

# أهمية الارشاد التسويقي في التنمية الزراعية

## أبناء سارة للمستهلكين هذا العام

■ هذا العام يحمل أبناء سارة للمستهلكين والمستهلكين كما يعلم الجميع هم كل البشر الذين يعيشون تحت مظلة الجمهورية اليمنية بلا استثناء فقبل اجازة عيد الأضحى المبارك بأسبوع كان دولة الأستاذ عبدالقادر باجمال رئيس مجلس الوزراء يسبق في مكتبه رئيس وأعضاء الهيئة الإدارية للجمعية اليمنية للمستهلك الذين حملوا إليه نسخة من مشروع قانون حماية المستهلك.

الجديد في الأمر أن رئيس مجلس الوزراء أظهر اهتماماً استثنائياً بمشروع القانون وكان ذلك في الواقع تعبيراً عن وعيه بأهمية التي يمثلها نشاط حماية المستهلك سواء على المستوى الرسمي أو على مستوى منظمات المجتمع المدني.

مشروع القانون أحيل بعد يومين فقط على أول اجتماع لمجلس الوزراء هذا الاجتماع عقد قبل اجازة عيد الأضحى المبارك، وافر إحالة مشروع القانون إلى لجنة وزارية برئاسة الأستاذ عبدالرحمن الأكووع وزير الشباب والرياضة والذي تعرّف له الجمعية بدعمه الشخصي الكبير لها ولكل قضايا المستهلك في بلادنا.

وتأمل الجمعية اليمنية لحماية المستهلك ومعها ملايين المستهلكين أن تجرّ اللجنة الوزارية مهمتها في غضون الأسابيع الثلاثة القادمة بإذن الله، قبل أن تعرض نتائج دراستها لمشروع القانون على مجلس الوزراء الذي سيقرر على الأرجح المضي في استكمال الإجراءات الدستورية لإصدار القانون.

وبإزاء ذلك من حق المستهلكين أن يشعروا بالأمل حيال هذا الإنجاز القانوني الوشيك الذي سيراعي مصالحهم وسيحمي حقوقهم، وفق صيغة عصرية روعي فيها الشمول في المعالجة القانونية لابرز التحديات التي تواجههم.



ياسين التميمي

ومن المهم أن نوضح بعضاً من أهم المبررات التي دعت إلى تبني مشروع قانون حماية المستهلك في هذه المرحلة.. فمشروع قانون حماية المستهلك الذي يمثل أهم إنجاز حققته الجمعية اليمنية لحماية المستهلك منذ تأسيسها قبل نحو ٨ سنوات، سيكون بلا شك أداة فاعلة في مواجهة نزعات التطورات الهائلة التي تشهدها السوق اليمنية، وفي الوقت نفسه مساهم بفعالية في تحقيق الانضباط والاستقرار في اقتصاد دخل للتو مرحلة جديدة يسودها نظام السوق بما يتوافق معها من إصلاحات يجري تنفيذها منذ نحو عشر سنوات بكل ما أفرزته وتعرّده من أعباء اقتصادية.

والقانون فضلاً عن ذلك يكتسب أهميته من مقاصد المتوخاة والمتمثلة في تحقيق الحماية المباشرة للمستهلك، واسترشاداً بأهمه كذلك بتنظيم العلاقة بين أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة بقرارها رقم ٢٤٨ ٢٩/ في ابريل من عام ١٩٨٥م واسترشاداً بالحقوق الأساسية للمستهلك المتعارف عليها دولياً والمعتمدة من الاتحاد الدولي للمستهلك.

وفئة أهداف أكثر تحديداً يسعى القانون إلى تحقيقها، لعل أهمها السلامة المادية والمعنوية والاقتصادية للمستهلك خلال مراحل إنتاج وتسويق وبيع السلع والخدمات - ضمان سلامة وجودة السلع الاستهلاكية والخدمات وتمكين المستهلك من الحصول على حقه في التعويض العادل.

ومزايا هذا القانون لا تحصى عند أهداف بهذه الأهمية فبهناك مزايا أخرى فالقانون لا يركز على السلع فقط ولكنه يعنى أيضاً بالخدمات التي يتسبب نطاقها اليوم وتكاد تهيم من اقتصاديات العالم وأهمه كذلك بتنظيم العلاقة بين المستهلك والمعلن وهو اهتمام باق التفاصيل التي تهم المستهلكين.

إن الرسالة العميقة لمشروع قانون حماية المستهلك هي أن المستهلك سيكون أكثر وعياً بحقوقه وستكون لديه الفرصة للدفاع عن هذه الحقوق في بيئة قانونية مساندة أكثر من أي وقت مضى وذلك لأن الأمر يتعلق بالاستهلاك وبعلاقات السوق وهي أمور مستجدة وتحتاج إلى معالجة قانونية بهذا المستوى.

إن قانون حماية المستهلك يحمل في مضمونه رسالة تطمئن إلى كل الأطراف مستهلكين ومزودين منتجين أو مستوردين فهو أداة لترسيخ العلاقة بين هذه الأطراف قبل أن يكون سبباً منسلاً على أحدها.

وكنتيجة في مجال حماية حقوق المستهلك كنا ولإننا نؤمن بحاجة السوق إلى منتجين أكفاء فالمستهلك ليس هو الطرف الذي يشتري السلعة أو الخدمة بل أنه أيضاً الإنسان الذي يحتاج إلى مصدر رزق وإلى اقتصاد نشط قادر على تأمين فرص العمل وذلك لن يتحقق إلا من خلال نمو تطور دور القطاع الخاص المنتج. وهذه النظرة هي التي تغلب على مواقف النشطاء في مجال حماية حقوق المستهلك إزاء أي حركة هدفها تأمين بيئة ملائمة للمنتجين المحليين تمكنهم من الوقوف على أرضية صلبة يستطيعون من خلالها خوض المنافسة مع المنتجات القادمة من خارج الحدود.

وينطبق الأمر على مشروع قانون الإغراق في حال خرج بصيغة متوازنة لا تتقاطع مع مشروع قانون حماية المستهلك بل تتكامل معه.

## سكك الحديد

■ رؤية الأخ الرئيس بضرورة انشاء خطوط لسكك الحديد لربط مناطق الوطن مترامية الأطراف أتت من خلال قراءته للمستقبل ومعطياته والحاضر وضروراته وهي مداخل المستقبل حيث أن وجود طرق القطارات للنقل بمختلف أنماطه سوف تسهم في توفير ملايين الأطنان من الوقود إذا لم يبلغ النسبة الكبرى من الاستهلاك إذا ما اعتمدت على الطاقة الكهربائية في السير.

أن اليمن بلد مترامي الأطراف يمتلك حدوداً برية وساحلية تقارب (٥) الاف كيلو متر أغلبها مسطحة ومدخلية بسهولة إلى منطقة الجبال والهضاب مما يؤهلها لأن تعتمد على خطوط السكك الحديد بالمنطقة الساحلية الممتدة من مديري وحرض على حدود السعودية والمارة بمحافظات ومدن كبرى مثل الحديدة ومدنها ومينائها والمخا والمندب وعدن وأبين وشبوة وحضرموت والمهرة حتى الحدود مع عمان كلها سهلة وتدخل إلى أعماق منطقة الجبال بمتوسط يزيد عن ٧٠ كم وهناك مدن كبرى ناهيك عن مئات الكيلومترات من الخطوط المستوية التي تشكل اغواراً وصفافاً أودية مسقط وادي لاعة الذي يساوي السهل التهامي ويبعد عند نهايته الشمالية الشرقية عن صنعاء بما يقرب من ٨٠ كم وهكذا كثير من المساطق الأغوار.

أما الاتجاه الثاني وهو استمرار الخط الطريق المنتهي في حوف حيث سيمر بموازات الحدود مع عمان ثم مع السعودية في الربح الحالي ويتجه شمالاً وشمال غرب حتى يلتقي بنقطة البداية في تهامة في مديري في الوقت الذي سوف تتفرع من محطات هذا الخط خطوط فرعية إلى أعماق الدولة ومدنها مثل مدن حضرموت وشبوة ومارب وصنعاء وبقية المدن في المحافظات الشرقية والشمالية.

تصور معي لو أن مثل هذا المشروع الاستراتيجي تحقق كم من فرص العمل ستوفر أثناء الإنشاء أو عند صيانة السكك الحديد والمحطات وكم من السهولة سوف تحدث في مجال التنقل وكم من الوقود سوف توفرها ناهيك عن مزايا خطوط القطار الأخرى مثل السلامة الناجمة الانتظام في الرحلات.

قد يقول البعض أن أصحاب الشاحنات سوف يتضرروا من هذا المشروع بالعكس سوف يجدون فرصاً أكثر لأن هناك نقل فرعي ونقل جبلي ولا يمكن أن يتضرر قطاعهم إطلاقاً.

الشيء الثاني قد تحزنو السعودية وعمان جذو اليمن في ربط خطوط سكك امتداداً لهذا الخط وقد يتحول إلى خط دولي يخدم كافة دول الجزيرة والخليج. أملاً كبير في الأخ الرئيس في أن يحقق هذه المعجزات وليست أكبر إعجاز من معجزات حمة حققها الأخ الرئيس وعلى مختلف الصعد.



او غير متاحة في الوقت المناسب وفي احيان كثيرة غير متوفرة البتة .. كما ان تعبئة اجهزة الارشاد لهيئات ومشاريع تنموية ومكاتب زراعية لا يتيح لها وتعزيز العلاقة بين الجهات المختلفة الحصول على ميزانية مستقلة من الميزانية العامة للدولة . ويتم مراقبتها والإشراف على صرفها في سبيل تطويرها وتنميتها على المناطق يتواجد على مستوى المحافظة ويتبع ادارة الزراعة وبالتالي مكتب الزراعة في نفس المحافظة وبالإضافة الى مخصصاته المالية ليست كافية واحيانا غير متوفرة كما ان عدم توفر المرافق والخدمات التسويقية في معظم المناطق الانتاجية والاستهلاكية ورداءة المتوفر منها يعمل على تدني هذا النشاط .

وتشكل قلة الامكانيات المادية الأخرى المتمثلة في وسائل المواصلات ومستلزمات العمل المكتبي والاناثا المتوفرة منها وحالات العطل المتكرر على قدم اضعاف الى المعوقات المادية للعمل الارشادي .

### شحة المعلومات

يعاني التسويق الزراعي من ندرة في الدراسات والمعلومات التسويقية والتي عكست نفسها على الاداء المتواضع لاجهزة الارشاد الزراعي والمؤسسات العاملة في هذا المجال كما ان قلة الكوادر المتخصصة في مجال التسويق بالإضافة الى غياب مناهج وبرامج التسويق الزراعي أثناء التدريب قد اثر كثيرا على هذا النشاط .

يعمل في اجهزة الارشاد الزراعي حوالي ١٣٦٤ شخصاً يمثل مختصي المادة الارشادية ٧,٤٠٪ الا ان اغلبهم لم يحصل على التدريب الكافي في مجال الارشاد والاتصالات الارشادية والبعض لم يتلق اي مادة ارشادية أثناء التحصيل الجامعي كما ان خبراتهم ومهاراتهم في مجال التسويق متدنية او تكاد تكون معدومة ويتضح من خلال المسوحات التي اجريت على الكوادر الارشادية بأن مهاراتهم متفاوتة حيث ان ٢٩٪ من المرشدين لا تتجاوز مؤهلاتهم الاعادية العامة و ٢٥٪ تقل خبرتهم عن ٣ سنوات وان ٢٠٪ منهم لم يتلق اي برنامج تدريبي كما ان توزيع هذه الكوادر على المناطق الزراعية غير عادل حيث يتركز معظمهم في المدن او بالقرب منها كما اشير سابقا وأن معظمهم متخصص بالانتاج النباتي بينما نجد نسبة المختصين في الانتاج الحيواني وكذلك الاقتصادي والاجتماعي متدنية الى درجة كبيرة .

وتتميز البرامج الارشادية بتركيز العمل لصالح الانتاج النباتي خاصة الخضار والفاكهة في الاراضي المروية كما ان البحوث والدراسات التي تجر على معالمات ما بعد الحصاد بالرغم من اسهامات مركز بحوث ما بعد الحصاد في هذا المجال لازالت متواضعة وتتركز على بعض المحاصيل .

دراسة قدمت الى المنظمة العربية للتنمية الزراعية .

البحثية في الاقاليم الزراعية بالرغم من التعثرات التي تواجهها فان هذه التجربة تشير الى امكانيات كبيرة في تطوير وتعزيز العلاقة بين الجهات المختلفة وتبقى مشكلة ان المحطة البحثية توجد على مستوى الاقليم ومستقلة بينما جهاز الارشاد في بعض المناطق يتواجد على مستوى المحافظة ويتبع ادارة الزراعة وبالتالي مكتب الزراعة في نفس المحافظة وبالإضافة الى مخصصاته المالية ليست كافية واحيانا غير متوفرة كما ان عدم توفر المرافق والخدمات التسويقية في معظم المناطق الانتاجية والاستهلاكية ورداءة المتوفر منها يعمل على تدني هذا النشاط .

### تسيير النشاط الارشادي

من خلال الدعم الفني وتعزيز العلاقة بين البحوث والارشاد فقد قامت هيئة البحوث والارشاد الزراعي بتبني القضايا المالية لاجهزة الارشاد لدى الجهات الحكومية ممثلة بوزارة الزراعة للحصول على مخصصات كافية لتسيير النشاط الارشادي فقد تم الحصول على ميزانيات الارشاد في المناطق التي تركز الهيئة نشاطها في مجال تعزيز العلاقة بين البحوث والارشاد والتي تعرف بالمناطق الرائدة الثلاث: تهامة ، سيئون ، المرتفعات الوسطى) الا ان المخصصات المالية للاجهزة الارشادية في بقية المناطق لازالت شحيحة لا تغطي معظم الانشطة



## في الوقت الذي لا يزال الارشاد التسويقي في الحلقة الثانية

مراحله الاولى فانه يمكن القول بان هناك

معلومات ودراسات ولو متواضعة لتغذية البرامج الارشادية الموجهة لكافة

المستفيدين من مرشدين ومسوقين ومنتجين ومستهلكين تتركز على :

١- لفت انتباه صناع القرار وجمهور المستفيدين والمولين الى اهمية التسويق

الزراعي بشكل عام والارشاد التسويقي بشكل خاص .

٢- اجراء البحوث والدراسات لتقنيات ما بعد الحصاد للمحاصيل الاساسية

وخاصة الخضار والفاكهة للتقليل من الفاقد وتحسين التخزين والتعليب .

انه توجد اجهزة ارشادية متخصصة تتعب المشاريع او الادارات المتخصصة مثل وقاية النباتات والغابات واكثر البذور وتشرف هذه الجهات على اجهزة الارشاد ماليا واداريا وتقوم هيئة البحوث والارشاد الزراعي بتقديم الدعم الفني لها كبديل عن الادارة العامة للارشاد الزراعي في ديوان عام الوزارة والتي انيط جزء من مهامها الى هيئة البحوث والجزء الاخر الى المؤسسات التي تشرف على اجهزة الارشاد والتي سبق ذكرها .

ومن المفترض ان تقوم هيئة البحوث بتعزيز وتطوير العلاقة والتنسيق بين البحوث والارشاد والمزارعين واستطاعت انجاز العديد من المهام في هذا الجانب الا ان دورها في تبني قضايا اجهزة الارشاد سواء الوظيفية او التنسيق بين هذه الاجهزة على المستوى الوطني والبحث عن مصادر لتمويل انشطتها لازال محدودا الى درجة كبيرة مما ادى الى شعور الضياع لدى الكادر الارشادي .. وقد زاد الامر تعقيدا اختلاف الهياكل الوظيفية للباحثين والمرشدين مما ادى الى تنامي الهوة بين المؤسسات وعدم الرضا عن هذا الوضع .

كما ان عدم وضوح المهام والاختصاصات وغياب المسائل والتقييم والمتابعة لانشطة الارشاد بالإضافة الى عدم وجود هيكل تنظيمي لبعض هذه الاجهزة وغياب او ضعف التنسيق بينها وبين الاجهزة المختلفة من جهة وبين بعضها من جهة اخرى وحتى داخل الجهاز الواحد في حالات كثيرة كان لها اثر كبير على اداؤها وبالتالي على خدمة المستهدفين بشكل عام وهناك تجربة متواضعة في عملية التنسيق بين الاجهزة الارشادية المختلفة وبين هيئة البحوث والارشاد الزراعي ممثلة بمحطاتها

● معالجة مشاكل الجني والجمع والمواصفات الخاصة بالثمار والحبوب المناسبة لها

● رفع كفاءة اساليب وطرق التخزين باستخدام المواد الخلية والاقتصادية وكانت تجربة انشاء مخازن من مواد محلية وبسيطة للبطاطس وادخال بعض التقنيات في تخزين البصل ذات مردود ايجابي كبير.

وقد تم انجاز متواضع في هذا الجانب من خلال :

١- اجراء عدد من الدورات التدريبية للمرشدين والمزارعين في مجالات التسويق الارشادي التسويقي خلال الفترة الماضية .

٢- تقديم العديد من الاستشارات الفنية وخاصة في مجال التخزين والتعبئة والتسويق وكذلك معاملات ما بعد الحصاد للسلع الرئيسية مثل الخضار والفاكهة.

٣- تعزيز العلاقة والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة في هذا المجال

٤- اجراء دراسة حول تحسين وسائل التصدير للمحاصيل البستانية الى خارج اليمن للاستفادة من الميزة النسبية لليمن في هذه المحاصيل .

ويتضح اهم ما جاء في الدراسة ان هناك امكانية كبيرة للتصدير الى دول الجوار اذا ما اخذ في الاعتبار عدد من القضايا الفنية المتمثلة في ضرورة وجود جهة تهتم بالجودة وتحديد المقاييس والمواصفات وتوفير المعلومات التسويقية وهذا لن يتساقى الا بتدريب الكوادر والاهتمام بالتسويق الزراعي .

وكون الارشاد التسويقي في اليمن بمفهومه المتعارف عليه مازال في بداياته المتواضعة ويمارس هذا النشاط في بعض الحالات من خلال الخدمات الارشادية المتواجدة والتي يتركز نشاطها على الانتاج ورفع كفاءتها وتنوعها فان المشاكل والمعوقات التي تواجه هذه الوحدات تؤثر بصورة مباشرة وغير مباشرة على تطوير وتعزيز النشاط الارشادي التسويقي موجبة للمنتجين الزراعيين وخاصة المزارعين وتمتثل هذه المعوقات بالتالي .

### مواقف مؤسسية

ينفذ الارشاد التسويقي بطريقة بدائية ويتداخل مهام واختصاصات التسويق الزراعي مع جهات مختلفة .. ويتنفيذ معظم الارشاد التسويقي وباستثناء المؤسسة العامة لتسويق الخضار والفاكهة والادارة العامة للتسويق الزراعي لا توجد اي جهة اخرى تتولى الاهتمام بقضايا التسويق الزراعي والإشراف عليه بالرغم من المحاولات المتواضعة من قبل الوزارة والاتحاد التعاوني الزراعي من خلال اجهزة الارشاد الزراعي والجمعيات التعاونية الزراعية .

تعمل الاجهزة الارشادية في اليمن على المستوى الاقليمي وتتبع الهيئة او المشروع التنموي والذي يخدم مجموعة من المحافظات (هيئة تطوير تهامة الشرقية الشمالية- مشروع المرتفعات الجنوبية وغيرها) وعلى المستوى الاداري( المحافظات) وتتبع مكاتب الزراعة في هذه المحافظات بالإضافة الى