيذها، وفي تطوير المنتجات والخدمات.
- 5. حق إشباع احتياجاته الأساسية:** أن يكون للمستهلك حق الحصول على السلع الضرورية الأساسية وكذلك الخدمات كالغذاء والكساء والماوى والرعاية الصحية والتعليم.
- 6. حق التعويض:** أن يكون للمستهلك الحق في تسوية عادلة لمطالبه المشروعة، شاملة التعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية.
- 7. حق التثقيف:** أن يكون للمستهلك الحق في اكتساب المعارف والمهارات المطلوبة لممارسة الاختيارات الواعية بين السلع والخدمات، وأن يكون مدركا لحقوق المستهلك الأساسية ومسئوليياته وكيفية استخدامها.
- 8. حق الحياة في بيئة صحية:** أن يكون للمستهلك الحق في أن يعيش ويعمل في بيئة خالية من المخاطر للأجيال الحالية والمستقبلية.

في حالة الإخلال بحق من حقوقك يرجى الاتصال على خط المستهلك على الرقم التالي :-
80079009 80077997

سلطنة عُمان
الهيئة العامة لحماية المستهلك
Sultanate of Oman
The Public Authority for Consumer Protection



إعرف حقك

- 01 عدم الالتزام بضمان الإصلاح والصيانة وقطع الغيار وورش الإصلاح
- 02 اختلاف الوزن المطبوع على المنتج عن الوزن الحقيقي
- 03 الامتناع عن تقديم الخدمة أو بيع السلعة إلا بشرط
- 04 عدم حصولك على فاتورة باللغة العربية
- 05 تداول سلع منتهية الصلاحية أو فاسدة أو مقلدة
- 06 عدم وجود بطاقة السعر على المنتجات المعروضة
- 07 عدم إعطائك المعلومات الصحيحة عن السلعة أو الخدمة
- 08 فرض شراء كميات من السلعة أو الخدمة أو شراء سلع معها
- 09 وضع عبارة « البضاعة المباعة لا ترد ولا تستبدل »
- 10 ممارسة أعمال الدعاية والإعلانات الزائفة أو المضللة
- 11 تقاضي ثمن أعلى من الثمن الذي تم الإعلان عنه للسلعة أو الخدمة

متى أبلغ؟

تابعنا على
FOLLOW US



خط المستهلك
80077997 - 80079009
www.pacp.gov.om

إذا صدر أي من هذه البيانات ما عليك سوى التواصل
مع الهيئة العامة لحماية المستهلك

مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة للهيئة:

	https://www.facebook.com/pacpomani		107,811+ likes
	https://twitter.com/pacp_oman		192,458+ followers
	http://www.youtube.com/channel/UCAJO83QeXkP-EH1f7OGDTcQ?feature=results_main		296,700+ viewers
	http://avb.s-oman.net/forumdisplay.php?f=317		910+ discussions 14,250+ Posts
	Instagram/pacp_oman		5,766+ followers
	https://plus.google.com/+pacpomani		149+ followers

إجراءات استقبال شكاوى المستهلكين بالهيئة:

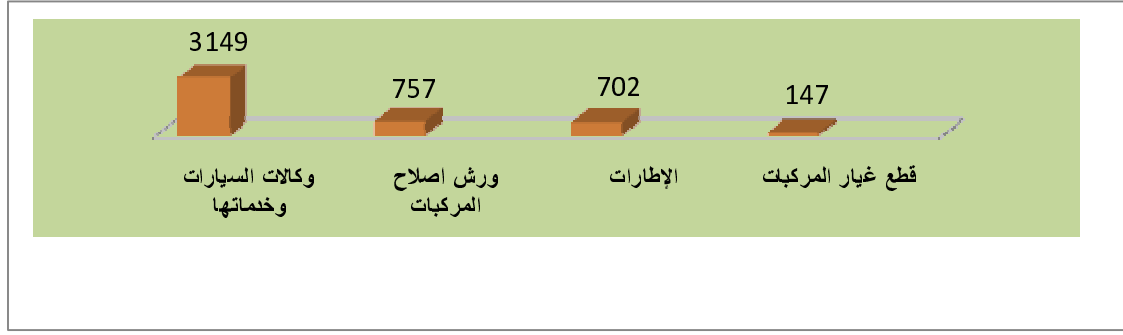
- الشكاوى من المستهلك مع كافة المستندات اللازمة للشكاوى ويتم تسجيلها إلكترونياً في نظام الشكاوى التابع للهيئة.
- استدعاء أطراف الشكاوى (الشاكي والمشكوف في حقه) لمناقشة الشكاوى في الهيئة.
- يتم بحث الشكاوى أثناء موعد الجلسة ومحاولة تسوية الشكاوى بين الأطراف.
- في حالة تسوية الشكاوى بالهيئة يتم توثيق ذلك في (استمارة الاتفاقية) وتعتمد من قبل الأطراف والهيئة وتسلم نسخة منها لهما .
- وفي حالة عدم التسوية يتم أخذ أقوال وإفادة الأطراف وإحالة ملف الشكاوى مع كافة المستندات والوثائق إلى الإدعاء العام لاتخاذ اللازم .
- تكون الشكاوى أحيانا قيد الإجراء بالهيئة في حالة تطلب الأمر إلى رد رسمي من المشكوف في حقه أو انتداب خبير في معاينة السلعة أو الخدمة وإعداد التقرير الفني من قبل الخبير المختص حول محل الشكاوى .

بيانات إحصائية:

إحصائية الشكاوى / البلاغات / المخالفات / السلع المضبوطة / القضايا:

القضايا	السلع المضبوطة	النسبة المئوية %	المجموع	المخالفات	البلاغات	الشكاوى	المديرية / الإدارة
٨٤٧	٥٣٨٦٠	%٢٨	٧١١٤	٢٠٢٣	١٢٥١	٣٨٤٠	مسقط (المقر الرئيسي)
١٥٥	١٤٥٨٢٢	%١٦	٤٠٩٣	٧٢١	١٢١٨	٢١٥٤	مسقط (السيب)
١٩٨	٢١٤٢٤	%١٤	٣٦٤٥	١٢٢٠	١١٤١	١٢٨٤	شمال الباطنة
٥٢	١٥١٧٣	%٥	١١٩٨	٢١٩	٢٤١	٧٣٨	جنوب الباطنة (بركاء)
٦٤	٢٧٨٣	%٣,٧١	٩٣٣	٢٥٧	٢٨١	٣٩٥	جنوب الباطنة (الرساق)
٤٩	١٠٥٢٤٩	%٨,٨١	٢٢١٦	٥٨١	٥٣٣	١١٠٢	ظفار
١٨٦	٢٠٢١٠	%٦	١٥٢٤	٨٩	٤٨١	٩٥٤	الداخلية
٣٠	١٠٢٥٩	%٤	٩٦٣	١٤٧	٢٤٣	٥٧٣	الظاهرة
٦٥	٣٩٩١٩,٥	%٣,٥	٨٨٧	١٨٥	١٩٧	٥٠٥	البريمي
١١٢	٣٠٤٠	%٣,٧	٩٢١	٢٥٩	١٩٥	٤٦٧	شمال الشرقية
٧١	١٨٣٨٢	%٥,١	١٢٩٢	٢٠٨	٣٣٥	٧٤٩	جنوب الشرقية
١٢	٢٨٣	%٠,١٨	٤٦	١٠	١١	٢٥	مسندم (خصيب)
٧	٨٩٧,٥	%٠,٦٢	١٥٧	١٠٠	٧	٥٠	مسندم (دبا)
١	١٣١١	%٠,٣٦	٩١	٤٩	٤٠	٢	الوسطى
٠	٢٢١٠	%٠,٣٠	٧٦	٧٣	٠	٣	الزيوت
١٨٤٩	٤٤٠٨٢٣	%١٠٠	٢٥١٥٦	٦١٤١	٦١٧٤	١٢٨٤١	إجمالي عام ٢٠١٥م
٢٤٢٢	١٤١٥١٤٤	%١٠٠	٢٩١٨٩	٦٣٨٨	٨٨٦٨	١٣٩٣٣	إجمالي عام ٢٠١٤م

بيانات إحصائية عن شكاوى المركبات لعام 2015م



ستدعاءات المركبات خلال الفترة من عام 2014م إلى الربع الأول من عام 2016م

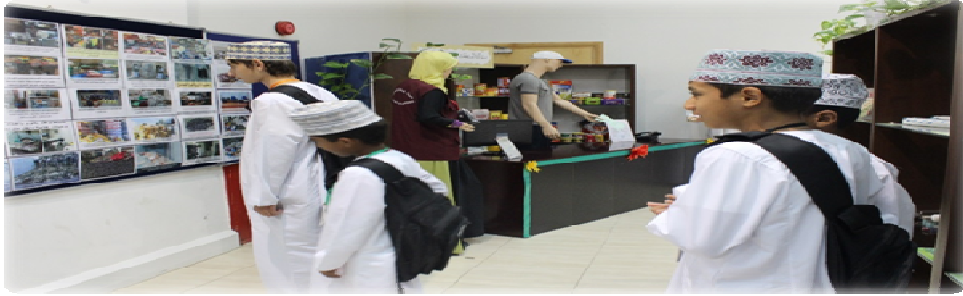
العام	عدد الاستدعاءات	عدد السيارات المتأثرة
2014	68	224608
2015	167	83474
2016 (الربع الأول)	31	100749
المجموع	266	408831

أهم قرارات الهيئة للعام 2015م

م	موضوع القرار	رقم القرار	تاريخه
1	تنظيم تداول الأعشاب الطبيعية والمصنعة والمستخلصات النباتية والأجهزة الطبية والإعلان عنها	2015/254	23 إبريل 2015
2	حظر استخدام الإسفنج والأقمشة والملابس المستعملة في صناعة الأثاث	2015/255	23 إبريل 2015
3	حظر تداول التبغ الممضوغ (غير المدخن)	2015/256	23 إبريل 2015
4	حظر تداول الإطارات المستعملة	2015/257	23 إبريل 2015
5	تنظيم تداول الأجهزة الكهربائية والإلكترونية	2015/258	23 إبريل 2015
6	تعديل القرار 2011/12 بشأن حظر رفع أسعار السلع والخدمات	2015/388	6 يوليو 2015
7	تحديد رسوم طلبات رفع أسعار السلع والخدمات	2015/424	22 يوليو 2015
8	وقف تداول منتج كريم (TOP SHIRLEY)	2015/649	10 نوفمبر 2015
9	وقف تداول منتج العسل الملكي اليمني - السعادة	2015/650	10 نوفمبر 2015
10	حظر تداول بعض المنتجات	2015/697	1 ديسمبر 2015
11	حظر تداول السيجارة والشيشة الإلكترونية	2015/698	1 ديسمبر 2015
12	وقف تداول منتج حقيبة الظهر (Lenovo)	2015/699	1 ديسمبر 2015
13	حظر تداول منتج العسل الملكي	2015/743	21 ديسمبر 2015

الإعلام ومجالات التوعية :

الجانب التوعوي :



المعرض التوعوي المتنقل:



المعرض التوعوي المتنقل :



الموقع الإلكتروني للهيئة:

البوابة الإلكترونية
للهيئة العامة لحماية المستهلك

www.pacp.gov.om

استدعاءات السلع بالموقع الإلكتروني للهيئة:

عالميا

استدعاءات

السيارات

الأجهزة الكهربائية والإلكترونية

أخرى

تحذيرات

المواد الغذائية

الأدوية

أخرى

محليا

استدعاءات

السيارات

الأجهزة الكهربائية والإلكترونية

أخرى

تحذيرات

المواد الغذائية

الأدوية

أخرى

الضبطيات

السيارات

الأجهزة الكهربائية والإلكترونية

أخرى

تطواف محلي و عالمي يستعرض أهم الاستدعاءات والتحذيرات

آخر الأخبار

أكثر من مائة ألف كيلو غرام من الحليب المغشوش
و63 ألف كيس (بطاطس) تم التلاعب بتاريخ صلاحيتها

تمكنت أمس الأحد الموافق 16/11/2014م الهيئة العامة لحماية المستهلك بإدارة السبب من ضبط شركتين الأولى تقوم باستيراد كميات كبيرة من حليب

المرصد العالمي لأسعار السلع الأساسية:

يهدف إنشاء المرصد إلى توفير آلية تستند إليها الهيئة للحد من تقلبات الأسعار من خلال رصد ومتابعة ومراقبة التطورات اليومية في أسعار السلع الضرورية للمستهلكين بالإضافة إلى مراقبة الأزمات التي قد تحدث نتيجة تقلبات السوق المحلية والعالمية والتي تؤثر على المستويات المعيشية للمستهلك.

مرصد الأسعار

الهيئة العامة لحماية المستهلك
The Public Authority for Consumer Protection

سلطنة عمان
الهيئة العامة لحماية المستهلك

الرئيسية | الأسعار المحلية | الأسعار العالمية | أسعار دول الخليج | دخول | ENGLISH

اسم المادة : خام الحديد طن	مصدر الأسعار: الولايات المتحدة الأمريكية اسم المادة : نحاس كوكس رطل	مصدر الأسعار: الولايات المتحدة الأمريكية اسم المادة : نحاس كوكس رطل
السعر : 81.4	السعر : 2.364 دولار أمريكي	السعر : 2.3675 دولار أمريكي



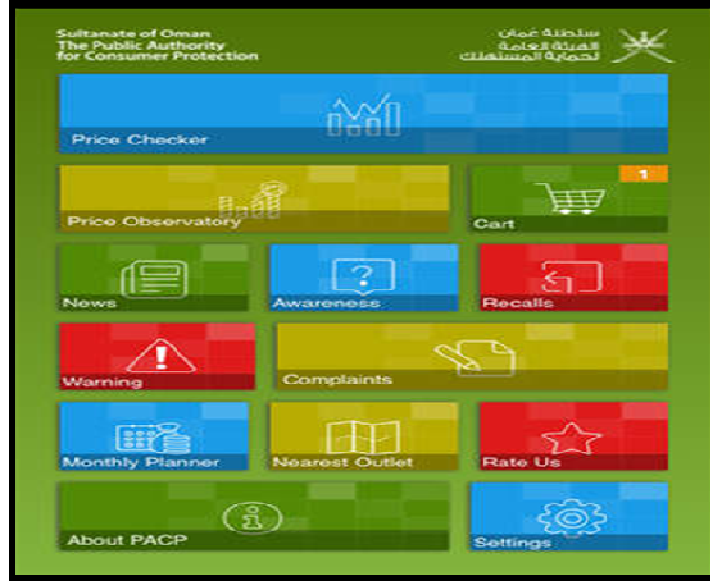
مرصد الأسعار

تسعى الهيئة العامة لحماية المستهلك من خلال إنشاء مرصد الأسعار التي إجاد آلية لرصد ومناخة الواقع الحالي أسعار السلع في مجموعة من الأماكن المختارة على مستوى السلطنة بهدف رصد ومناخة حركة الأسعار لسلة السلع المختارة على مستوى السلطنة في مختلف المحافظات.

مرصد الأسعار بوابتك الرقمية لمعرفة الأسعار

تطبيق الهيئة للهواتف الذكية:

فالبرنامج يزود المستهلك ببيانات ومعلومات تهمة وتلبي احتياجاته سواء من خلال إمداده بقائمة أسعار السلع الاستهلاكية أو توفير النصائح والارشادات والاخبار التي تبرز أدوار الهيئة نحو خدمة وحماية المستهلك. كما يعد البرنامج إحدى القنوات التي يستطيع من خلالها المستهلك ان يتقدم بشكواه أو ابداء آرائه وملاحظاته وجميع هذه البيانات سيتم ربطها بنظام الهيئة الالكتروني الخاص بإدارة مهام التفتيش والاسعار والشكاوى. كما يعمل البرنامج باللغتين العربية والانجليزية.



البرامج الإذاعية والتلفزيونية:





صحف ومجلات توعوية:

صحف ومجلات توعوية



مطويات توعوية :

١- تاريخ الإنتاج : من المهم جداً أن تختار إطار حديث الإنتاج حتى تتجنب أخطاه التخزين، ويكتب تاريخ الإنتاج عادة على جانب الإطار ويتكون من أربعة أرقام فالرقم الأول والثاني من اليسار يدلان على الأسبوع الذي صنع فيه الإطار والرقمان الآخران على سنة الصنع .

نصائح وإرشادات لسلامتك:

١- تأكد دائماً من ضغط الهواء فإن زيادة الضغط يؤدي إلى تآكل وسط الإطار ويمكن الاستعانة لخدمة الضغط المناسب من المصن المثبت في السيارة .

٢- تجنب زيادة الحمل عن الحد الأقصى الذي يتحملة الإطار .

٣- تجنب الضغط على الفرامل بصورة مفاجئة أو تعرض الإطار للصدمة القوية .

٤- الزم القيادة بالسرعات للسوح بها المدونة على الإطار .

٥- تجنب التسارع المفاجئ أو الانعكاف الحاد فذلك يؤدي إلى تلف الإطار .

٦- تجنب شراء الإطارات المستخدمة أو المخزنة لفترات طويلة .

٧- عدم تعرض الرجلة لمواقف لفترات طويلة خصوصاً في فصل الصيف .

٨- تأكد دائماً من عدم وجود أشياء حادة أو صلبة تحت السيارة .

٩- يستحسن عند الحاجة إلى إزاحة ضغط وتعديل الهواء بالإطارات أن يكون الإطار بارداً .

١٠- احرص دافعا عند الشراء على قراءة البيانات المدونة على الإطار ليكون اختيارك المناسب لركبتك .

١١- الزم حدود السرعة القانونية من أجل سلامتك .

المفئة العامة لحماية المستهلك
سلطنة عمان

معلومات ونصائح
عن الإطارات

لدينا على
تواصل معنا
80079009

www.pacp.gov.om

الجوائز التي حصلت عليها الهيئة
حصلت الهيئة على العديد من الجوائز خلال الفترة السابقة.

7- دولة فلسطين:
م. هيا شاكر سليمان

طرق جمع البيانات وتعبئة الاستمارات
المقدمة:

- الزراعة في فلسطين ليست نشاطا اقتصاديا ومصدر دخل فقط بل تعتبر مساهما رئيسيا في حماية الأراضي من المصادرة والاستيطان وتحقيق الأمن الغذائي وتوفير فرص عمل ل(11.5%) من القوى العاملة، وتساهم ب(5.6%) من الناتج المحلي الإجمالي وب(21%) من مجموع الصادرات، بالإضافة إلى إسهامها المباشر في تحسين البيئة والمحافظة عليها.
- ❖ تبلغ المساحة الزراعية الكلية نحو(1.2) مليون دونم، أي ما نسبته (21%) من المساحة الكلية لفلسطين وتشكل مساحة الأراضي البعلية (81%) بينما تشكل المساحة المروية (19%) من مجموع المساحة الزراعية.
- ❖ أما كميات المياه المستخدمة في الزراعة بلغت (146) مليون متر مكعب لعام 2011 وتشكل (44%) من إجمالي المياه المستخدمة .
- ❖ تتمثل رؤية القطاع الزراعي بالهدف العام الذي يسعى لتحقيقه خلال المرحلة القادمة والذي يشكّل الإطار والأساس لمجموعة الأهداف الإستراتيجية وعليه فإن الرؤية المستقبلية للزراعة الفلسطينية هي :-

- 1- زراعة مستدامة ذات جدوى وقدرة على المنافسة محليا وخارجيا والمساهمة بشكل فاعل في تعزيز الأمن الغذائي وارتباط الإنسان الفلسطيني بأرضه وسيادته على موارده وصولا إلى بناء الدولة.
- 2- الإنتاج الزراعي يساهم بشقيه النباتي والحيواني بتشكيل مباشر في تحقيق الأمن الغذائي ومكافحة الفقر عن طريق توفير الغذاء والدخل والعمل للمزارعين وأصحاب العلاقة الآخرين مما يؤدي بالتالي إلى تحسين مستوى المعيشة للمواطنين حيث يحقق الإنتاج الزراعي المحلي نسبة عالية من الاكتفاء الذاتي من معظم الخضار والزيتون وزيت الزيتون ولحوم الدواجن والبيض والعسل والعنب والتين . وبالمقابل يشكل عجزا في المنتجات الزراعية الأخرى، مع العلم أن معظم مدخلات ومستلزمات الإنتاج مستوردة ومحكومة بالسوق الإسرائيلية ومرتبطة بمحددات الاحتلال من حيث النوعية وخاصة الأسمدة الكيماوية.
- 3- بالنسبة للإنتاج النباتي لعام 2011 فقد بلغ إنتاج أشجار الفاكهة (124 ألف طن) وإنتاج الخضراوات (280 ألف طن) والمحاصيل الحقلية (44 ألف طن).
- 4- بالنسبة للإنتاج الحيواني لعام 2011 فقد بلغ إنتاج اللحوم (95 ألف طن) والحليب (194 ألف طن) والبيض (390 مليون بيضة) وبلغت كمية العسل (216 طن) .

معوقات التسويق الزراعي في فلسطين :

- نواجه في فلسطين العديد من المعوقات التسويقية الزراعية وأهمها الاحتلال الإسرائيلي:
- وبالرغم من أنه لا يمكن حصر وتحديد المشاكل والمعوقات التي تواجه الزراعة الفلسطينية بسبب تأثير الاحتلال وممارساته اليومية، ولكن سيتم تحديد أهمها وهي:
 - إنشاء الجدار وما نجم عنه من صعوبات وعزل للأراضي الزراعية، وتدمير للزراعة والبنية التحتية.
 - عدم تمكين الشعب الفلسطيني من إدارة موارده الطبيعية نتيجة لقيام إسرائيل بمصادرة الأراضي، وإغلاق جزء كبير منها كمناطق عسكرية، وإقامة المستوطنات وشق الطرق الالتفافية، بالإضافة إلى عمليات النهب المتواصلة للمياه الفلسطينية.
 - الحد من حرية حركة السلع والخدمات بين المناطق الفلسطينية من جهة، وبينها وبين العالم الخارجي من جهة أخرى، إضافة إلى القيود المفروضة على التجارة الخارجية؛ مما أدى إلى ارتفاع كلفة الإنتاج والتسويق الزراعي، وانخفاض في أسعار السوق المحلية للإنتاج.
 - منع الصيادين في غزة من الصيد في المياه الفلسطينية.
 - منع الرعاة من الوصول إلى المراعي الطبيعية.

طرق جمع البيانات المتبعة في فلسطين:

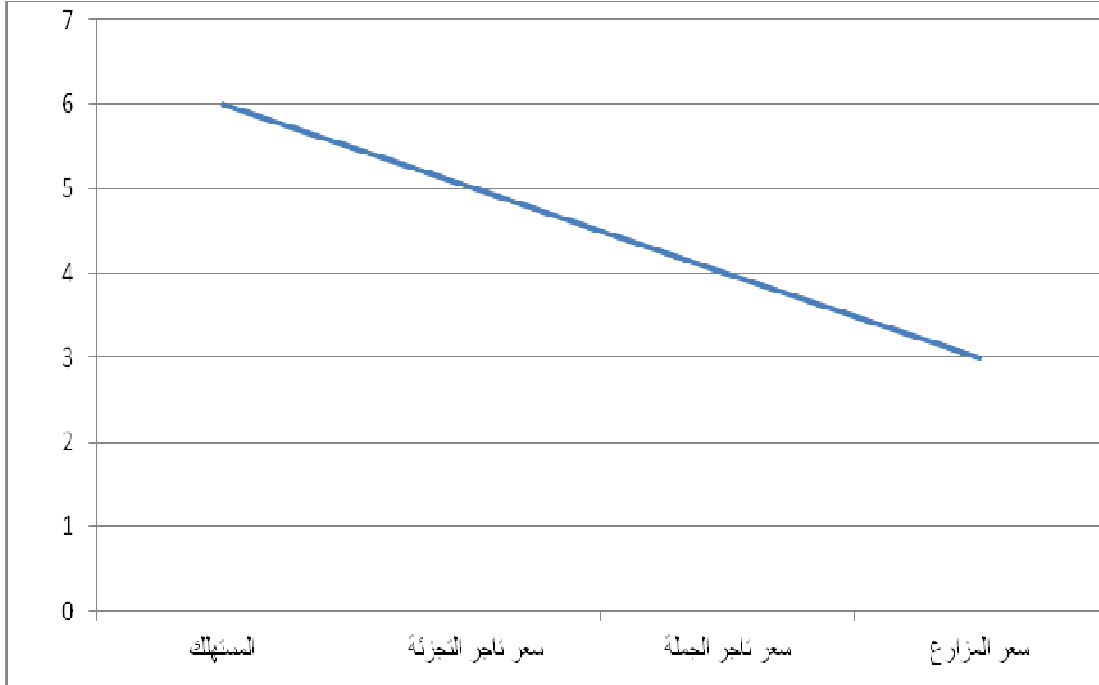
- طرق جمع البيانات في الأسواق المحلية:

 1. الأسعار: ويتم جمع الأسعار بطريقتين وهما:
 - سعر السوق المركزي.
 - سعر المزارع (باب المزارع).

مصدر الاسعار مباشرة من سوق الخضار المركزي في محافظة.....					
الوحدة	السعر الأعلب	السعر الادنى	السعر الاعلى	المنتجات الزراعية	رقم
كغم	2.5	2.5	3	بندورة محمية عنقودية	1
كغم	2	2	2.5	بندورة محمية اخرى	2
كغم	2	2.5	3	كوسا	3
كغم	2	2	2.5	باذنجان عجمي	4
كغم	2	2	2.5	باذنجان اسود رفيع	5
كغم	1.5	1.5	2	خيار	6
كغم	5	5	6	خيار ربيعي	7
كغم	2	2	3	زهرة	8
كغم	4	4	5	ذرة	9
كغم	2	2	3	فلفل حلو	10
كغم	1.5	1.5	2	فلفل حار	11
كغم	2	2.5	3	منقوف	12
كغم	2.5	2.5	3	منقوف أحمر	13
كغم				خس	14
كغم	4	4	5	شمام	15
كغم				فول اخضر	16

سعر السوق المركزي :

الرسم البياني التالي يوضح ارتفاع سعر المنتجات المحلية عند وصولها للمستهلك .



- معدل استهلاك الأسر الفلسطينية لبعض المحاصيل الأساسية في الشهر:

المحصول	معدل الإستهلاك / كغم
البندورة	14.163
الخيار	7.163
البطاطا	10.201
الدجاج الطازج	7.95
لحم الحبش الطازج	0.639
زيت الزيتون	1.312

- مركز الإحصاء الفلسطيني: وهو مصدر آخر لجمع البيانات بحيث يوجد تعاون دائم ومستمر بين الوزارة والمركز، حيث تم عمل أول تعداد زراعي في فلسطين سنة 2010 وهو إنجاز وطني عظيم.
معدل تدفقات الإنتاج:

- هذه التوقعات المقدرة الشهرية حسب النموذج من:
1. حماية المنتج المحلي.
 2. دراسة وضع السوق.
 3. رفع توصيات للسماح أو منع الاستيراد.

المساحة المزروعة وتوقعات الانتاج بالطن من محافظة نابلس لشهر ديسمبر 2014-2015

النوع	انتاج		تشرين اول		تشرين ثاني		كانون اول		كانون ثاني		شباط		آذار		نيسان		ايار		حزيران	
	الانتاج	المساحة	الانتاج	المساحة	الانتاج	المساحة	الانتاج	المساحة	الانتاج	المساحة	الانتاج	المساحة	الانتاج	المساحة	الانتاج	المساحة	الانتاج	المساحة	الانتاج	المساحة
توت ارضي																				
بندورة ارضية	17				10													50		
بندورة محمية																				
بندورة اسلاك																				
بندورة تصنيعية																				
خيار محمي	8				9.13		10													
خيار ارضي																				
خيار تصنيع																				
كوسا																				
بانانجان																				
بطاطا	3.6				2.00															
فاصولياء	2				40		10													
بازيلاء	0.7				100		5													
يامية																				
بطاطا حلوة																				
شمام																				
بطيخ																				
زهرة	2.5				120		150													
ملفوف	2.5				80		100													
فلفل حار مكثرف																				
فلفل حار محمي																				
فلفل حلو مكثوف																				
فلفل حلو محمي																				
فول اخضر	1																			

نماذج

الصادر		الوارد		الصادر		المحصول	الصف	المحافظة
القيمة	الدول الاخرى	القيمة	الطرف الاخر	القيمة	الطرف الاخر			
0	0			0		بندورة	فلفل، نباتات	1
0	0			0	0	باذنجان		
0	0			0	0	فلفل حار		
0	0			0	0	فلفل حلو		
0	0	3000	2000	0	0	بطاطا		
0	0			0	0	بطاطا حلوة		
0	0			0	0	خيار		
0	0			0	0	كوسا		
0	0			0	0	يقطين		
0	0			0	0	قرع		
0	0	271000	135500	0	0	بطيخ		
0	0	16800	14000	0	0	شمام		
0	0			0	0	فقس		
0	0			0	0	فاصولياء		
0	0			0	0	بازلاء		
0	0			0	0	فول اخضر		
0	0			0	0	لوبيا		
0	0			0	0	زهرة		
0	0	3600	2000	0	0	ملغوف		

State of Palestine
Ministry of Agriculture
Tel: 02-2403307 Fax: 02-2403312

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دولة فلسطين
وزارة الزراعة
تلفون: ٠٢-٢٤٠٣٣٠٧ فاكس: ٠٢-٢٤٠٣٣١٢

B تصريح تسويق منتوجات زراعية رقم

مديرية زراعة محافظة

التاريخ بالكلمات: _____ الساعة: _____

وجهة الشحنة: _____ المنطقة: _____

اسم التاجر: _____ موية رقم: _____ رقم السيارة: _____

اسم المساق: _____

Year سنة	Month شهر	Day يوم

العدد	الصف	العدد	الصف	العدد	الصف	العدد	الصف
	شوم		فقس		باذنجان		
	تين		يقطين، لوبيا، لفت		فلفل حار		
	عنب		تفاح		كوسا		
	برقوق، دراق		اجاص		ذرة		
	اخرجادر		جزر		بصل		
	اغانم		فلفل حلو		زهرة		
	ايقار		غراس		ملغوف		
	عجول		اشتال خضار		يامية		
	دواجن		ملوخية		فاصولياء		
	اسماك		قوب		يقدونس		
	بيض		برتقال، ليمون		بندورة		
	لحوم مجمدة		كلمنتينا		بطاطا		
	صيصان لاحم		موز		خيار		
	صيصان بياض		زيت زيتون		بطيخ		
	رمان		زيتون كبوس		شمام		
	المجموع الكلي		اخرى ()		تمر		

تاريخ: / /

حصلت القيمة بایصال رقم: _____ يوم

رسوم التصريح: _____ توقيع مدير الزراعة

ختم رئيس قسم التسويق

التصدير:

- بالرغم من معوقات الاحتلال، وذلك من خلال السيطرة على المعابر والحدود إلا أننا نقوم بتصدير العديد من السلع الزراعية من الدول العربية والأوروبية وأمريكا.

- وهناك آلية متبعة للتصدير وهي عبارة عن لجان فنية تتابع المحصول من المزرعة للقطف والتخزين والتبريد (في بعض الأحيان) وصولاً إلى التصدير.
- حيث تتم مراسلة الجهات الفنية والرسمية المعنية لمتابعة عملية التصدير كالاتي:
 - يتم إصدار شهادة منشأ للمنتج الوطني من قبل الغرف التجارية وتتم المصادقة عليه في وزارة الاقتصاد.
 - وفيما يخص التصدير إلى الدول العربية وأمريكا وأوروبا نأخذ شهادة اليورومن قبل دائرة الجمارك التابعة لوزارة المالية وتصديقها من وزارة الاقتصاد.
- ومن أكثر المنتجات المصدرة إلى الخارج: زيت الزيتون، التمر المجهول، الجوافة، الأعشاب الطبية، الليمون، الأفوجادو، البطاطا، والجزر.
- الجدول التالي يوضح كميات المنتجات المصدرة إلى الخارج :

المحصول	الكميات /طن
زيت الزيتون	3079.7
التمر المجهول	3.0797
الجوافة	525.172
أعشاب طبية	993.723
ليمون	955.984
أفوجادو	307.154
البطاطا	610.636
الجزر	2329.56

الاستيراد من الخارج:

- نقوم باستيراد المنتجات الحيوانية المجمدة والنباتية ومدخلات الإنتاج من معظم الدول (أسمده ومبيدات وتقاوي ومعدات زراعية) نقوم بأخذ موافقات فنية من الإدارات العامة المختصة في الوزارة.

Soaring Prices Monitoring Mechanism (SPMM) DataBase

- وهو عبارة عن قاعدة بيانات لمراقبة أسعار المنتجات الزراعية في فلسطين تساعد في اتخاذ القرارات بالسماح أو منع الاستيراد والتصدير وتنظيم السوق الفلسطيني.
- ويتم إدخال البيانات إلى النظام عن طريق موظفي الوزارة في المقر الرئيسي أو مكاتب المديرية في مختلف المحافظات.

- وتم تطوير هذا النظام بدعم من مؤسسة الأغذية العالمية (FAO) ضمن برنامج (ا- Lbl) في فلسطين. وتتلخص أهداف هذا النظام فيما يلي:

- اتخاذ القرارات الملائمة بالسماح أو منع الاستيراد والتصدير.
- الإنتاج المحلي وأسعاره التقديرية والفعالية.
- الأسعار العالمية وتأثيرها على السوق المحلي.

8-دولة قطر:

م. جابر حمد سالم بو شهاب المري
السوق المركزي في دولة قطر

المقدمة:

يعتبر القطاع الزراعي من الأعمدة الهامة في اقتصاد أي بلد، وإن كان في بعض الأحيان لا يشكل نسبة كبيرة من الدخل القومي، ولكنه يحقق دخلاً مقبولاً لشريحة من العاملين في هذا القطاع، بالإضافة إلى كونه يحقق أمناً غذائياً للدولة، ولو بنسبة قليلة، نأمل أن تعمل الدولة على دعمها وتنميتها، كما أنه يعبر عن سيادة الدولة من خلال قدرتها على تأمين الغذاء لمواطنيها ولو بجزء بسيط، وهو خطوة نحو الاكتفاء الذاتي من الغذاء، وأحياناً يتم تأمين الدخل من القطع الأجنبي للدول التي يشكل فيها القطاع الزراعي نسبة كبيرة من الدخل القومي، ودعمه يمكن أن يساهم في تخفيض مستوى الإنفاق من القطع الأجنبي في الدول التي تستورد كميات كبيرة من الخضار والفاكهة، ولذلك يجب على أي دولة ومهما كان مصدر دخلها أن تولي القطاع الزراعي اهتماماً خاصاً لما للغذاء من أهمية للدولة، مما يجعلها تشعر بنوع من الاطمئنان من ناحية إنتاجها للغذاء من أرضها وبسواعد العاملين في هذا القطاع في البلد.

ويعتبر التسويق الزراعي أحد الأعمدة الأساسية في العملية الزراعية برمتها، ويقصد هنا بتسويق المنتجات الزراعية عملية وصول المنتج الزراعي في نهاية المطاف إلى المستهلك في أجود وأحسن صورة وبأسعار مناسبة، وللمنتج الزراعي خصوصية يختلف بها عن منتج القطاعات الأخرى، كون إنتاجه يتم في وقت محدد من السنة، وهذا الوقت يختلف من محصول لآخر، وفي أحيان كثيرة يكون المحصول غير قابل للتخزين ومتوفر بكميات كبيرة ولا توجد جهات مختصة تقوم بتصنيع المنتجات الغذائية، مما يؤدي إلى عرضه بكميات كبيرة وهذا يؤدي في معظم الأحيان إلى انخفاض سعره، وقد يؤدي إلى خسارة المزارع، ومن هنا تأتي أهمية التسويق الزراعي.

فالتسويق الزراعي يعد العامل الأساسي لاستمرارية إنتاج أي محصول من عدمه، وعليه فإن الاهتمام بهذا الجانب يصبح من الأمور الهامة التي يجب أن تأخذ حيزاً كبيراً من الاهتمام في برامج التطوير والتخطيط الزراعي من أجل إنجاح العملية التسويقية الزراعية، وحصول المنتجين والمسوقين على حد سواء على عوائد مناسبة تجعلهم يستمرون في هذا النشاط، ولذلك فإن الاقتصاديين والمهتمين بالجانب الاقتصادي يحاولون توفير كافة السبل التي تخدم القطاع الزراعي، ومن هذه السبل توفير المعلومات التسويقية وإيصالها إلى المستهدفين، وإنشاء مواقع ربط إلكترونية بين القطاعات ذات العلاقة بالمعلومات التسويقية الزراعية، لتواكب النقلة النوعية في القطاع الزراعي الذي أصبح يعتمد على التقنية الحديثة، التي أحدثت تطورات إيجابية في كفاءة المنتج كما ونوعاً، وهذا الإنتاج يحتاج إلى مكان مناسب يتيح للمزارع عرضه فيه لبيعه، وليصل إلى المستهلك بصورة جيدة، هذا المكان هو السوق المركزي لبيع الجملة.

ويعتبر السوق المركزي في الدوحة من الأسواق التصريفية الأساسية حيث يقوم تجار الجملة العاملين في هذا السوق بتجزئة الكميات الكبيرة الواردة للسوق من مناطق الإنتاج لتوزيعها على تجار نصف الجملة والتجزئة، ويقسم السوق إلى قسمين: قسم يتم فيه بيع الإنتاج المحلي، وقسم يتم فيه بيع الإنتاج المستورد.

وتحدد الأسعار في هذه الأسواق بالاعتماد على مقدار المعروض من المحاصيل في السوق والطلب عليها.

أولاً - الكميات الشهرية للخضراوات المحلية والمستوردة لثلاث سنوات:

❖ كمية الإنتاج الشهرية من الخضار المحلية خلال عام 2011 الكمية: طن

الشهر	يناير	فبراير	مارس	إبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	مجموع
الكمية	1855.5	1758.6	2669.7	2313.2	2150.5	821.4	419.2	313.7	309.5	799.5	1133.3	1234.4	15780.6

❖ كمية الإنتاج الشهرية من الخضار المحلية خلال عام 2012 الكمية: طن

الشهر	يناير	فبراير	مارس	إبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	مجموع
الكمية	2947	3143	3323.5	2673.4	2141.3	740.3	355.4	243.5	489.2	973.2	1746.9	2912	21688.7

❖ كمية الإنتاج الشهرية من الخضار المحلية خلال عام 2013 الكمية: طن

الشهر	يناير	فبراير	مارس	إبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	مجموع
الكمية	3610.7	2507.7	2462.1	2117.8	1963.7	874.2	453.2	431.6	531.9	1043	1969.7	2490.4	20456

❖ كمية الخضار المستوردة لعام 2011 الكمية: طن

الشهر	يناير	فبراير	مارس	إبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	مجموع
الكمية	15519.7	13849.8	19376.4	19216	20613.1	22440.9	22788.4	21709.3	18450.4	19167.3	16635.5	17820.5	227587.6

❖ كمية الخضار المستوردة لعام 2012 الكمية: طن

الشهر	يناير	فبراير	مارس	إبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	مجموع
الكمية	18834.1	15634.6	17569.7	15446.9	21924.9	22898.1	29485.6	22475.9	26488.8	30094.1	28505.7	26822.5	276180.9

❖ كمية الخضار المستوردة لعام 2013 الكمية: طن

الشهر	يناير	فبراير	مارس	إبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	مجموع
الكمية	21109.3	20289.3	21909.6	24545.2	33676.3	31646.9	33071.8	29120.8	28000.1	30919.8	30909.9	35494.2	340693.2

نلاحظ من خلال استعراضنا لجداول الإنتاج الزراعي المورد للسوق المركزي محلي ومستورد، وبشكل خاص الخضار أن الكميات المستوردة من الخضار أضعاف الكميات المنتجة محليا، حتى في ذروة الإنتاج المحلي. لذلك يجب العمل على تقليص هذه الفجوة بين المحلي والمستورد، وذلك باستخدام التقنيات الحديثة في الزراعة وبشكل خاص التوسع بالزراعة في البيوت المحمية المبردة مما يؤدي إلى زيادة الإنتاج وتوزيعه على مدار السنة، والحصول على إنتاج متميز وتقليل الفاقد من محاصيل الخضار وهي خطوة نحو الحصول على مردود جيد للمزارع.

ثانيا - الكميات الشهرية للفاكهة المستوردة لثلاثة سنوات الكمية: طن

❖ كمية الفاكهة المستوردة لعام 2011

الشهر	يناير	فبراير	مارس	إبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	مجموع
الكمية	6453.1	5909.8	7514.9	7206.4	6180.8	6409.9	6615.9	7785.2	6096.9	5798.1	7624.7	7252.6	80848.3

❖ كمية الفاكهة المستوردة لعام 2012

الشهر	يناير	فبراير	مارس	إبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	مجموع
الكمية	7393.2	6977.9	7231	7441.3	8179.1	7658.1	8273.1	7916.1	7756.3	10086.1	10038.8	9795.1	98746.1

❖ كمية الفاكهة المستوردة لعام 2013

الشهر	يناير	فبراير	مارس	إبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	مجموع
الكمية	6887.1	6305.8	6715.9	7521.7	9907.3	8841	8742.1	7991.6	8208.4	7753.9	7445	8370.5	94690.3

ثالثا - آلية عمل السوق المركزي في الدوحة:

يعتبر السوق المركزي في الدوحة بدولة قطر المركز الرئيسي الذي يقوم المنتجون الزراعيون المحليون بتوريد إنتاجهم إليه، بالإضافة إلى كونه السوق الذي يتم توريد الإنتاج المستورد إليه من خارج دولة قطر من الخضار والفاكهة.

يقسم السوق المركزي إلى ساحتين:

الساحة الأولى: ساحة مخصصة لبيع الإنتاج المحلي من الخضار والفاكهة، وتبلغ مساحتها تقريبا 2240 م² بأبعاد 40 x 56 م تقريبا.

يتم توريد الإنتاج المحلي للسوق في مساء اليوم الذي يسبق المزاد أو في ساعة متأخرة من الليل، ويتم تسجيل عدد العبوات للمنتج الزراعي الخاصة بكل مزارع بدون وزنه من قبل شركات الدلالة. **الساحة الثانية:** ساحة مخصصة لبيع الإنتاج المستورد من خارج دولة قطر من الخضار والفاكهة بسيارات مبردة، وتبلغ مساحتها تقريبا 3696 م² بأبعاد 77 x 48 م ويتم السماح لهذه البرادات بالبدء بتنزيل حمولتها ابتداءً من الساعة (10.30) ليلا وحتى (5) صباحا. وتكون هذه البرادات موزونة بوزن إجمالي من قبل الجمارك عند دخولها للبلد ويتم وضع الإنتاج لكل شركة مستوردة في مكان مخصص لها. ونحن في هذه الدراسة سوف نقوم بدراسة عن السوق المركزي في دولة قطر (الجانب المتعلق بالخضار والفاكهة فقط) وسوف نغطي عدة جوانب سوف نوردها لاحقا بالترتيب. وتتم آلية العمل في السوق تحت إشراف من جهتين هما: وزارة البلدية والتخطيط العمراني، ووزارة الاقتصاد والتجارة.

دور وزارة البلدية والتخطيط العمراني : يوجد قسمان تابعان لها في السوق وهما :

- **قسم الرقابة العامة ومهمته :**

- 1- إعطاء الموافقة لبائعي الجملة والمفرق على بدء عملهم، وذلك بعد الحصول على الترخيص من وزارة الاقتصاد لمزاولة هذا العمل، وبشرط حصولهم على سجل تجاري، ويقوم بتأجير محلات بيع الجملة والمفرق بعقد سنوي ويتم فيه تحديد مبلغ الإيجار السنوي.
- 2- القيام بعملية تنظيف السوق يوميا.
- 3- مراقبة عملية بيع المنتج المحلي والمستورد ومنع بيع المحلي في ساحة المستورد والعكس أيضا.

- **قسم الرقابة الصحية ومهمته :**

- 1- الكشف اليومي الظاهري على المنتجات الزراعية (الخضار والفاكهة) التي تدخل السوق المستورد والمحلي من قبل مفتشين مختصين، ويتم ذلك ليلا قبل بيع هذه المنتجات بالمزاد، وإذا لوحظت أية إصابة ظاهرية على المنتج يتم إتلافه على الفور بواسطة فرامة.
- 2- فحص المنتجات مخبريا بشكل دوري يتم كل أسبوعين تقريبا، بأخذ عينات من الإنتاج المستورد (خضار وفاكهة) لبعض الشركات، ومن الإنتاج المحلي لبعض المزارع. وإذا تبين وجود آثار مبيد فوق الحد المسموح به، أو إصابة مرضية أو حشرية تجعل المنتج غير صالح للاستهلاك البشري فإن الكمية تتلف، ويتم معاينة المزارع المحلي بحرمانه من التوريد للسوق لفترة معينة، ومتابعته بعد معاودة التوريد وكذلك الأمر بالنسبة للشركة المستوردة.

دور وزارة الاقتصاد والتجارة متمثلة بقسم الرقابة على الأسعار الموجود في السوق المركزي ودوره هو:

- 1- بالنسبة للإنتاج المستورد يتم منح ترخيص لسيارة البراد بدخول ساحة المزاد من أجل تفريغ حمولتها والخروج بعد ذلك.
- 2- منح تراخيص لمزاولة المهنة لبائعي الجملة ونصف الجملة والمفرق.
- 3- الإشراف على عملية المزاد للإنتاج المستورد .
- 4- الإشراف على الأسعار في سوق المفرق ونصف الجملة وذلك بعد توزيع نشرة الأسعار.
- 5- أخذ عينات من عبوات الإنتاج المستورد والمحلي، ووزنها للتأكد من مدى مطابقتها لما ورد في البيانات، وذلك من أجل عملية تسعير المفرق .

رابعاً - شركات الدلالة الموجودة في السوق :

- 1- في ساحة المحلي توجد أربع شركات وهي :
أ. العالمية ب. الخليج ج. الدانة د. اللنقاوي
- 2- في ساحة المستورد توجد شركتان وهما :
أ. القطرية ب. الجزيرة

خامساً - آلية عمل المزاد في السوق المحلي والمستورد:

1- **الإنتاج المحلي:** يبدأ المزاد الساعة الخامسة صباحاً، ويكون الإنتاج قد تم توريده ليلاً أو مساءً اليوم السابق للمزاد من المزرعة، ولكل دلال مزارعون يقومون بتوريد الإنتاج له على أن يتقاضى نسبة 3% من إجمالي المبيعات التي يقوم بالتدليل عليها، ويقوم الدلال بتحديد سعر البدء بالمزاد، وذلك حسب الكمية المعروضة بالسوق .

ولاحظنا عند حضورنا المزاد أن المنتج ذا النوعية الأولى كميته قليلة، ومن مزارع متميزة ومحددة هذا يؤدي إلى انخفاض في أسعار المنتج لكون الأنواع الأخرى الأقل جودة هي الأكثر مما يؤدي إلى انخفاض في متوسط السعر، ومن أجل أن يتم التغلب على هذه النقطة يجب أن يتم توجيه المزارع إلى استخدام التقنيات الحديثة في الزراعة كالبيوت المحمية وشبكات الري الحديثة واستخدام بذور جيدة، وأسمدة جيدة وبكميات مدروسة مما يؤدي إلى الحصول على منتج متميز وسعر أفضل .

ولوحظ في المزاد المحلي أن محلات نصف الجملة أو شركات الجملة لا تشترك في المزاد، إلا إذا كانت بحاجة إلى منتج معين لالتزامهم بتوريده لجهة معينة. ولو اشتركت لأدى ذلك إلى تحسن السعر.

2- **الإنتاج المستورد:** يبدأ الدلال المزاد الساعة السادسة والنصف صباحاً بحضور مندوب من وزارة الاقتصاد. قسم الرقابة العامة مع كل شركة تقوم ببيع إنتاجها المستورد ولوحظ أنه لا يشترط أن ينتهي المزاد بالمحلي ليبدأ المزاد بالمستورد.

وتجدر الإشارة إلى أن الذي يتحكم بسعر بدء المزاد هو كمية المعروض من الإنتاج في المحلي أو المستورد، ولأن الإنتاج المستورد يبدأ مزاده بعد المحلي فيمكن أن يؤثر هذا على سعر البيع (إن كانت كمية نوع معين قليلة في ساحة المحلي يؤدي ذلك إلى رفع سعرها في ساحة المستورد) ويتقاضى الدلال نسبة 3% أيضاً من إجمالي المبيعات.

وبعد أن ينتهي المزاد في الساحتين يتم تزويد قسم مراقبة الأسعار في السوق (التابع لوزارة الاقتصاد والتجارة) بالأسعار التي تم الوصول إليها، من أجل أن يتم تسعير الإنتاج بنشرة للأسعار يتم تعميمها على كافة مراكز البيع الصغيرة والكبيرة في قطر .

سادساً - تقدير كمية الفاقد من الخضراوات والفاكهة (محلي - مستورد):

من خلال وجودنا في السوق وحضورنا للمزاد المحلي والمستورد لمدة أسبوعين لاحظنا أن كمية الفاقد بسيطة ولا تكاد تذكر، ويمكن أن يعزى ذلك إلى قلّة كمية الإنتاج الموردة للسوق من الإنتاج المحلي خلال هذه الفترة، وأما المستورد فهو ذو نوعية جيدة وتوضيحه جيد مما يؤدي إلى انخفاض نسبة الفاقد.

وتجدر الإشارة إلى توقع ارتفاع نسبة الفاقد كلما ارتفعت درجة الحرارة؛ لأن المنتج بتعرضه لدرجة حرارة مرتفعة يتلف بسرعة، بالإضافة إلى أن الساحة التي يتم فيها عرض المنتج المحلي بالمزاد مكشوفة .

سابعاً - آلية التسعير:

إن الجهة المسؤولة عن عملية التسعير هي وزارة الاقتصاد والتجارة (قسم رقابة الأسعار):

بعد الانتهاء من المزاد في ساحتي المستورد والمفرق يتم أخذ الأسعار النهائية للبيع من قبل شركات الدلالة ويتم إضافة هامش ربح حسب السعر النهائي للعبوة :

- 1- سعر العبوة من 1 إلى 5 ريالات يتم إضافة هامش ربح ريال واحد للعبوة.
- 2- سعر العبوة من 6 إلى 14 ريالاً هامش ربح 2 ريال.
- 3- سعر العبوة 15 ريالاً فما فوق يتم إضافة 3 ريالات.

أما الورقيات فإن الحزمة تتكون من 7 حزمات صغيرة ويتم إضافة هامش ربح حسبما ورد سابقاً. ويتم توزيع هامش الربح على تاجر نصف الجملة والمفرق فيأخذ تاجر نصف الجملة ريال واحد والباقي لتاجر المفرق.

ثامناً - معلومات عن برادات التخزين في السوق المركزي:

تتولى وزارة البلدية والتخطيط العمراني (قسم الرقابة العامة) المسؤولية عن هذه البرادات وتشغيلها وإدارتها في السوق المركزي.

العدد: 22 غرفة براد:

- 16 غرفة مخصصة لتخزين الخضار والفواكه وأحياناً يتم تخزين الجبن والزيتون والتمر فيها.

- 6 غرف متوقفة عن العمل وهي مخصصة للحوم.

المساحة: مساحة الغرفة 7,5م 4م 6,75م.

الجهات التي تقوم بالتخزين: هي الشركات التي لها ترخيص للبيع في ساحة المستورد أو أي شركة لها ترخيص لبيع الخضروات والفواكه. ويتم التخزين بناءً على موافقة رئيس قسم الرقابة العامة، ويتم أخذ موافقة على التخزين لكل أسبوع بشكل مستقل وبموافقة جديدة. ولا يسمح للمنتجين المحليين بتخزين منتجاتهم.

الأجور: من 1 إلى 7 أيام نصف ريال عن كل كرتونة بغض النظر عن حجمها.

من 8 إلى 14 يوماً ريال واحد عن كل كرتونة.

من 15 إلى 21 يوماً ريال ونصف عن كل كرتونة.

ويتم التجديد بعد ثلاثة أسابيع بناءً على موافقة خطية من رئيس القسم.

ولدى سؤالنا المشرف على البرادات عما إذا ما كانت هذه البرادات كافية لتخزين الإنتاج الذي يتم توريده للسوق، أفاد أنها غير كافية لمعظم أشهر السنة (8,5 أشهر تكون البرادات معبأة بشكل كامل ولا تستطيع تلبية طلبات أخرى).

9- الجمهورية اللبنانية:

م. هلا عبد الله

وزارة الزراعة

واقع شبكة المعلومات التسويقية:

الهدف من العمل المقترح هو فهم نظام تسويق المنتجات الزراعية، ووضع قاعدة معلومات توفر معلومات شاملة وتحليلية واضحة عن الأسواق الزراعية من خلال:

• نعبئة الاستثمارات

• تحليل الاستثمارات

المؤسسات أو اللاعبون المشاركون

• المزارعون والموردون.

• التعاونيات.

- تجار الجملة وأصحاب المشاغل والتوضيب .
- المصدرون والمستوردون.
- وزارة الزراعة، وزارة الاقتصاد والمؤسسة العامة لتشجيع الاستثمار (ايدال).
- الوسائل المتوقع استعمالها :
- جمع المعلومات من خلال مقابلات مع أصحاب العلاقة، المراجع المتخصصة، الإحصاءات المتوفرة، تعبئة الاستثمارات.
- برنامج متخصص لإدخال الإحصاءات والحصول على قائمة معلومات توضع بتصريف العاملين في قطاع الزراعي وتستخدم في تقييم سلاسل الإنتاج وسبل تطويرها لاستعمالها لاحقاً في الدراسات ونظم سياسات الدعم.
- GIS لرسم خريطة تحدد مواقع الأسواق ومراكز التوضيب والتبريد.
- خريطة شاملة لسلاسل الإنتاج تحدد.
- جميع الأنشطة التي تمارس في السوق.
- جميع المعلومات التي تحدد هذه الأنشطة.
- وصف تطور نظم سلاسل الإنتاج .

إستراتيجية وزارة الزراعة (2015-2019):

• رسالة الوزارة:

تطوير أداء القطاع الزراعي والمساهمة في التنمية الريفية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية المستدامة في لبنان.

• الرؤية:

تعتمد وزارة الزراعة على مبادئ الحوكمة الرشيدة لتنمية القطاع الزراعي مما يساهم في تحقيق الأمن الغذائي بما فيه سلامة الغذاء والحد من الفقر والهجرة من الريف وخلق فرص عمل ورفع كفاءة الاستخدام الرشيد والمستدام للموارد الطبيعية.

• الهدف العام:

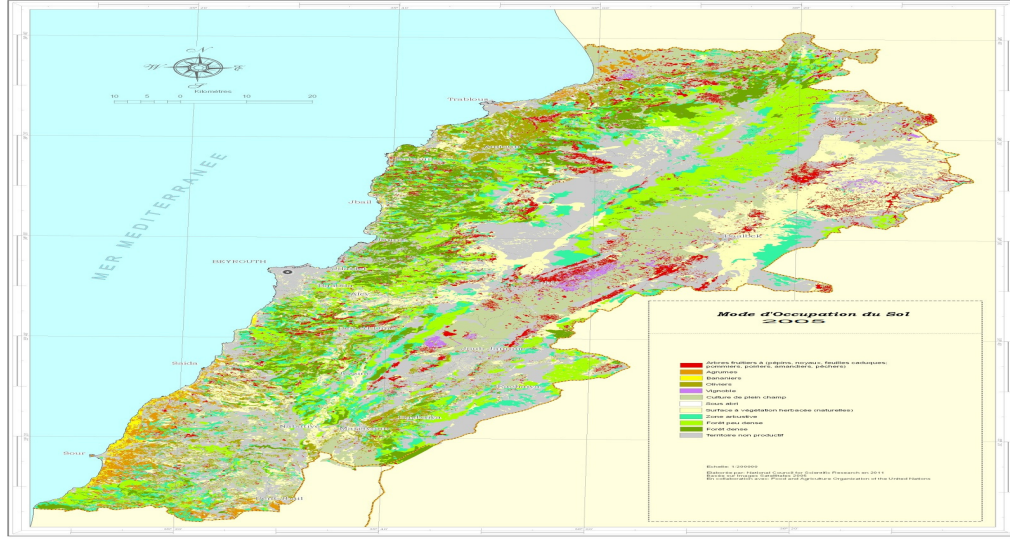
- تطوير أداء القطاع الزراعي يساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والريفية المستدامة.

• الأهداف الخاصة:

- توفير غذاء سليم وذو جودة.
- تعزيز مساهمة الزراعة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- تعزيز الإدارة المستدامة للموارد الطبيعية والوراثية.
- مسارات إستراتيجية وزارة الزراعة:
- المسار الأول: تحسين سلامة وجودة المنتج محلياً والمستورد.
- المسار الثاني: زيادة الإنتاجية والقدرة التنافسية للمنتجات الزراعية اللبنانية.
- المسار الثالث: تعزيز الإدارة الرشيدة والاستثمار المستدام للموارد الطبيعية .
- المسار الرابع: تعزيز الإرشاد والتعليم الزراعي .
- المسار الخامس: تعزيز البحث العلمي الزراعي وعمل المختبرات.

- المسار السادس: تنمية القطاع التعاوني والتعاضدي .
- المسار السابع: تعزيز قدرات وزارة الزراعة.
- المسار الثامن: مواجهة التحديات الناجمة عن تغير المناخ.

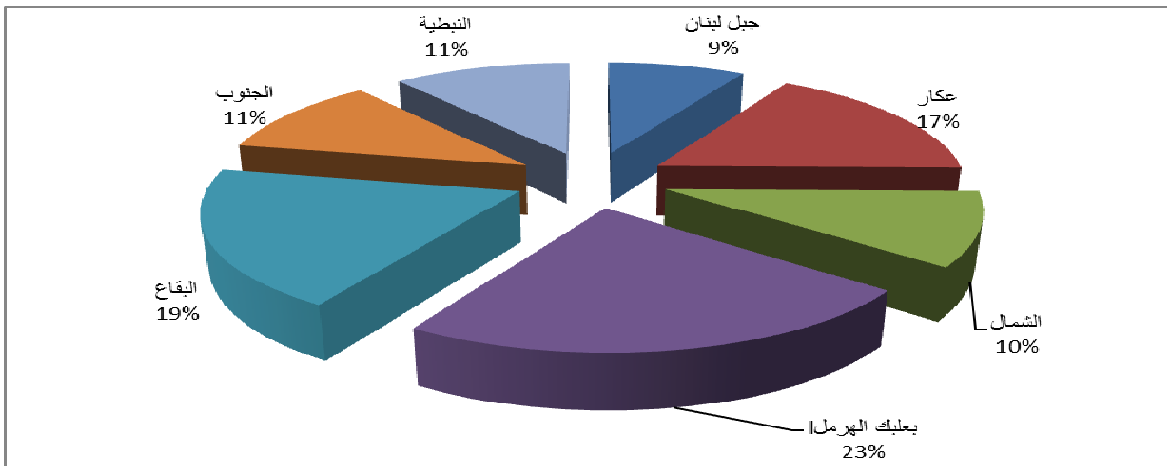
1. واقع الحال في لبنان:



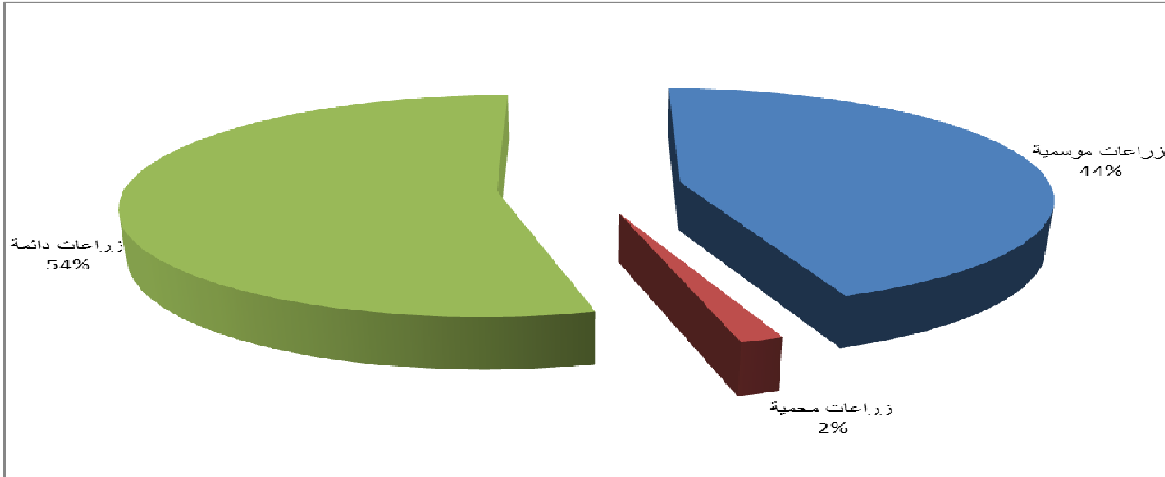
توزيع مساحات الزراعات المختلفة:

- بلغت مساحة الزراعات المختلفة 231 ألف هكتار، خلال السنة الزراعية (2010)، تتضمن هذه المساحة الزراعات الموسمية والمحمية بالإضافة للزراعات الدائمة.

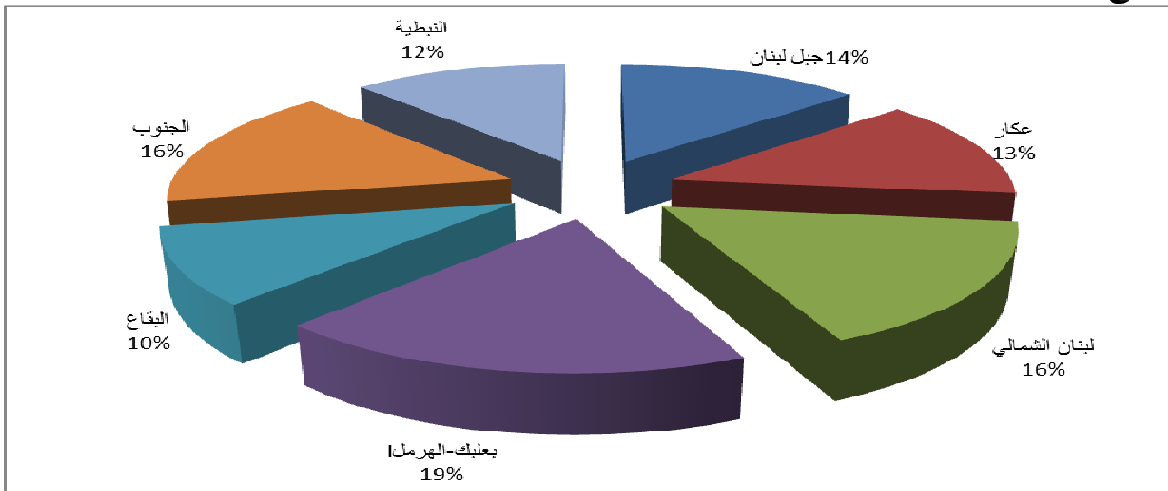
توزيع استغلال الأراضي بحسب المحافظات :



توزيع الأراضي المستغلة بحسب استخدام الأراضي :

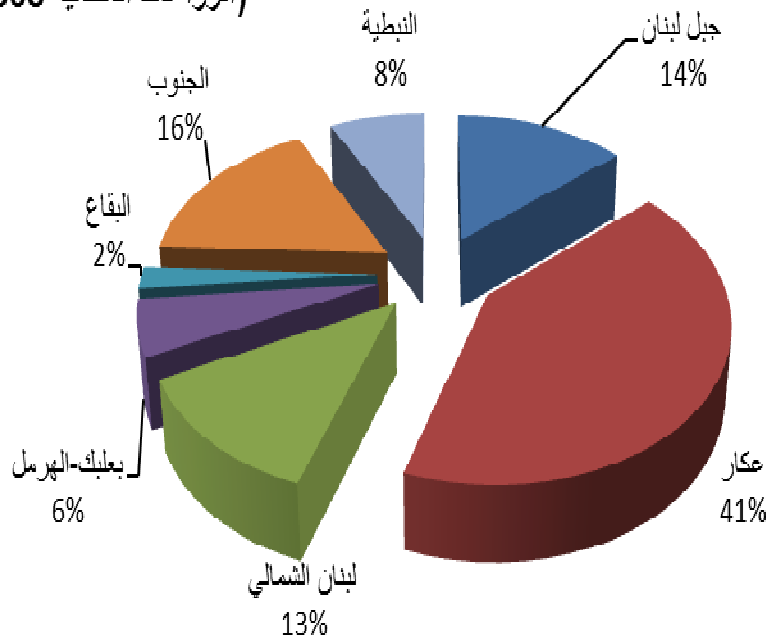


توزيع مساحات الزراعات الدائمة بحسب المحافظات :

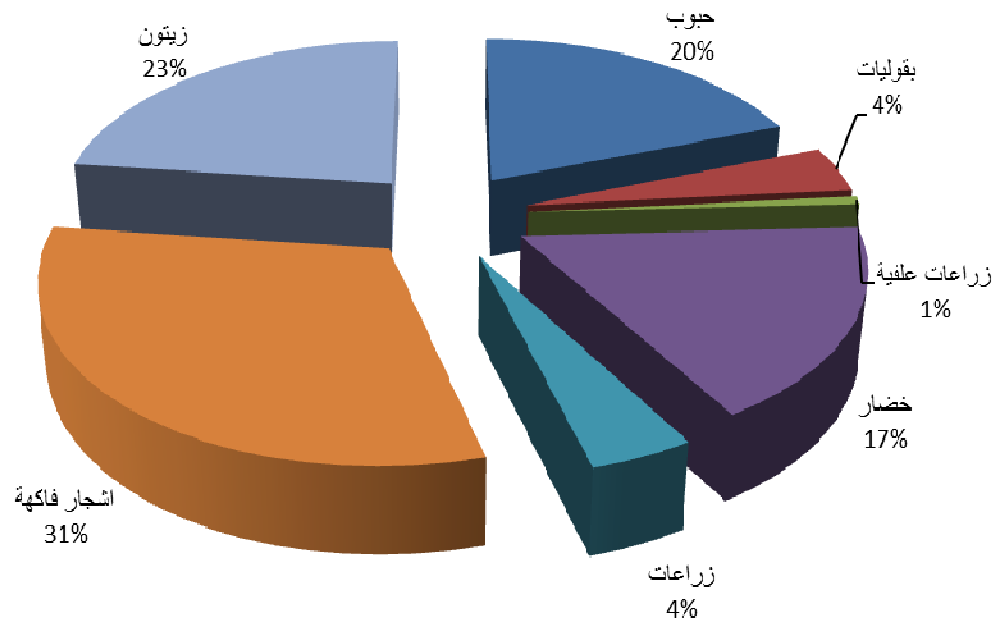


توزيع مساحات الزراعات المحمية بحسب المحافظات :

(الزراعات المحمية 38,008 دونم)



توزيع المحاصيل الزراعية بحسب فئاتها :



أسواق الجملة :

تاريخ تأسيس أسواق الجملة للخضار والفاكهة في لبنان وحجمها

بيروت	سن الفيل	قب الياس	الفرزل	طرابلس	حالات	صيدا	صور	
1948	1975	1997	1978	1933	2004	1956	1981	تاريخ تأسيس السوق
35000	30000	37000	20000	حوالي 5400	30000	11400	29700	حجم السوق / الأرض م ²

عدد التجار والمتاجر في أسواق الجملة للخضار والفاكهة في لبنان:

بيروت	سن الفيل	قب الياس	فرزل	طرابلس	حالات	صيدا	صور	
165.160	87	73	28	180	42	60	62	عدد التجار الدائمين
165.160	87	121	64	180	69	60	62	عدد المحلات المشغولة
لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	4 محلات	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	لا يوجد	عدد المحلات الشاغرة
لا يوجد	لا يوجد	57 تاجرا	لا يوجد	حوالي 35 تاجرا	لا يوجد	120 تاجرا	لا يوجد	عدد التجار الموسمين

أنواع ملكية الأراضي والمتاجر في أسواق الجملة للخضار والفاكهة في لبنان:

بيروت	سن الفيل	قب الياس	الفرزل	طرابلس	حالات	صيدا	صور	
عقاران: عقار للدولة اللبنانية وعقار ذو ملكية خاصة (للرئيس الراحل رفيق الحريري)	عقاران: عقار للدولة اللبنانية وعقار ذو ملكية خاصة (للرئيس الراحل رفيق الحريري)	للبلدية	عقار ذو ملكية خاصة	غير معروف	الوقف الماروني	البلدية	البلدية	ملكية الأرض
بلدية بيروت	التجار	التجار	التجار	غير محدد	التجار	هبة من الرئيس الراحل رفيق الحريري	التجار	بناء السوق
استثمار	استثمار / أسهم	استثمار	خاص	50% من التجار مالكين	استثمار	استثمار	استثمار	ملكية المتجر

قيمة الإيجار وكلفة الخدمات في أسواق الجملة للخضار والفاكهة في لبنان :

بيروت	سن الفيل	قب الياس	الفرزل	طرابلس	حالات	صيدا	صور	
لا يدفع بدل	يدفع إيجار	تدفع	يدفع مبلغ	50% من	يدفع كل	يدفع التجار	67 ألف	إيجار - رسوم

بلدية	إيجار للمتجر تدفع النقابة 50 مليون ليرة كرسم سنوي بلدية الغيري	الأرض للدولة 45 مليون ليرة وإيجار لأصحاب أملاك خاصة (غير محددة)	للبلدية 225 ألف ليرة ويدفع 500 ألف ليرة شهريا بدل إيجار كل متجر	350 ألف ليرة شهريا بدل إيجار كل متجر	التجار مستأجرون إيجار غير محدد	محل 650 ألف ليرة لبنانية سنويا بدل رسوم بلدية ويدفع كل متجر إيجارا شهريا يتراوح بين \$150 - \$250	القدامي 500 ألف ل.ن. سنويا بينما المستأجرون الجدد 4.8 مليون ل.ن. سنويا بدل إيجار عن كل متجر	ليرة شهريا ومذا بدل إيجار عن كل متجر مع كلفة الخدمات
بدل خدمات شهرية	يدفع كل تاجر 250 ألف ليرة	يدفع التاجر نسبة حسب الاسهم	يدفع التاجر 50 ألف ليرة	لا يوجد	يدفع كل تاجر 10 ألاف ليرة	محل \$100 سنويا للسوق	50 ألف ليرة شهريا	

الإدارة في أسواق الجملة للخضار والفاكهة في لبنان:

بيروت	سن الفيل	قب الياص	فرزل	طرابلس	حالات	صيدا	صور
نقابة معلمي وتجار الخضار والفاكهة في بيروت	الجمعية التعاونية التنظيمية لبائعي الخضار في الجملة لسن الفيل	نقابة تجار الخضار والفواكه والحمضيات في البقاع الأوسط.	تجار السوق	نقابة تجار ومعلمي الخضار والفاكهة في محافظة لبنان الشمالي	نقابة تجار ومعلمي الخضار والفاكهة كسروان، جبيل، حالات	جمعية تجار الفاكهة والخضار في صيدا	نقابة معلمي وتجار الفاكهة والخضار بالجملة في صور
نعم	نعم	نعم	لا	نعم	لا	نعم	نعم

البنية التسويقية:

المصدرون والمستوردون:

الأسعار:

- مراكز التوضيب: 144 مركز توضيب، منهم 82 مركزا حائز على المواصفات العالمية
- الثلاجات: 126 مشغل (ثلاجات).
- برنامج AgriPlus: 173 مصدرا.

الأسعار:

- أسعار الجملة تم الحصول عليها من وزارة الزراعة.
- أسعار المفرق تم الحصول عليها من سلة الأسعار في وزارة الاقتصاد.

2. المعوقات:

معوقات الزراعة في لبنان

- ✓ على مستوى المزارع:
- المعايير والمواصفات.
- التخطيط.
- حجم الحيازات الزراعية
- ✓ على مستوى حلقة ما بعد الحصاد:
- تقنيات غير متطورة في مرحلة ما بعد الحصاد.

- خبرة محدودة في إدارة عمليات ما بعد الحصاد.
- عدم انتظام عملية التوريد.
- غياب التنظيم في أسواق الجملة.
- ضعف النواحي اللوجستية والبنى التحتية.

✓ على مستوى التصدير:

- سمعة المنتجات الزراعية اللبنانية
- المشاكل اللوجستية والنقل والمعابر الحدودية

معوقات الأسواق:

من حيث التنظيم:

فعليا، لا توجد آلية أو قوانين تنظيمية تسهل عملية تشغيل السوق:

- التحميل والتفريغ يسببان أزمة في حركة السير.
- حالة الأسواق ليست بالمستوى المطلوب من ناحية النظافة بالرغم من وجود عمال التنظيف.
- عدد المستوعبات قليلة وغير موجودة أمام كل متجر مما يسبب بيئة غير صحية.
- هناك مشكلة ملحّة ترتبط بكميات الأقفاص البلاستيكية المهملة، كما أن عدم ترتيب وتنظيم هذه الأقفاص يسبب تلف في المحتويات.
- عدم توفر احتياطات كافية للطوارئ مثل مكافحة الحريق.
- جميع الأسواق لا تحتوي على صرف صحي مناسب.

معوقات الأسواق:

واقع الأسواق من حيث عرض المنتجات:

- لا توجد معدات خاصة للتفريغ والتحميل.
- لا توضع صناديق الخضار والفاكهة دائما على منصات، ومعظم الوقت موضوعة على الأرض، إما على الطين أو التراب.
- في كثير من الأحيان، تكون الصناديق البلاستيكية مثقلة وغير ملائمة مما يؤدي إلى إلحاق ضرر بالمنتجات.
- هناك سوء تنظيم لعرض المنتجات، كما أن معظم المنتجات تسلم وتباع من دون توضيب ولا تصنيف (باب اول-ثان-ثالث)
- المراقبة على النوعية غير متوفرة، لهذا من الطبيعي أن تكون في معظم الاحيان بضاعة قعر الصندوق ليست بالجودة الظاهرة للعلن.
- لا توجد أية تسهيلات في جميع الأسواق من ناحية التخزين والتبريد والتوضيب.
- كما أنه لا تتوفر برادات التخزين في معظم الأسواق، باستثناء عدد ضئيل من برادات خاصة، صغيرة الحجم عند متاجر بعض التجار.

واقع الأسواق من حيث التداول التجاري:

- إن العلاقة بين المزارعين والتجار مبنية على الاتفاق والثقة في جميع الأسواق.
- يتعامل التجار مع المزارعين بالأمانة، كما وأنهم يقترضونهم في بعض الأحيان لتمويل مستلزمات موسمهم الزراعي.

- بيع التجار منتجات المزارعين بعمولة تتراوح ما بين 5 و 10 % حسب نوع البضاعة.
 - في أكثر الأحيان، لا يعلم المزارع ما هي أسعار المبيع.
 - يتم تسديد حساب المزارعين من التجار خلال أسبوع من وقت تسليم البضائع.
 - لا يوجد نظام للمحاسبة بشكل دقيق ولا كشف يومي يبين حجم المبيعات.
 - في جميع الأسواق، الأسعار غير ثابتة ولا توجد تسعيرة واضحة لأنها تعتمد على العرض والطلب.
- معوقات تعبئة الاستثمارات:**
- المشاكل التي واجهناها خلال تعبئة الاستثمارات:
 - الاستثمارات كبيرة ووقت التجار والمصدرين والمستوردين ضيق
 - خوف تجار الجملة بإعطاء المعلومات حول كميات المتداول فيها داخل السوق خوفا من ملاحقتهم لعدم تسديد ضرائب معينة.
 - في بعض الأسواق لم تعط الحرية للتجار بتعبئة الاستثمارة دون تدخل نقيب السوق أو الجهة المعنية بإدارة سوق الخضار.
 - تدخل نقيب السوق في تحديد التجار الذين شاركوا في تعبئة الاستثمارات بالإجمال مما لا يعكس وجهات نظر جميع التجار.
 - لم يزودنا نقيب السوق بلائحة كاملة عن التجار الموجودين بالسوق خشية الاتصال بهم لاحقا.
 - أجوبة التجار كانت دائما أجوبة عامة ولم يكن لديهم نية بالدخول بالتفاصيل خاصة أن وقتهم كان ضيقا؛ لأن تعبئة الاستثمارات كانت ضمن دوام العمل.
 - لدى تجار الجملة مشاكل كثيرة، تم التركيز عليها خارج نطاق الاستثمارة.
- اقتراحات:**
- تمويل مشروع متكامل بين الدول العربية لبناء شبكة معلومات تسويقية منسقة بين الدول العربية.
 - تفعيل تعبئة الاستثمارات من خلال توفير خبير و:
- SOFTWARE PROGRAM
 - APPLICATIONS
- دورات تدريبية متعلقة بالموضوع وخاصة كيفية التعااطي مع الأشخاص (التاجر،....) لأخذ المعلومات الضرورية.
- ثانياً - العروض المقدمة من المنظمة العربية للتنمية الزراعية:**
- 1- شبكة المعلومات التسويقية الزراعية العربية
- الدكتور بخارق بن موسى الزدجالي - المدير العام للمنظمة
- مبررات إحداث الشبكة:**

❖ غياب آلية لرصد ومتابعة أسعار المنتجات والسلع الزراعية في مواسم الإنتاج المختلفة على المستوى العربي.

❖ نقص المعلومات والإحصاءات الدقيقة في الفوائض من المنتجات والسلع الزراعية المتاحة في الأسواق العربية للتجارة الداخلية والخارجية.

❖ الحاجة الماسة لتنشيط التبادل التجاري الزراعي البيئي العربي.

أهداف إحداث الشبكة:

❖ التعرف بشكل أفضل على حجم الفوائض من المنتجات والسلع الزراعية في كل دولة عربية على مستوى المواسم.

❖ رصد ومتابعة أسعار السلع الغذائية في الأسواق العربية.

❖ تنشيط حركة التجارة الداخلية والخارجية في فوائض المنتجات والسلع الزراعية العربية.

❖ تحسين مردود النشاط الزراعي.

مجالات عمل الشبكة:

❖ جمع وتحليل بيانات ومعلومات التجارة في السلع والمنتجات الزراعية العربية.

❖ نشر معلومات التجارة والتسويق للمنتجات والسلع الزراعية العربية من خلال إصدارات دورية.

❖ الترويج لفرص الاستثمار في تسويق المنتجات والسلع الزراعية في المنطقة العربية.

❖ إجراء الدراسات المتعلقة بأسعار وتسويق وتجارة المنتجات والسلع الزراعية في الدول العربية.

إدارة الشبكة:

يترأس لجنة إدارة الشبكة مدير عام المنظمة.

تتكون لجنة إدارة الشبكة من: إدارة الأمن الغذائي وقسم المعلومات بالمنظمة، وتضم الشبكة:

❖ ضباط اتصال الشبكة بالدول العربية.

❖ وحدة تشغيل صفحة الشبكة.

❖ قاعدة معلومات.

❖ صفحة الشبكة على الموقع الإلكتروني للمنظمة.

مدخلات الشبكة:

❖ بيانات أسعار وكميات المحاصيل الزراعية الشهرية في أسواق الجملة.

❖ بيانات أسعار التجزئة الشهرية للمحاصيل الزراعية.

❖ بيانات المصدرين والمستوردين.

❖ بيانات تجار الجملة.

❖ بيانات شركات الخدمات التسويقية.

❖ بيانات البنيات التسويقية.

❖ بيانات فرص التجارة.

مخرجات الشبكة:

❖ تقارير نتائج تحليل أسعار السلع الزراعية.

❖ تقارير ومعلومات حول:

✓ المصدرين والمستوردين.

- ✓ تجار الجملة.
- ✓ شركات الخدمات التسويقية.
- ✓ البنيات التسويقية.
- ✓ فرص التجارة.

ما تم إنجازه في الشبكة:

- ❖ بناء قاعدة معلومات الشبكة.
 - ❖ تصميم نوافذ الشبكة على صفحتها بموقع المنظمة الإلكتروني.
 - ❖ تصميم مجموعة من الاستثمارات الخاصة بجمع بيانات الشبكة.
 - ❖ اختبار الشبكة عن طريق جمع وإدخال بيانات من جمهورية مصر العربية كنموذج للاختبار.
- اشتمل اختبار الشبكة على تغذية قاعدة البيانات بما يلي:
- ❖ بيانات الاتصال لعينة من مصدري ومستوردي الحاصلات البستانية في جمهورية مصر العربية.
 - ❖ بيانات كميات محاصيل الخضر والفاكهة خلال الفترة (2008 - 2012) في سوق العبور وسوق النهضة وسوق المنصورة في جمهورية مصر العربية.
 - ❖ أسعار الجملة لمحاصيل الخضر والفاكهة خلال الفترة (2008 - 2012) في الأسواق الثلاثة.
 - ❖ بيانات وصفية عن البنية الأساسية والموقع الجغرافي وهياكل الأسواق الثلاثة.
 - ❖ بيانات عن البنية التسويقية المتاحة على مستوى محافظات جمهورية مصر العربية.
 - ❖ بيانات أسعار التجزئة لمحاصيل الخضر والفاكهة خلال الفترة (2012 - 2014).
 - ❖ الدليل الموسمي لكميات وأسعار أهم محاصيل الخضر والفاكهة لسوق النهضة.

النواتج المتوقعة من أحداث الشبكة:

- ❖ توفر معلومات عن أسعار وحجم الفوائض في المنتجات والسلع الزراعية في الدول العربية في المواسم الزراعية المختلفة.
- ❖ تحسن في مستوى التجارة الزراعية العربية البينية في المنتجات والسلع الزراعية والسمكية.
- ❖ تحسن فرص الاستثمار في تسويق المنتجات والسلع الزراعية في المنطقة العربية.
- ❖ تدفق منتظم للبيانات والمعلومات التي يتطلبها ترشيد اتخاذ القرارات التسويقية.
- ❖ دعم قدرات مزارعي الحاصلات البستانية في الحصول على البيانات والمعلومات التسويقية.
- ❖ تطوير القدرات ومستويات الأداء للإدارات ذات العلاقة بالشأن التسويقي الزراعي في الوزارات بالدول العربية.
- ❖ تعزيز الروابط فيما بين التجار والمصنعين والمصدرين، وبين مزارعي الحاصلات البستانية، لتشجيع العلاقات الإنتاجية التسويقية التعاقدية.
- ❖ الحد من درجات المخاطر التي تعرض لها كافة الأطراف المتعاملة.

2- نوافذ شبكة المعلومات التسويقية الزراعية العربية

م. ريم المصري

الموقع الإلكتروني للشبكة

<http://196.218.207.251/ArabNWAgrMarkt/>

نماذج لبعض نوافذ الشبكة على موقع المنظمة على الشبكة الدولية:

اسم المستخدم كلمة المرور

تعديل دخول

نسيت كلمة المرور؟

عضو جديد؟

المنظمة العربية للتنمية الزراعية

شبكة معلومات التسويقية الزراعية العربية



الرئيسيةعن الشبكةأخبار الشبكةالمساعدةالاتصال بنا

ضع إعلانك هنا

عدد زوار الموقع	202
المتواجدون حاليا	1

نبذة عن شبكة معلومات التسويقية الزراعية العربية

تمثل مجموعة المنتجات الزراعية البستانية (خضر - فاكهة - نباتات طبية وعطرية - زهور القطف - نباتات الزينة) واحدة من أهم المجموعات المحصولية في الوطن العربي، ليس فقط من منظور المساحة المنزرعة وحجم الإنتاج، وإنما أيضا - وفي المقام الأول - المنظور التسويقي والتصديري. كما تمثل هذه المجموعة المكون الأكثر أهمية على صعيد التجارة الزراعية العربية البينية.

وبالرغم من الطبيعة الموسمية لإنتاج الحاصلات البستانية، إلا أن تعددها وتنوعها الواسع يحقق تخفق كميات هائلة من منتجاتها من حقول الإنتاج إلى الأسواق تقدر يوميا - و دونما توقف على مدار العام - بما يزيد على ربع مليون طن (حوالي 280 ألف طن

أسعار المحاصيل الزراعية

الحايل الموسمي للمحاصيل

المصدرين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

ضع إعلانيك هنا

عدد زوار الموقع	202
المتواجدون حاليا	1

اسعار المحاصيل

استعراض بالخول

المملكة الأردنية الهاشمية	دولة الإمارات العربية المتحدة	مملكة البحرين
الجمهورية التونسية	الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية	جيبوتي
المملكة العربية السعودية	جمهورية السودان	الجمهورية العربية السورية
جمهورية الصومال	جمهورية العراق	سلطنة عمان
دولة فلسطين	دولة قطر	دولة الكويت
جمهورية لبنان	ليبيا	جمهورية مصر العربية
المملكة المغربية	الجمهورية الإسلامية الموريتانية	الجمهورية اليمنية
جزر القمر		

اسعار المحاصيل الزراعية

الدليل الموسمي للمحاصيل

المصدرين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

الإصدارات والتقارير

بيانات تسويقية عن الخولة

بيانات البنية التحتية

الرئيسية	عن الشبكة	العبار الشبكة	الاتصال بنا
أعسار المحاصيل الزراعية	حدد السنة	اسعار المحاصيل	ضع إعلانيك هنا
الدليل الموسمي للمحاصيل	حدد الشهر	النظام قيد الإحتيا	عدد زوار الموقع
المصدرين و المستوردين	حدد السوق	2013	202
تجار الجملة	حدد المحصول	2014	1
شركات الخدمات التسويقية	حدد طريقة ترتيب عرض البيانات	2015	المتواجدون حاليا
فرص التجارة		2016	
الزراعة التعاقدية		سبتمبر	
الإصدارات والتقارير		أكتوبر	
بيانات تسويقية عن الخولة		نوفمبر	
بيانات البنية التحتية		ديسمبر	
		سوق الموالج للحضار	
		سوق صغار للحضار و	
		محاصيل خضر	
		السنة	
		عرض الأسعار...	

قائمة اسعار المحاصيل في : سلطنة عمان

السوق	المحصول	متوسط سعر الجملة	الكمية المتوفرة (الطن)	العملة	شهر	سنة
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	190.00	ريال عماني	يناير	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	70.00	ريال عماني	فبراير	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	60.00	ريال عماني	مارس	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	80.00	ريال عماني	أبريل	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	110.00	ريال عماني	مايو	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	160.00	ريال عماني	يونيو	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	200.00	ريال عماني	يوليو	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	210.00	ريال عماني	أغسطس	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	270.00	ريال عماني	سبتمبر	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	190.00	ريال عماني	أكتوبر	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	180.00	ريال عماني	نوفمبر	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	210.00	ريال عماني	ديسمبر	2012	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	300.00	ريال عماني	يناير	2013	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	140.00	ريال عماني	فبراير	2013	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	80.00	ريال عماني	أكتوبر	2013	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	220.00	ريال عماني	سبتمبر	2013	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	110.00	ريال عماني	أغسطس	2013	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	330.00	ريال عماني	يوليو	2013	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	220.00	ريال عماني	يونيو	2013	
سوق الموالج للحضار والفاكهة	بطاطس	290.00	ريال عماني	مايو	2013	

المنظمة العربية للتنمية الزراعية



شبكة معلومات التسويقية الزراعي



الرئيسية	عن الشبكة	أخبار الشبكة	المساعدة
----------	-----------	--------------	----------

أسعار المحاصيل الزراعية
الحليل الموسمي للمحاصيل
المصدرين و المستوردين
تجار الجملة
شركات الخدمات التسويقية
معرض التجارة
الزراعة التعاقدية
الإصطارات والتفاريح

- مكان السوق: محافظة مسقط/ سلطنة عمان
- تبلغ مساحته: 185000 م²
- عدد المحلات الثابتة : 85 محل / عدد محلات البيع الغير ثابتة تحت المظلات الرئيسية 438 محل ملاحظة
لمحلات الخضروات والفاكهة/ كل المحلات تبيع النوعين
- طريقة تداول المحاصيل داخل السوق: بعد دخول الشاحنات القادمة من خارج السلطنة الى السوق يؤخذ ريال للبراد ثم توزن ويتم دفع رسم مقدارة واحد ريال للطن للحجر الزراعي للتفتيش ضد الأفات وكذا . تخزن البطائح في المعازن أو تذهب مباشرة الى المظلات حيث يحدد لكل مستورد موقف/مواقف خاد البضائع والبيع المباشر الى المشتريين
- عدد التلاجات المبردة: 172 تلاجة والطاقة التشغيلية لها 13650 طن وتبلغ التكلفة الشهرية لتخزين عماني
- (رسوم مكررة) 0.870 ريال للطن رسم دخول + واحد ريال رسم حجر زراعي



عدد زوار الموقع	202
المتواجدين حالياً	1

اسعار المحاصيل

النظام قيد الاختبار

حدد السنة

2011
2012
2013
2014

حدد الشهر

يناير
فبراير
مارس
أبريل

- حدد السوق
- سوق الجملة لتجارة الحضر والماكاه بمدينة العبور
- سوق الجملة للحضر والماكاه بالنزهة الاسكندرية
- سوق الجملة لتجارة الحضر والماكاه بالمنصورة
- سوق الجملة لتجارة الحضر والماكاه بمدينة 6 أكتوبر
- سوق منا
- سوق بورسعيد

حدد المحصول

محاصيل خضر -- طناطم

حدد طريقة ترتيب عرض البيانات

السنة

عرض الأسعار...

اسعار المحاصيل الزراعية

الداخل الموسمي للمحاصيل

المصدورين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

مركز التجارة

الزراعة التعاقدية

الإصدارات والتفاريق

بيانات تسويقية عن الحولة

بيانات البنية التحتية

قائمة اسعار المحاصيل في : جمهورية مصر العربية

السوق	المحصول	متوسط سعر الجملة	الكمية المتوفرة (الطن)	العملة	شهر	سنة
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيون	طماطر	1060.00	24190.00	جنيه مصري	يناير	2012
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيون	طماطر	800.00	23750.00	جنيه مصري	يناير	2013
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيون	طماطر	1030.00	20780.00	جنيه مصري	يناير	2014
سوق الجملة للحضر والفاكهة بالنزهة الاسكندرية	طماطر	1750.00	6112.00	جنيه مصري	يناير	2012
سوق الجملة للحضر والفاكهة بالنزهة الاسكندرية	طماطر	1250.00	63244.00	جنيه مصري	يناير	2013
سوق الجملة للحضر والفاكهة بالنزهة الاسكندرية	طماطر	4500.00	6789041.00	جنيه مصري	يناير	2014
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بالمنصورة	طماطر	1130.00	240.00	جنيه مصري	يناير	2012
سوق نور سعيد	طماطر	5000.00	400.00	جنيه مصري	يناير	2012
سوق نور سعيد	طماطر	5000.00	400.00	جنيه مصري	فبراير	2012
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بالمنصورة	طماطر	1130.00	655.00	جنيه مصري	فبراير	2012
سوق الجملة للحضر والفاكهة بالنزهة الاسكندرية	طماطر	1130.00	6558.00	جنيه مصري	فبراير	2012
سوق الجملة للحضر والفاكهة بالنزهة الاسكندرية	طماطر	1400.00	6424.00	جنيه مصري	فبراير	2013
سوق الجملة للحضر والفاكهة بالنزهة الاسكندرية	طماطر	1750.00	4114711.00	جنيه مصري	فبراير	2014
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيون	طماطر	1050.00	24790.00	جنيه مصري	فبراير	2012
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيون	طماطر	740.00	22045.00	جنيه مصري	فبراير	2013
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيون	طماطر	980.00	19500.00	جنيه مصري	فبراير	2014
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيون	طماطر	1260.00	25680.00	جنيه مصري	مارس	2012
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيون	طماطر	790.00	23585.00	جنيه مصري	مارس	2013
سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيون	طماطر	1500.00	22450.00	جنيه مصري	مارس	2014
سوق الجملة للحضر والفاكهة بالنزهة الاسكندرية	طماطر	2500.00	6234.00	جنيه مصري	مارس	2012

اسعار المحاصيل

محاصيل الخضار

بصل	خيار	طماطم
فلفل رومي	بطاطس	نُوم
بازلاء	كوسة	فاصوليا خضراء
الجزر	باذنجان	ملوحيّة
البطاطا الحلوة	القلناس	العنبانج
حس	فول اخضر	البنجر
ارضي شوكي	اللفت	ملفوف
بامية	فجل	فجل افرنجي

اسعار المحاصيل

النظام قيد الإختبار

حدد السنة

2013
2014
2015
2016

حدد الشهر

يناير
فبراير
مارس
أبريل

حدد البلاد

دولة الكويت
جمهورية لبنان
ليبيا
جمهورية مصر العربية

حدد طريقة ترتيب عرض البيانات

السنة

عرض الأسعار...

اسعار المحاصيل الزراعية

الدليل الموسمي للمحاصيل

المصدرين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

الإصدارات والتقارير

بيانات تسويقية عن الحوالة

بيانات البنية التحتية

سنة	شهر	العملة	متوسط سعر الجملة الكمية المتوقعة (طن)	السوق	البلد
2012	يناير	ريال عماني	120.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	فبراير	ريال عماني	70.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	مارس	ريال عماني	80.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	أبريل	ريال عماني	80.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	مايو	ريال عماني	230.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	يونيو	ريال عماني	200.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	يوليو	ريال عماني	300.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	أغسطس	ريال عماني	330.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	سبتمبر	ريال عماني	240.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	أكتوبر	ريال عماني	140.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	نوفمبر	ريال عماني	210.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	ديسمبر	ريال عماني	150.00	سوق الموالح للحضار والفاكهة	سلطنة عمان
2012	يناير	جنيه مصري	24190.00	سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيور	جمهورية مصر العربية
2012	فبراير	جنيه مصري	24790.00	سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيور	جمهورية مصر العربية
2012	مارس	جنيه مصري	25680.00	سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيور	جمهورية مصر العربية
2012	أبريل	جنيه مصري	22781.00	سوق الجملة لتجارة الحضر والفاكهة بمدينة العيور	جمهورية مصر العربية

الدليل الموسمي للمحاصيل

استعراض بالدول

مملكة البحرين	دولة الإمارات العربية المتحدة	المملكة الأردنية الهاشمية
جيبوتي	الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية	الجمهورية التونسية
الجمهورية العربية السورية	جمهورية السودان	المملكة العربية السعودية
سلطنة عمان	جمهورية العراق	جمهورية الصومال
دولة الكويت	دولة قطر	دولة فلسطين
جمهورية مصر العربية	ليبيا	جمهورية لبنان
الجمهورية اليمنية	الجمهورية الإسلامية الموريتانية	المملكة المغربية
		جزر القمر

الدليل الموسمي للمحاصيل

النظام قيد الإختبار

- سوق الجملة لتجارة الخضار والفاكهة بمدينة العبور
- سوق الجملة للخضار والفاكهة بالنزهة الاسكندرية
- سوق الجملة لتجارة الخضار والفاكهة بالمنصورة
- سوق الجملة لتجارة الخضار والفاكهة بمدينة 6 أكتوبر
- سوق قنا
- سوق بورسعيد

حدد السوق

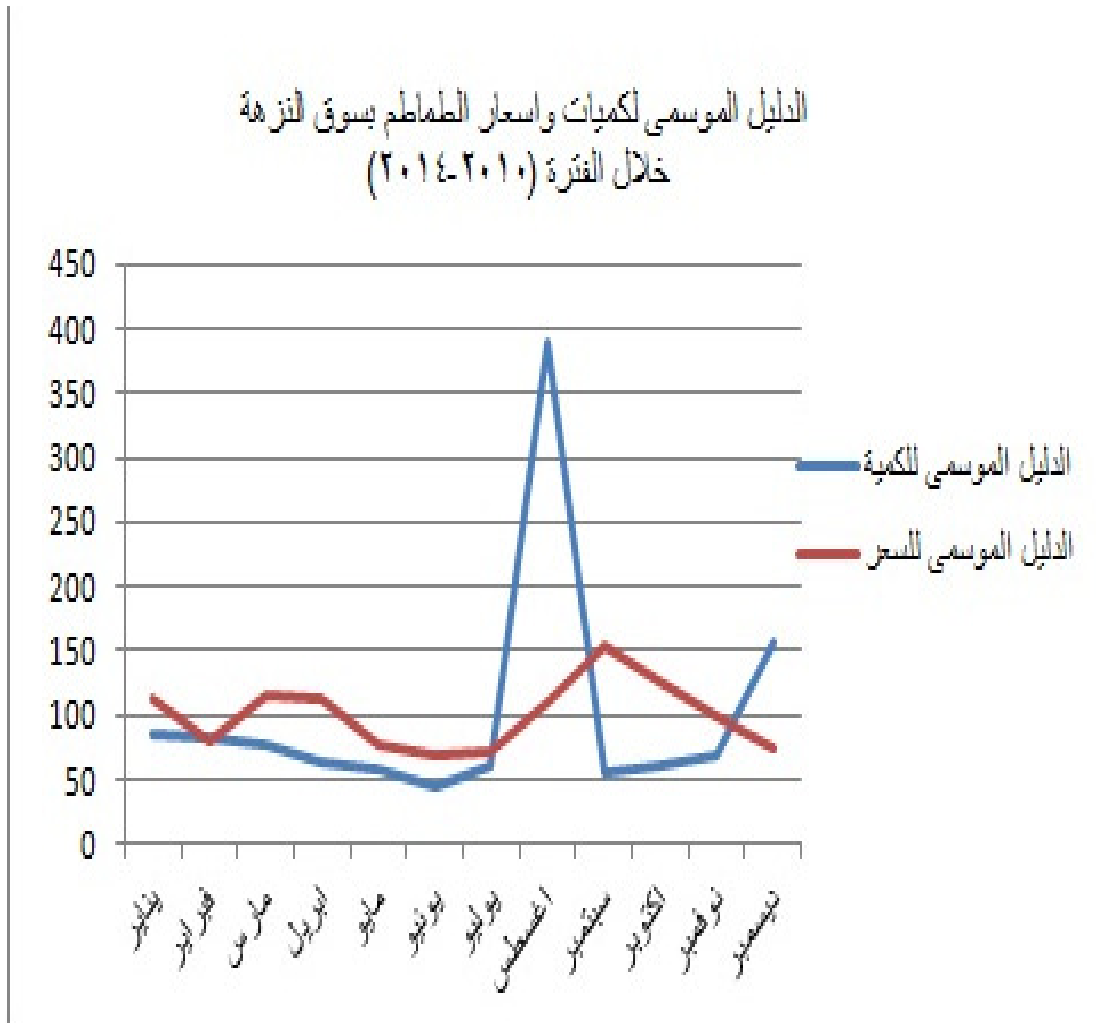
محاصيل خضار -- طماطم

حدد المحصول

بحث.....

جمهورية مصر العربية

السوق	المحصول	العملة	الفترة	الرسم البياني	الجدول
سوق الجملة للحضر والفاكهة بالنزهة الاسكندرية	طماطم جنيه مصري	من 2010 إلى 2014	عرض الرسم البياني	عرض جدول البيانات	



بيانات المصدرين و المستوردين

قائمة المصدرين والمستوردين في سلطنة عمان

المجال	الموقع الإلكتروني	البريد الإلكتروني	الفاكس	الهاتف	العنوان	اسم المصدر
محاصيل - خضر - فاكهة		samaaalburaimi@hotmail.com		0096899888178 0096824546522/	سوق المواالح / مسقط	شركة سماء البريمي
محاصيل - خضر - فاكهة		Ait_oman@hotmail.com		0096899421078	سوق المواالح / مسقط	شركة الامل الدولية
محاصيل - خضر - فاكهة		Al-Riadh@hotmail.com		0096899006303	سوق المواالح / مسقط	شركة الرياض للاستيراد و التصدير
محاصيل					سوق	

البحث في بيانات المصدرين والمستوردين الزراعيين في الوطن العربي

المملكة الأردنية الهاشمية
دولة الإمارات العربية المتحدة
مملكة البحرين
الجمهورية التونسية

حدد الدولة

محاصيل خضر

فاكهة

لم يحدد

مجال الاستيراد /
التصدير

اسم الشركة

بحث

حدد الدولة

المملكة الأردنية الهاشمية
دولة الإمارات العربية المتحدة
مملكة البحرين
الجمهورية التونسية

مداخل خضر

مأكلة

لم يحدد

مجال الاستيراد /
التصدير

اسم الشركة

بحث

قائمة المصدريين والمستوردين

المجال	الموقع الإلكتروني	البريد الإلكتروني	الفاكس	الهاتف	العنوان	اسم المصدر	البلد
لم يحدد		impexmistr@yahoo.com-- info@impexmistr.net	002023908389 002023915189-	002023918704 002023910557- 002023911733	شركة مصر للاستيراد 6 ش عدلي- القاهرة.	شركة مصر والتصدير	جمهورية مصر العربية
لم يحدد		sales@daltexcorp.com	002033044424	002033050505	42 شارع وادي النيل - المهندسين - الجيزة.	شركة دالتكس للزراعة	جمهورية مصر العربية
لم يحدد		n_mistr@link.net --info@nahdet- mistr.com	002037482066 002033361756-	002037608385- 002037498044- 002037491646- 002033363700	70 ش جامعة الدول العربية - المهندسين - الجيزة.	شركة نهضة مصر للتصنيع الزراعي	جمهورية مصر العربية

تاجر الجملة	
قائمة تاجر الجملة في : سلطنة عمان	
اسم التاجر	شركة مهول الفحاء
رقم الهاتف	0096899365538
العنوان	سوق العوالج/ مسقط
البريد الإلكتروني	sftfruit@omantel.net.om
الصفحة الإلكترونية	
الاسواق التي يتعامل معها	سوق العوالج للخضار والفواكه
العصايل التي يتعامل بها	<ul style="list-style-type: none"> - طماطم - خيار - بصل - لوز - كوسة - باذنجان - البرتقال ابو صرة - البرتقال عسير - اليوسفي - العوز - الفراولة - باعبه - الملب
54321	

اسماء العصايل الزراعية
التاجر الموسمي العصايل
المستوردين و الموزعين
تاجر الجملة
شركات الخدمات التسويقية
معرض التجارة
الزراعة التعاقدية
الإستراتيجيات والتطبيقات
بريديات التسويقية عن الجوال
بريديات البنية التحتية

حدد الدولة

- جمهورية الصومال
- جمهورية العراق
- سلطنة عمان
- دولة فلسطين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

الإصدارات والتقارير

بيانات تعويضية عن الدولة

بيانات البنية التحتية

حدد المحاصيل التي تتعامل معها المنتج

محاصيل حضر	فاكهة وأشجار
<input checked="" type="checkbox"/> طعامم <input checked="" type="checkbox"/> خيار <input checked="" type="checkbox"/> بصل <input type="checkbox"/> فوم <input type="checkbox"/> بطاطس <input type="checkbox"/> فلفل رومي <input type="checkbox"/> فاصوليا خضراء <input type="checkbox"/> كوسة <input type="checkbox"/> بازلاء <input type="checkbox"/> ملوحيبة <input type="checkbox"/> باذنجان <input type="checkbox"/> الجزر <input type="checkbox"/> العيافع <input type="checkbox"/> الفلفاس <input type="checkbox"/> البطاطا الحلوة <input type="checkbox"/> البنجر <input type="checkbox"/> فول اخضر <input type="checkbox"/> حنص <input type="checkbox"/> ملفوف <input type="checkbox"/> اللفت <input type="checkbox"/> ارضي شوكي <input type="checkbox"/> فجل افرنجي <input type="checkbox"/> فجل <input type="checkbox"/> بامية <input type="checkbox"/> زهرة <input type="checkbox"/> بصل اخضر <input type="checkbox"/> كرات <input type="checkbox"/> كرفس <input type="checkbox"/> فرع <input type="checkbox"/> زنجبيل <input type="checkbox"/> فلفل حار	<p style="text-align: center;">منصرة</p> <input checked="" type="checkbox"/> البرتقال ابو صرة <input checked="" type="checkbox"/> البرتقال عصير <input checked="" type="checkbox"/> اليوسفي <input checked="" type="checkbox"/> العوز البلدي <input type="checkbox"/> العوز <input type="checkbox"/> المانجو <input type="checkbox"/> العنب البناني <input type="checkbox"/> الفراولة <input type="checkbox"/> الجوافة <input type="checkbox"/> الرمان <input type="checkbox"/> الليمون البلدي <input type="checkbox"/> التين البرشومي <input type="checkbox"/> زيتون <input type="checkbox"/> جريب فروت <input type="checkbox"/> كاكيا <input type="checkbox"/> البطيخ <input type="checkbox"/> بلخ رطب <input type="checkbox"/> قشطة <input type="checkbox"/> تفاح <input type="checkbox"/> تين <input type="checkbox"/> تين شوكي <input type="checkbox"/> شمام عملي <input type="checkbox"/> اجاص <input type="checkbox"/> نارنج <input type="checkbox"/> خوخ <input type="checkbox"/> ليمون <input type="checkbox"/> شمام <input type="checkbox"/> اسكادنيا <input type="checkbox"/> برقوق <input type="checkbox"/> مغمش <input type="checkbox"/> تفاح اخضر <input type="checkbox"/> تفاح احمر <input type="checkbox"/> تفاح اصفر <input type="checkbox"/> عنب اخضر <input type="checkbox"/> عنب اهود <input type="checkbox"/> بابايا <input type="checkbox"/> عنب احمر <input type="checkbox"/> العنب <input type="checkbox"/> تمر ابو نارنجة <input type="checkbox"/> تمر برني <input type="checkbox"/> تمر خصاب <input type="checkbox"/> تمر خلاص <input type="checkbox"/> تمر رززي <input type="checkbox"/> تمر فرض <input type="checkbox"/> تمر مدلوكي

البلد	سلطنة عمان
اسم التاجر	شركة صقر الباز للتجارة
رقم الهاتف	0096824539705
العنوان	سوق الموالح / مسقط
البريد الإلكتروني	najeems@gmail.com
الموقع الإلكتروني	
الاسواق التي يتعامل معها	- سوق الموالح للخضار والفاكهة
المحاصيل التي يتعامل بها	- طماطم - بصل - بطاطس - فلفل رومي - البرتقال أبو صرة - البرتقال عصير - المانجو - خس - البطيخ - شمام عسلي - العنب

الرئيسية	عن الشبكة	أخبار الشبكة	المساعدة	الاتصال بنا
----------	-----------	--------------	----------	-------------

ضع إعلانك هنا

شركات خدمات التسويق الزراعي

استعراض حسب المجال

خدمات نقل مبرد	خدمات تخزين	خدمات نقل
خدمات ارفاذبية	تصدير واستيراد وبيع الخضار والفاكهة	خدمات تخزين مبرد
انتاج وتصدير الخضروات	انتاج وتصنيع المطر الأبيض	انتاج الخضروات بالزراعة المائية والتصدير
منتجات وخدمات زراعية وحيوانية	موز	خدمات ومنتجات زراعية
		منتجات الثور

أسعار المحاصيل الزراعية

الخليل الموسمي للمحاصيل

المصدرين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

معرض التجارة

الزراعة التعاقدية

الإحصارات والتقارير

بيانات تسويقية عن الدولة

عدد زوار الموقع	202
المتواجدين حالياً	1



الرئيسية عن الشبكة أخبار الشبكة المساعدة الاتصال بنا

ضع إعلانك هنا

عدد زوار الموقع	202
المتواجدون حاليا	1

شركات خدمات التسويق الزراعي

المجال: منتجات وخدمات زراعية وحيوانية

البلد	سلطنة عمان
اسم الشركة	الشركة العمانية للتنمية الزراعية (ش.م.ع.ج)
رقم الهاتف	0096826840301/0096826840363
رقم الفاكس	
العنوان	66 ص ب
البريد الإلكتروني	oadc@omzest.com
الموقع الإلكتروني	
تاريخ تأسيس الشركة	
طبيعة النشاط	منتجات وخدمات زراعية وحيوانية
تبعية الشركة	قطاع خاص
مجال عمل الشركة	منتجات وخدمات زراعية وحيوانية
7 6 5 4 3 2 1	

أسعار المحاصيل الزراعية

الحايل الموسمي المحاصيل

المصدرين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرض التجارة

الزراعة التعاقدية

الإصدارات والتفارير

بيانات تسويقية عن الدولة

بيانات البنية التحتية

نتيجة البحث

البلد	سلطنة عمان
اسم الشركة	شركة الامل الدولية للتجارة
رقم الهاتف	0096899421078
رقم الفاكس	
العنوان	
البريد الإلكتروني	Ait-oman@hotmail.com
الموقع الإلكتروني	
تاريخ تأسيس الشركة	
طبيعة النشاط	تصدير واستيراد وبيع الحضار والفاكهة
تبعية الشركة	قطاع خاص
مجال عمل الشركة	تصدير واستيراد وبيع الحضار والفاكهة
... 1 0 9 8 7 6 5 4 3 2 1	



الرئيسية	عن الشبكة	أخبار الشبكة	المساعدة	الاتصال بنا
----------	-----------	--------------	----------	-------------

ضع إعلانك هنا

عدد زوار الموقع	202
المشاهدون حاليا	1

نبذة عن شبكة معلومات التسويقية الزراعية العربية

تعمل مجموعة المنتجات الزراعية البستانية (خضر - فاكهة - نباتات طبية وعطرية - زهور القطف - نباتات الزينة) واحدة من أهم المجموعات المحصولية في الوطن العربي، ليس فقط من منظور المساحة المنزرعة وحجم الإنتاج، وإنما أيضا - وفي المقام الأول - المنظور التسويقي والتصديري، كما تعمل هذه المجموعة المكون الأكثر أهمية في التجارة الزراعية العربية البينية.

من الطبيعة الموسمية لإنتاج الحاصلات البستانية، إلا أن تعددها وتنوعها يقذف كميات هائلة من منتجاتها من حقول الإنتاج إلى الأسواق تقدر يوميا بوقف على مدار العام - بما يزيد على ربع مليون طن (حوالي 280 ألف طن في 201)، لتصل في مجملها السنوي إلى مائة مليون طن.

ومع تدفق هذه الكميات عبر مسالكها التسويقية من المزارعين إلى المصنعين والمستهلكين في الأسواق المحلية والخارجية، تدور عجلة العمل في العذب والعذب من الأنشطة الاقتصادية الهامة التي تسنوب أعدادا هائلة من القوى العاملة، والتي

أسعار المحاصيل الزراعية

التحليل الموسمي للمحاصيل

المصنوعين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

الإصدارات والتقارير

بيانات تعويضية عن الخوالة

بيانات البنية التحتية

فرصة تصدير

فرصة استيراد

فرصة شراء

فرصة بيع

اتصال شبكة المعلومات التسويقية الزراعية	
الطبل الموسمي للمحاصيل	اتشاء حساب جديد
المصدرين و المستوردين	البريد الإلكتروني *
تجار الجملة	اسم المستخدم *
شركات الخدمات التسويقية	كلمة المرور *
فرص التجارة	اعادة كلمة المرور *
الزراعة التعاقدية	اسم الشركة *
الإحصارات والتقارير	سنة التأسيس *
بيانات تسويقية عن الحولة	البلد و المدينة *
بيانات البنية التحتية	الملكة الأردنية الهاشمية * الزرقاء
	العنوان التفصيلي *
	رقم الهاتف: *
	رقم الفاكس: *
	رقم السجل التجاري *
	اتشاء حساب جديد

انشاء حساب جديد

<input type="text" value="elmassry_reema@hotmail.com"/>	*	البريد الإلكتروني
<input type="text" value="AOAD1972"/>	*	اسم المستخدم
<input type="text"/>	*	كلمة المرور
<input type="text"/>	*	اعادة كلمة المرور
<input type="text" value="AOAD"/>	*	اسم الشركة
<input type="text" value="1972"/>	*	سنة التأسيس
<input type="text" value="الخرطوم"/>	*	البلد و المدينة
<input type="text" value="7 شارع العمارات"/>	*	العنوان التفصيلي
<input type="text" value="111"/>	*	رقم الهاتف:
<input type="text" value="222"/>	*	رقم الفاكس:
<input type="text" value="123"/>	*	رقم السجل التجاري

Outlook.com (+) New Reply | Delete Archive Junk | Sweep Move to | Categories |

Search email

Folders

Inbox

Junk

Drafts 4

Sent

Deleted

AOAD

web site

New folder

الشبكة العربية للتسويق الزراعي- المنظمة العربية للتنمية الزراعية

↑ ↓ ×

 شبكة معلومات التسويق الزراعية في الوطن العربي (aoadexpsys@gmail.com) Add to contacts 7:22 PM

To: AOADEXPSYS@gmail.com, elmassry_reema@hotmail.com

لقد تم تسجيلكم

اسم المستخدم كلمة المرور
AOAD1972

تسجيل دخول نسيبت كلمة المرور؟ عضو جديد؟

المنظمة العربية للتنمية الزراعية

شبكة معلومات التسويقية الزراعية العربية



- الرئيسية
- عن الشبكة
- أخبار الشبكة
- المساعدة
- الاتصال بنا

ضع إعلانيك هنا

عدد زوار الموقع	202
المتواجدين حالياً	1

[تسجيل خروج](#)

[إضافة اعلان](#)

[تسجيل فرصة](#)

- أسعار المحاصيل الزراعية
- التحليل الموسمي للمحاصيل
- المصدرين و المستوردين
- تجار الجملة
- أخبار التسويق

المنظمة العربية للتنمية الزراعية



شبكة معلومات التسويقية الزراعية العربية



الرئيسية | عن الشبكة | أخبار الشبكة | المساعدة | الاتصال بنا

ضع إعلاني هنا

فرصة تصدير

عدد زوار الموقع	202
المتواجدين حالياً	1

حدد البلد	جمهورية السودان
الجهة التي قامت بالعرض	AOAD
نوع المحصول	محاصيل خضر
المحصول	بطاطس

بحث...

أسعار المحاصيل الزراعية

التحليل الموسمي للمحاصيل

المصدرين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

عدد زوار الموقع	202
المتواجدين حالياً	1

حدد البلد	جمهورية السودان
الجهة التي قامت بالعرض	AOAD
نوع المحصول	مخاضيل خضر
المحصول	بطاطس
<input type="button" value="بحث..."/>	

نتيجة البحث

البلد	الجهة التي قامت بالعرض	المحصول
جمهورية السودان	AOAD	بطاطس عرض التفاصيل

تفاصيل الفرصة

البلد	جمهورية السودان
الجهة التي قامت بالعرض	AOAD
المحصول	بطاطس
الوصف	شرح التفاصيل
تاريخ البثابة	22/04/2016
تاريخ النهاية	29/04/2016

المصدرين و المستوردين

نجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

الإصدارات والتقارير

بيانات تعريفية عن الدولة

بيانات البنية التحتية

الرئيسية
عن الشبكة
أخبار الشبكة
المساعدة
الاتصال بنا

ضع إعلانك هنا

عدد زوار الموقع	202
المتواجدون حاليا	1

أضف إعلانك على موقعنا

كم باستيفاء الحقول التالية ثم اضغط على إرسال طلب

AOAD1972

• مدة الإعلان الشهرية :

عدد الأيام

يجب ان تقوم بحول الإعلان قبل مدة شهر على الأقل

• حدد تاريخ بداية الإعلان

April 2016						
Su	Sa	Fr	Th	We	Tu	Mo
3	2	1	31	30	29	28
10	9	8	7	6	5	4
17	16	15	14	13	12	11
24	23	22	21	20	19	18
1	30	29	28	27	26	25
8	7	6	5	4	3	2

• حدد تاريخ نهاية الإعلان

April 2016						
Su	Sa	Fr	Th	We	Tu	Mo
3	2	1	31	30	29	28
10	9	8	7	6	5	4
17	16	15	14	13	12	11
24	23	22	21	20	19	18
1	30	29	28	27	26	25
8	7	6	5	4	3	2

مكان الأول

مكان الثاني

مكان الثالث

مكان الرابع

مكان الخامس

• حدد مكان الإعلان

• ملف الإعلان

No file chosen

يجب أن لا يتجاوز عرض الإعلان عن 250 px و الطول 70 px

[إرسال طلب](#)

روابط سريعة

المنظمة العربية للتنمية الزراعية 2016

روابط تسمك

موقع المنظمة العربية للتنمية الزراعية
المكتب الإحصائي المسجل من المنظمة

روابط مفيدة

الوكالة الإلكترونية لسوق المبور في مصر
سوق التسمير لخدمة التصار والتكلمة في السعودية
السوق المركزي للتجار والتوكلمة في الأردن

ضع إعلانك هنا

عدد زوار الموقع	202
العنوان جودون خالبا	1

[قوانين الزراعة التعاقدية في المملكة الأردنية الهاشمية](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في دولة الإمارات العربية المتحدة](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في مملكة البحرين](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في الجمهورية التونسية](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في ليبيا](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في المملكة العربية السعودية](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في جمهورية السودان](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في الجمهورية العربية السورية](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في جمهورية الصومال](#)

[قوانين الزراعة التعاقدية في جمهورية العراق](#)

أبعاد المعامل الزراعية

الحليل الموسمي للمعاصيل

المصدرين و المستورحين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

الإحصاءات والتقارير

بيانات تعويضية عن الحولة

بيانات التبية التحبية



شبكة معلومات التسويقية الزراعية العربية



الرئيسية	عن الشبكة	أخبار الشبكة	المساعدة	الاتصال بنا
----------	-----------	--------------	----------	-------------

ضع إعلانتك هنا

عدد زوار الموقع	202
المتواجدون حالياً	1

حدد البلد
جمهورية مصر العربية

حدد المدينة
كفر الشيخ

بحث

اسم الشركة	abc
العنوان التفصيلي للشركة	a
البريد الإلكتروني	fff@aaa.com
الهاتف	1
الفاكس	2
العدل التجاري	
المحصل المطلوب	بطاطس
الصفات والمعايير المطلوبة	صفات المحصول المطلوبة بالتفصيل
المكان المطلوب زراعته	اماكن المطلوب زراعتها بالتفصيل
المساحة المطلوبة	100 فدان
الكمية المطلوبة	10000 طن
خلال الفترة	الزراعة في شهر يونيو والحصاد في شهر أكتوبر

أسعار المحاصيل الزراعية

التكامل الموسمي للمحاصيل

المصدرين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

الإصدارات والتقارير

بيانات تسويقية عن الدولة

بيانات السنة التقنية

الرئيسية
عن الشبكة
أخبار الشبكة
المساعدة
الاتصال بنا

ضع إعلانك هنا

عدد زوار الموقع	202
العنوان حاليًا	1

حدد البلد

جمهورية مصر العربية ▼

حدد المدينة

كفر الشيخ ▼

بحث

أسماء المزارعين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فروع التجارة

الزراعة التعاقدية

الإحصاءات والتقارير

بيانات تسويقية عن الدولة

بيانات البيئة التنحية

اسم المزارع	العنوان التفصيلي	الهاتف المساعدة	المواصفات الفترة	المحاصيل
المزارع س	العنوان التفصيلي للمزرعة	123456 2 فدان	مواصفات العزرة خلال العام	البطاطس ، الطماطم ، الفراولة
المزارع ص	العنوان التفصيلي للمزرعة	1111 5 فدان	مواصفات العزرة خلال العام	البطاطس ، الطماطم ، خيار ، كوسة ، الفراولة



الرئيسية | عن الشبكة | أخبار الشبكة | المساعدة | الاتصال بنا

ضع إعلانك هنا

عدد زوار الموقع	202
المتواجدون حالياً	1

الإصدارات والتقارير

كلمات مفتاحية

نوع التقرير / الاصدار

مؤشرات أسعار

أي تاريخ

التاريخ

[بحث](#)

نتيجة البحث :

أسعار المحاصيل الزراعية

التحليل الموسمي للمحاصيل

المصدرين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

الإصدارات والتقارير

بيانات تسويقية عن الدولة

بيانات البنية التحتية

نوع التقرير / الاصدار

مؤشرات أسعار

التاريخ

أي تاريخ

[بحث](#)

نتيجة البحث :

[متوسط الاسعار الشهرية للمستهلك \(تجزئة \) لمحاصيل النخض والفاكهه في سلطنة عمان لسنة 2012](#)

[متوسط الاسعار الشهرية للمستهلك \(تجزئة \) لمحاصيل النخض والفاكهه في سلطنة عمان لسنة 2012](#)

[اسعار التجزئة البستانية لجمهورية مصر العربية](#)

[اسعار التجزئة البستانية لجمهورية مصر العربية لسنة 2012](#)

[اسعار التجزئة البستانية لجمهورية مصر العربية](#)

[اسعار التجزئة البستانية لجمهورية مصر العربية لسنة 2013](#)

				1
				2
				3
				5
				6
				7
				8
				9
				10
				11
				12
				13
				14
				15
				16
				17
				18
				19
				20
				21
متوسط الاسعار الشهرية للمستهلك (تجزئة) لمحاصيل الخضار والفاكهة				
السعر : الريال العماني				
السنة	الشهر	المحصول	السعر للكم	
2012	يناير	برتقال مستورد	0.533	
2012	يناير	مانجو مستورد	1.101	
2012	يناير	موز محلي	0.436	
2012	يناير	موز مستورد	0.762	
2012	يناير	عنب مستورد	1.315	
2012	يناير	شمش مستورد	1.229	
2012	يناير	بطيخ (جج) محلي	0.213	
2012	يناير	تمر محلي	0.646	
2012	يناير	شمام مستورد	0.475	
2012	يناير	تفاح أحمر مستورد	0.684	
2012	يناير	جوافه مستورد	1.063	
2012	يناير	برقوق مستورد	1.252	
2012	يناير	ملفوف محلي	0.267	
2012	يناير	خيار محلي	0.473	
2012	يناير	زهرة محلي	0.573	
2012	يناير	زهرة مستورد	1.260	

العقد والمساحة أو السعة التصنيعية للشون والمخازن

استعراض بالخول

<u>مملكة البحرين</u>	<u>دولة الإمارات العربية المتحدة</u>	<u>المملكة الأردنية الهاشمية</u>
<u>جيبوتي</u>	<u>الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية</u>	<u>الجمهورية التونسية</u>
<u>الجمهورية العربية السورية</u>	<u>جمهورية السودان</u>	<u>المملكة العربية السعودية</u>
<u>سلطنة عمان</u>	<u>جمهورية العراق</u>	<u>جمهورية الصومال</u>
<u>دولة الكويت</u>	<u>دولة قطر</u>	<u>دولة فلسطين</u>
<u>جمهورية مصر العربية</u>	<u>ليبيا</u>	<u>جمهورية لبنان</u>
<u>الجمهورية اليمنية</u>	<u>الجمهورية الإسلامية الموريتانية</u>	<u>المملكة المغربية</u>
		<u>جزر القمر</u>

أسعار المحاصيل الزراعية

الدليل الموسمي للمحاصيل

المصدرين و المستوردين

تجار الجملة

شركات الخدمات التسويقية

فرص التجارة

الزراعة التعاقدية

الإحصارات والتقارير

بيانات تسويقية عن الخوالة

بيانات البنية التحتية

اسم المستخدم كلمة المرور
AOAD1972

تعديل دخول نسيبت كلمة المرور؟ عضو جديد؟

المنظمة العربية للتنمية الزراعية



شبكة معلومات التسويقية الزراعية العربية



الرئيسية عن الشبكة أخبار الشبكة المساعدة الاتصال بنا

بيانات البنية التحتية التسويقية للدولة قيد التأسيس

أعداد المحاصيل الزراعية
الدخل الموسمي للمحاصيل
المصدرين و المستوردين
تجار الجملة
شركات الخدمات التسويقية
فرص التجارة
الزراعة التعاقدية

ضع إعلانك هنا

عدد زوار الموقع	202
المتواجدين حالياً	1

استثمارات الشبكة

- استثمارة الأسعار الشهرية للمحاصيل الزراعية في أسواق الجملة ومتوسط أسعار التجزئة الشهرية لمحاصيل الخضرة والفاكهة
- استثمارة البيانات العامة وتجمع فيها بيانات البنية التسويقية في الدولة وبيانات أسواق الجملة
- الشركات العاملة في مجال خدمات التسويق الزراعي
- استثمارة استبيان المصدرين
- استثمارة استبيان المستوردين
- استثمارة استبيان بيانات تجار الجملة

3- المعلومات التسويقية وتنمية التبادل التجاري الزراعي العربي:

د. وحيد علي مجاهد

المعلومات- من مادة العلم- والعلم نقيض الجهل والمعلومات نقيض الجهولات

العلم "لغة": إدراك الشئ على حقيقته، أي على ما هو عليه
ومن أحد تعريفاته: هو النشاط الذي يحصل به الإنسان على قدر كبير من المعرفة لحقائق الأشياء
وكيفية التحكم فيها.

وأما المعرفة فهي الرصيد الواسع والضخم من المعلومات والمعارف التي استطاع الإنسان أن يجمعها عبر
التاريخ بحواسه (معرفة حسية) وبفكرة (معرفة فلسفية).

أي نشاط إنساني بلا معلومات هو نشاط عشوائي غير رشيد، لاسيما في عصر المعلومات. واقتصاد،
المعرفة وأى قرارات لا تستند إلى المعلومات، مثلها كمثل التصوير على هدف معين في ظلام حالك.

علم المعلومات: "هو العلم الذي يدرس خواص المعلومات، وسلوكها، والعوامل التي تحكم تدفقها،
ووسائل تجهيزها لتيسير الاستفادة منها بأقصى قدر ممكن". ويشمل أنشطة إنتاج المعلومات، وبثها،
وتجميعها، وتنظيمها، واختزانها، واسترجاعها، وتفسيرها، واستخدامها.

المعلومات أصبحت تمثل إحدى.

الموارد الاقتصادية الهامة - غير المادية والتي تزايد أهميتها يوماً بعد يوم.

غير أنها تتميز عن الموارد المادية بكونها:

• تتسم بالوفرة - على خلاف الموارد المادية، غير أن من ينتجونها قد يعملون على وضع القيود على
انسيابها لإكسابها ندرة مصطنعة، حتى يكون لها قيمة من خلال العرض والطلب.

• تتميز بأنها لا تنفذ باستهلاكها، وإنما تنمو وتزداد انتشاراً، وقد يتولد عن استهلاكها معلومات
جديدة.

• تتميز بسهولة انتقالها عبر وسائط عديدة ومتنوعة.

• تتسم بتعدد مصادرها، ولغاتها، وأشكالها ووسائطها (كتب دوريات، نشرات، رسائل، تقارير، براءات
اختراع - مواد سمعية وبصرية - أوعية الكترونية - ... الخ).

• تتسم أيضاً بكونها تنطوي على درجة أو أخرى من اللايقين.

تقوم أنظمة المعلومات على كل من:

• الإنسان .

• أجهزة الحواسيب .

• البيانات .

• البرمجيات .

ويتكون نظام المعلومات من:

• المدخلات: وهي البيانات Data.

• المعالجات: وهي العمليات Processing.

• المخرجات: Output وهي المعلومات .

• إدارة المعلومات: وهي عملية تنظيم إنتاج المعلومات، وتأمين نقل المعلومات، والسيطرة عليها فيما بين
مصادرها ومنتجها إلى مستخدميها والمستفيدين منها، بهدف استثمارها في مختلف مجالات النشاط

والأعمال والمشروعات واتخاذ القرارات، سواء الخاصة بالحاضر أو بالتخطيط للمستقبل.

- **مجتمع المعلومات:** هو المجتمع الذي يستطيع كل فرد فيه استحداث المعلومات والمعارف، والنفاز إليها، واستخدامها، وتقاسمها، بحيث يتسنى لهم تسخير كامل إمكانياتهم ومواردهم للنهوض بأحوالهم وبمجتمعاتهم بأفضل قدر ممكن.
- **تسويق المعلومات:** لا يقف مفهوم التسويق بالنسبة للمعلومات عند حد التعرف على حاجة الأفراد والجماعات والمؤسسات إلى المعلومات للعمل على تلبيتها وإنما يتجاوز ذلك إلى مجالات ترويج ونشر المعلومات، وجذب المستفيدين للحصول عليها والاستفادة منها، وتقديم الخدمات المعلوماتية لهم.

التجارة الزراعية العربية البينية:

- في أعقاب الحرب العالمية الثانية، تزايد اهتمام الدول بإقامة التكتلات الاقتصادية فيما بينها، سواء كان ذلك لأغراض اقتصادية وتنموية، أو يتجاوزها إلى أغراض أخرى، سياسية كانت أو عسكرية.
- سعت الدول العربية، منذ قيام جامعة الدول العربية - إلى إقامة كيان اقتصادي مشترك. تكللت تلك المساعي في عام 1998 بخروج منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى إلى الواقع العملي.
- تضم المنطقة كافة الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية فيما عدا كل من جيبوتي والصومال وجزر القمر وموريتانيا.
- على الصعيد العربي توجد أيضا تكتلات اقتصادية أخرى أهمها:
- مجلس التعاون لدول الخليج (الإمارات البحرين- السعودية- عمان- قطر- الكويت).
- اتحاد دول المغرب العربي (تونس- الجزائر- ليبيا- المغرب موريتانيا) .
- اتفاقية أعادير (الأردن- تونس- مصر- المغرب) .
- استهدفت منطقة التجارة العربية الحرة تحرير المبادلات التجارية العربية البينية من خلال الإلغاء المتدرج للتعريفات الجمركية والضرائب والرسوم ذات الأثر المماثل، وهذا ما تحقق في عام 2005 (عدا الجزائر والسودان في عام 2012) ويجري التحضير في المرحلة الحالية للتحويل إلى الاتحاد الجمركي العربي.
- نسبة التبادل التجاري البيني تمثل أحد أهم مؤشرات الأداء للتكتلات الاقتصادية، وهذه النسبة عبارة عن:

قيمة التجارة بين دول المنطقة (صادرات + واردات)

$$= \frac{\text{قيمة إجمالي تجارة دول المنطقة (صادرات + واردات)}}{100} \times 100$$

قيمة إجمالي تجارة دول المنطقة (صادرات + واردات)

- وأحيانا تحتسب هذه النسبة لكل من الصادرات والواردات على حدة.

- في الواقع العملي ارتفعت نسبة الصادرات العربية البينية من 7.3% عام 2000 إلى 9.9% عام 2014، كما ارتفعت نسبة الواردات العربية البينية من 10.2% إلى 13.7%.
- تطور الاتجاهات التجارية العربية (صادرات + واردات) (%)

الصادرات	2000	2014	دول عربية	اتحاد أوروبي	الولايات المتحدة	اليابان	الصين	باقي دول آسيا	باقي دول العالم
الصادرات	7.3	9.9	27.9	10.7	18.6	(12.7)	22.8		
الواردات	10.2	13.7	42.1	14.4	9.2	(6.3)	17.4		
	13.7	27.9	8.6	3.6	14.4	20.2	11.6		

- () تشمل جملة الصين وباقي آسيا
- تمثل مجموعة السلع الزراعية الطازجة والمصنعة واحدة من أهم المجموعات السلعية في التجارة العربية البينية. وقد زادت هذه الأهمية من حوالي 15.9 % عام 2000 إلى 22.1 % عام 2014 في جانب الصادرات، ومن حوالي 15.4 % إلى 17.9 % في جانب الواردات.
 - تتمثل أهم السلع الغذائية الداخلة في التجارة الزراعية العربية البينية - وفقا لعام 2014- في كل من:
 - الخضر والفاكهة ومنتجاتها (7.5 %).
 - الحيوانات الحية ومنتجاتها (3.5 %).
 - الدهون والزيوت الحيوانية والنباتية (2.0 %).
 - منتجات صناعة الأغذية والمشروبات والتبغ (5.9 %).

المنظمة العربية للتنمية الزراعية ودورها في تعزيز التجارة الزراعية العربية البينية:

- منذ نشأتها، كان من بين أولويات اهتمامات المنظمة، العمل على دعم وتعزيز العمل العربي المشترك بصفة عامة، وفي مجال الزراعة بصفة خاصة.
- ما تحقق من تطورات ملحوظة في زيادة وتنمية التجارة الزراعية البينية في السلع الزراعية ومنتجاتها، يعزى في جانب كبير منه إلى جهود المنظمة في هذا الشأن، وذلك من خلال جهودها وأنشطتها وبرامجها ومشروعاتها في هذا المجال، والتي من بينها على سبيل المثال لا الحصر:
 - العديد من الدراسات ذات العلاقة بالتكامل الزراعي العربي والتجارة الزراعية العربية البينية.
 - التقارير السنوية في مجال تقييم ومتابعة الأداء لمنطقة التجارة الحرة في الجوانب الزراعية.
 - قيام المنظمة بإعداد الروزنامة الزراعية للدول العربية التي كانت من بين الأسس التي قامت عليها اتفاقية المنطقة.
 - المساهمة الفاعلة للمنظمة في وضع قواعد المنشأ للسلع والمنتجات الزراعية.
 - الندوات والدورات التدريبية والحلقات النقاشية وورش العمل التي ساهمت في ترقية المهارات للعديد من العناصر البشرية للمؤسسات ذات العلاقة بالتجارة الزراعية العربية.
 - استحداث وتطوير قسم إحصائي ضمن الكتاب الإحصائي السنوي للمنظمة مخصص لإحصاءات التجارة الزراعية العربية البينية.
 - إعداد دراسات الجدوى للعديد من المشروعات الزراعية على المستويين العربي والقطري التي تستهدف تعزيز كل من الأمن الغذائي العربي والتجارة الزراعية العربية البينية.
 - وضع عدد من الأدلة والوثائق الداعمة للعمل العربي المشترك كما هو الحال بالنسبة لمعجم المصطلحات الزراعية العربية ودليل المواصفات القياسية للسلع والمنتجات الزراعية العربية، وغيرها.
 - في إطار مهام المنظمة واهتماماتها ومسؤولياتها فقد شرعت في العمل على وضع وتطوير إطار تنظيمي وفني ومؤسسي لشبكة بيانات ومعلومات زراعية عربية، من أجل دعم وتعزيز التجارة الزراعية العربية البينية.
 - وفي هذا الإطار يأتي النشاط الحالي لتطوير وترقية مهارات الكوادر العربية في هذا المجال.
 - يتمثل الهدف الرئيسي من الشبكة من المنظور التسويقي في توفير القدر المناسب من المعلومات التي تمكن من التعرف على الفرص المتاحة للتبادل التجاري الزراعي العربي البيني (استيراد وتصدير) وإتاحة هذه المعلومات لكافة العاملين في المنطقة العربية في مجال التصدير والاستيراد للسلع

والمنتجات الزراعية، وغيرهم من الفئات ذات العلاقة من الأفراد والشركات العاملة في مجالات الإنتاج التصديري والخدمات التسويقية التصديرية، والمختصين والباحثين والمسؤولين.

ومن المنظور التسويقي - أيضا - فإن المتوقع والمأمول من الشبكة:

أولا - أن توفر القدر الأعظم - الممكن - من البيانات والمعلومات التي تعكس مختلف عناصر البيئة التسويقية الدولية (للدول التي تشملها الشبكة)، والتي تشمل - وإن لم تكن تقتصر على -

كلا مما يأتي:

- المستويات السعرية للمنتجات التي تشملها الشبكة.
 - المواسم الإنتاجية (و مواسم الوفرة والندرة) للمنتجات.
 - المواصفات والمعايير الخاصة بالجودة والسلامة للمنتجات.
 - الإمكانيات والطاقت المتاحة للمرافق والخدمات التسويقية (تخزين - فرز وتدرج - نقل عبر الوسائط المختلفة).
 - القواعد والإجراءات والقوانين المنظمة لمختلف العمليات والممارسات ذات العلاقة بالتسويق الدولي والتجارة الخارجية.
 - بيانات الشركات والهيئات العربية الناشطة في مجال الاستيراد والتصدير للمنتجات الزراعية... الخ.
- ثانيا -** أن توفر الشبكة مجالا متميزا للتواصل الميسر وبناء العلاقات المباشرة فيما بين المتعاملين - في الدول التي تشملها الشبكة - في مجال الاستيراد والتصدير للسلع والمنتجات الزراعية.
- ثالثا -** أن تتيح الشبكة إطارا للتعريف بما يتوافر لدى المتعاملين من فرص للتصدير ومن طلبات للاستيراد وفق نماذج محددة من البيانات والمعلومات الأساسية التي تمثل أساسا لصفقات ومبادلات جادة.

البيانات السعرية للمنتجات الزراعية :

- البيانات السعرية تمثل أحد أهم عناصر ومكونات قواعد البيانات التسويقية.
- فالأسعار تلعب دورا أساسا في توجيه قرارات الأفراد، سواء كمستهلكين أو كمنتجين، أو كمتعاملين في المنظومات التسويقية المحلية والدولية. (تجار- مصنعين- مصدريين، مستوردين، ... الخ).
- الأسعار (من حيث مستواها، وتطورها، وتقلباتها)، تعتبر من أهم مؤشرات كفاءة الأداء السوقي للسلع والصناعات.
- الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي يتأثر بالأسعار، وبخاصة للسلع الأساسية، من حيث مستوياتها، تطوراتها، تقلباتها.

ما هو السعر:

- مقدار النقود التي يقبل الفرد (الطرف المشتري) دفعها، مقابل ما يقدره من المنفعة أو الفائدة التي ستتحقق له نتيجة حصوله على وحدة من سلعة أو خدمة معينة.
- إذا السعر من جانب المشتري يتأثر بصفة أساسية بمدى حاجته للسلعة أو الخدمة وتقديره لما يتحقق له من المنفعة نتيجة حصوله عليها. غير أن هناك عوامل أخرى تؤثر في تقدير السعر من جانب المستهلك، من بينها:
- مستوى الدخل.
- أسعار السلع البديلة والمكملة.

- الخدمات المضافة والخصائص المختلفة للسلعة على مختلف محاور المزيج التسويقي.
 - أما السعر من جانب البائع يتأثر بصفة عامة بأوضاع العرض والطلب على السلعة أو الخدمة.
- وهناك اعتبارات أساسية تؤثر في تقدير (تحديد) السعر الذي يقبل البائع (المنتج/ الشركة) أن يبيع به، ومن بين هذه الاعتبارات:
- تقدير المنتج (البائع) للقيمة أو المنفعة التي يقدمها للعميل.
 - تكلفة الإنتاج للسلعة (أو الخدمة).
 - مستوى الربح الذي ترغب المنشأة (الشركة/ البائع) في الحصول عليه، وفقا لسياسته التسعيرية (سياسة كشط السوق، أو سياسة اختراق السوق).
 - طبيعة التركيب السوقي للسلعة من حيث درجة المنافسة أو الاحتكار.
 - خصائص الشريحة السوقية المستهدفة.
 - خصائص السلعة، وعناصر التمايز، ونفقات الترويج.

السعري النظرية الاقتصادية:

- السعري النظرية الاقتصادية لسلعة أو خدمة معينة يتحدد وفق محصلة تفاعل أوضاع كل من العرض والطلب. وهو ما يعبر عنه بتقاطع كل من منحني العرض ومنحني الطلب ويعرف بسعر التوازن.
- تتعرض كل من ظروف العرض وظروف الطلب لتغيرات عديدة غير أن السعر يظل هو العامل الرئيسي في ضبط الأداء السوقي لإعادة التوازن بين العرض والطلب. وهذا ما يطلق عليه "الجهاز السعري".
- فالسعر هو المؤشر الرئيسي لتقدير قوة الطلب على السلعة، وبالتالي توجيه المنتجين للاستجابة لهذا الطلب.
- فإذا ما كانت الأسعار حرة (دون تدخل أو تأثير تنظيمي) فإن العرض سيتوازن مع الطلب وفق آلية الجهاز السعري.
- إذا ما زاد العرض ينخفض السعر، ومن ثم يتراجع الإنتاج (العرض)، ويميل السعر مرة أخرى نحو الزيادة حتى يتحقق التوازن. والعكس يتبعه العكس.
- المنتجات الزراعية (وبخاصة في الدول النامية) تتعرض لتقلبات سعرية واسعة نسبيا وذلك على خلاف العديد من السلع والمنتجات غير الزراعية، ويرجع ذلك إلى خصائص العرض والطلب على المنتجات الزراعية ومنها:
- موسمية الإنتاج.
- تأثير الإنتاج بعوامل بيولوجية متعددة.
- غالبية المنتجات تتصف بسرعة العطب.
- يتعرض الإنتاج لظاهرة التقلبات الدورية قصيرة المدى (العنكبوتية).
- محدودية تأثير المؤشرات السوقية على قرارات الإنتاج مع ضعف الإرشاد التسويقي.
- محدودية الطاقات التخزينية والتصنيعية التي تساعد في خفض التقلبات السعرية.
- الطلب على المنتجات الزراعية وبخاصة الغذائية مستمر ويتميز بانخفاض درجة المرونة بصفة عامة.

