***جامعة دمشق***

***كلية الاقتصاد***

***ماجستير تسويق سنة أولى***

**حلقة بحث بعنوان**

***إدارة نشاط التصدير***

***إشراف الدكتور: علي الخضر إعداد الطالب :مرهف الابراهيم***

***2009 - 2010***

***مخطط البحث***

1. **لمحة عن نشاط التصدير**
2. **أهمية نشاط التصدير**
3. **دوافع التصدير**
4. **السياسة التجارية وتأثيرها على التصدير**
5. **تطور الهيكل التنظيمي للشركات المصدِّرة**
6. **أبجديات التصدير**
7. **قواعد التصدير**
8. **استراتيجيات التصدير**
9. **الأشكال المتاحة لقنوات التصدير**
10. **مصطلحات هامة**
11. **حالة عملية**
12. **قائمة المراجع**

* ***لمحة عن التصدير***

**يعتبر التصدير أقدم أشكال التجارة الخارجية وظهر هذا النشاط بسبب عدة عوامل مثل ثورة الاتصالات والمعلومات والعولمة و ظهور منظمة التجارة العالمية ال( GATT) أدى ذلك لذوبان الحدود بين الدول وسهولة انتقال السلع والخدمات و الأفراد بين الدول والتصدير هو أحد البدائل الأساسية في دخول الأسواق الخارجية و يتضمن النشاط التصديري بيع السلع المنتجة محليا في الأسواق الخارجية من خلال وسطاء أو مراكز التوزيع الخارجي و الحفاظ على عمليات التصنيع في بلد الشركة المصدرة وبالتالي فالشركة المصدرة لا تحتاج إلى تغييرات تنظيمية أو تكنولوجية كبيرة وهامة كل ما تحتاجه إيجاد قنوات توزيع ومنافذ أو طريقة لدخول السوق الخارجية وهذه هي الطريقة الأقل خطورة للتوسع في الأعمال الدولية وبشكل أولي تبدو هذه الطريقة مكلفة قليلا لكن التصدير أسهل أشكال دخول الأسواق الخارجية خاصة عندما تريد الشركة الانسحاب من السوق وبموجب هذه الطريقة يتجنب المصدر الاستثمار الكثيف والمسؤوليات الإدارية من خلال استخدام وكلاء خارجيين لتسويق منتجاتها ولكن بالمقابل يكون تأثير الشركة ضعيف حول الكيفية التي تسوق فيها منتجاتها خارجيا وهنا يجب على الشركة مقارنة إمكانياتها مع بدائل دخول الأسواق ,وللتصدير أهمية خاصة لأنه يدل على درجة استقلالية الدولة وتبعيتها وساهم التصدير بدفع عجلة التقدم الدول في الدول الصناعية بشكل ملموس والملاحظ أنّ نشاط التصدير أخذ منحى تصاعديا من عام 1950حتى وقتنا الراهن.**

* ***أهمية نشاط التصدير***

**هنالك جملة من العوامل تجعل النشاط التصديري ضرورة ملحة للدول هي:**

1. **المساهمة بشكل إيجابي في الميزان التجاري**
2. **استغلال الموارد المحلية بأكبر قدر ممكن من الكفاءة**
3. **انخفاض الطاقة الاستيعابية للسوق المحلية**
4. **الحاجة لتخفيض نسبة البطالة**
5. **الحصول على العملات أجنبية**
6. **زيادة نصيب افرد من الناتج القومي**
7. **زيادة معدلات النمو والرفاهية الاجتماعية والاقتصادية**
8. **المساهمة في تراكم رأس المال**
9. **المساهمة في زيادة الإنتاج والإنتاجية**

**10.إنّ الموارد الطبيعية تتوزع بشكل غير متساو بين الدول وبدون نشاط التصدير تصبح هذه الموارد قليلة المنفعة**

**11.يعتبر طريقة فعالة للتغلب على الظروف الاقتصادية (الكساد)**

**12.يساهم دورا كبيرا في الدول النامية من خلال مساهمته في نمو الدخل القومي وإعادة التوازن لميزان المدفوعات من خلال الحصول على العملات الصعبة.**

**13.تنمية الصناعات المحلية وتخفيض تكاليف الإنتاج**

**14.رفع القوة الشرائية للمستهلك المحلي**

**15.زيادة أجور العاملين في صناعات التصدير**

**16.اكتساب الإدارة خبرة في كافة المجالات**

* **دوافع التصدير**

**تخضع الشركات الدولية لنوعان من العوامل التي تدفعها للاتجاه للتصدير هي :**

**عوامل داخلية ساحبة وعوامل خارجية دافعة**

***العوامل الداخلية العوامل الخارجية***

**(الساحبة) (الدافعة)**

|  |  |
| --- | --- |
| **أهداف الربح والنمو** | **أوامر الطلب الخارجية** |
| **التفوق التكنولوجي** | **تنويع المخاطر** |
| **المعلومات الاستثنائية** | **عوامل الموسمية** |
| **الجدوى الاقتصادية** | **صغر حجم السوق المحلي** |
| **المزايا التسويقية** | **الدورة الاقتصادية** |
| **وكلاء التغيير** | **المنافسة** |
|  |  |
|  |  |

* **السياسة التجارية وتأثيرها على التصدير**

***السياسة التجارية*:هي مجموعة من الإجراءات والتدابير التي تتخذها الدولة للتحكم بحركة السلع والخدمات عبر حدودها تحقيقا للمصالح التي تريدها ويمكن رصدها من خلال ما يلي:**

1. **تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي للسكان**
2. **إلغاء الرسوم الجمركية على الصادرات وتشجيعها لأقصى حد**
3. **منح الإعانات الحكومية للمصدرين**
4. **حماية الصناعة المحلية وخاصة الصناعات التصديرية**

***أدوات السياسة التجارية*: تتمثل في جملة من الأدوات تفرضها الدولة للرقابة والتحكم بسياستها التجارية الخارجية قد تمارسها الدولة كلها أو بعضها وهي (الحظر- الرسوم الجمركية- حصص الاستيراد- تشجيع الصادرات – متطلبات الحصول على الرخصة )**

***أولا - الحظر***

**المقصود بالحظر قيام الدولة بمنع التعامل مع السواق الدولية الخارجية وما يهم في هذا البحث الحظر على الصادرات فقد يكون الحظر جزئيا أو كليا**

1. **الحظر الكلي :هو أن تمنع الدولة كل أنواع التبادل الخارجي بينها وبين الخارج معنى ذلك أن الدولة تريد أن تكفي نفسها بنفسها وهدفها من وراء ذلك تحقيق الاستقلال الاقتصادي في السلم والحرب وهذه السياسة هي سياسة تحضيرية للحرب وهذه السياسة هي سياسة خاطئة وغير عملية**
2. **الخطر الجزئي: أن تمنع الدولة التصدير لبعض الدول أو بعض السلع وكثيرا ما تتبع هذه السياسة في أوقات الحروب حيث تمنع الدولة رعاياها من التعامل مع الدولة المعادية وتحظر تصدير سلع معينة تعتبر سلع أساسية لاقتصاد الحرب . وهنالك تصنيفات أخرى للحظر كالحظر لأسباب صحية أو الحظر لأسباب سياسية.**

***ثانيا - الرسوم الجمركية***

**هي عبارة عن ضرائب تفرض من قبل الدولة على السلع والخدمات سواء كانت صادرات أم واردات والرسوم على الصادرات فقدت الكثير من أهميتها إذ إن فرضها سابقا بغرض الحفاظ على بعض منتجات الدولة والاتجاه العام المعاصر في العلاقات الاقتصادية الدولية هو تشجيع الصادرات بدل الحد منها وبقي الرسم في بعض الدول لتحقيق الغرض المالي أي رفد خزينة الدولة بمورد مالي عن طريق فرض رسم جمركي على الصادرات .**

* **أنواع الرسوم الجمركية**

1. **الرسوم القيمية : تفرض هذه الرسوم كنسبة من سعر السلعة المصدرة والرسوم القيميَّة تتصف بالسهولة والوضوح والبساطة عند حسابها والمحاذير في هذه الطريقة حول ( قيمة السلعة ) هل ستقدر في بلد المنشأ أو في السوق الخارجية و (احتمال تقديم وثائق مزورة) من قبل المصدرين**
2. **الرسوم النوعية: تفرض الرسوم النوعية على وحدة واحدة من السلعة (وزن أو حجم أو طول ) وهذه الطريقة معقدة تتطلب تحديد النوع والمواصفات بشكل دقيق**
3. **الرسوم المركبة : تفرضها الدولة على بعض السلع وتكون نوعية وقيمية في نفس الوقت .**

* **التعريفة الجمركية**

**هي قائمة أو مجموعة لوائح تتضمن بيان بأسماء السلع المختلفة وأنواعها والرسوم المفروضة عليها والتعريفة الجمركية قد تكون مستقلة تضعها الدولة لنفسها دون اتفاق مع غيرها من الدول وذلك حسب مصلحة الدولة وتتمثل فيها سيادة الدولة وحريتها في تحديد قيمة الرسم الذي يلائمها وتعديلها متى تشاء ولكنها تعرقل التجارة الدولية لأنها لا تراعي رغبات الدول الأخرى وهنالك عدة أشكال للتعريفة .**

1. **التعريفة الذاتية المغلقة: تطبق بشكل موحد على كل التدفقات السلعية الصادرة بغض النظر الذي صدرت إليه وتسمى التعريفة الموحدة أو العامة لأنها تطبق دون تخصيص**
2. **التعريفة القابلة للخفض :هي تعريفة عالية الرسوم قابلة للخفض بعد قيام اتفاق تجاري بين دولتين يقدم الطرف الأخر تسهيلات تجارية معينة**
3. **تعريفة الثار :هي إجراء جمركي يصدر عن دولة بعد أن تتعرض صادراتها في دولة ثانية لإجراءات قسرية ما**
4. **الإعفاءات الجمركية :تدخل السع وتخرج دون أن يفرض عليها رسوم جمركية كما في حالة إعادة التصدير أي دخول السلعة بشكل مؤقت وإجراء تعديلات عليها وإعادة تصديرها.**

***ثالثا - تشجيع الصادرات***

* **إعانات التصدير**

**الهدف من إعانات التصدير تشجيع المنتجين على تسويق منتجاتهم للسوق الخارجية.وتتمثل في تقديم الدولة مزايا نقدية وعينية للمصدرين بحيث تساهم هذه الإعانة في خفض تكاليف إنتاج السلع الوطنية المعدة للتصدير أو تخفيض سعر الصادرات للمستهلك الأجنبي لكسبه وقد تكون الإعانة مباشرة أو غير مباشرة المباشرة تكون في صورة مبلغ معين عن قيمة أو كمية الصادرات أما غير المباشرة تكون على شكل إعفاء ضريبي أو تسهيلات عينية لصناعة وطنية تنتج سلع معدة للتصدير , ويجب الانتباه هنا فقد يفرض البلد المستورد رسما جمركيا إضافيا يساوي مقدار الإعانة مما يرفع ثمنها ويذهب أثر الإعانة وقد يمنح البلد المستورد إعانات مماثلة لمنتجاته لتستطيع المنافسة في الأسواق الخارجية**

* **الإغراق**

**يتمثل الإغراق في بيع المنتجات المصنعة محليا في السوق الخارجية بثمن أقل من ثمن إنتاجها أو يقل عن أثمان السلع المماثلة أو البديلة في تلك الأسواق أو يقل عن الثمن الذي تباع بهِ في السوق الداخلي فهو نظام للبيع بثمنين ثمن مرتفع في السوق الداخلية حيث تنتج السلعة وثمن منخفض في السوق الخارجي والغرض الواضح من الإغراق هو كسب السوق الخارجية من خلال القضاء على المنافسين ,أي أن المنتج يتنازل عن الربح ويتحمل الخسارة لإبعاد المنافسين والسيطرة على السوق كخطوة أولى وبعدها تبدأ الخطوة الثانية الاحتكار والحصول على أقصى حد من الأرباح وتستمر هذه السياسة فترة طويلة نظرا لشدة المنافسة في السوق الخارجية أو قيام منافسين جدد . المحاذير هنا فرض رسوم جمركية عالية من قبل الدول المستوردة وقد تصل في تدابيرها المضادة إلى حظر استيراد السلع الخاضعة لنظام الإغراق .النظام الدولي الجديد (GATT) من خلال المادة رقم (6) الالتزام بعدم استخدام سياسة الإغراق من قبل أطراف الاتفاقية.**

***رابعا- متطلبات الحصول على الرخصة***

**وهو إجراء تفرضه الدولة على الشركات المصدرة وذلك لتحقيق مجموعة من الأهداف هي:**

1. **السيطرة على التصدير (كميا) لأغراض إحصائية**
2. **منع تهريب السلع الضرورية (السلع المدعومة)**
3. **التأكد من أن الدول المصدر إليها يسمح بالتعامل معها**
4. **التأكيد على أهلية المصدر**

**ويمكن أن تشجع الدولة النشاط التصديري أيضا من خلال تقديم معلومات عن (المشترين- أساليب التصدير لبعض الأسواق- التشريعات والتعليمات- اقتصادية- ثقافية – اجتماعية) .**

* **الهيكل التنظيمي**

**إن وجود هيكل تنظيمي فعال هو أساس إنجاز الأهداف بشكل فعال لأنه يزود الشركة بالإطار اللازم للرقابة ويوضح الأقسام والإدارات وارتباطها ومسؤولياتها والشركات مرت بعدة مراحل قبل أنّ تصبح دولية هي**

1. ***هيكل التصدير***
2. ***القسم الدولي***
3. ***الهياكل العالمية***

***أولا-هيكل التصدير***

**الهيكل التنظيمي للتصدير إما أن يكون مقصودا أو يأتي عفويا بطريقة المصادفة وكلاهما يقترح هيكلا فعالا مع أعمال التصدير وغالبا يبدأ أصحاب الشركة بالعفوي وينتقلون بعد ذلك للبنية العالمية في الهيكل العفوي الشركة لا تبحث عن التصدير وإنما يتم بالمصادفة من خلال اتصال بعض الزبائن لتوريد نوع معين من البضاعة وهنا بنية الشركة لن تتغير فقط تتم عملية التصدير بالوقت المحدد وبالطريقة المناسبة وهو حالة مؤقتة لذلك تكلف الشركة شخصا من عمالها للقيام بعمليات التصدير وعندما تنجح الشركة بهذه المهمة تنتقل للتصدير الهادف المقصود والبحث عن الفرص في الأسواق الخارجية وبالتالي سينشأ قسم مهمته القيام بعمليات التصدير والتعايش مع الهيكل القديم وفي الحقيقة تبقى المهمة الأساسية للشركة السوق المحلية دون الاهتمام بالبحث عن الفرص الخارجية.**

***ثانيا- القسم الدولي***

**عندما تقرر الشركة الانتقال إلى بناء هيكل يكون القسم الدولي أحد الأقسام الرئيسية للشركة وخاصة عندما تصبح فرص التصدير للأسواق الخارجية ضمن إستراتيجية الشركة لتسويق منتجاتها ويصبح هذا القسم على نفس السوية مع بقية الوظائف على الخط التنظيمي وهو المرحلة الوسط بين الشركات التي تعبر نشاطها المحلي هو الأساس وبين الشركات التي تعتبر نشاطها أصبح دوليا ومهمة هذا القسم التنسيق مع بقية الأقسام وتخصيص الموارد والتجاوب مع الفرص الخارجية المتاحة.**

**ثالثا- الهياكل العالمية**

**يشبه الهياكل التي تمارس النشاط المحلي لكن الإستراتيجية تشمل العالم كله وهذا الهيكل مناسب عندما تصبح الفرص العالمية والفوائد التي تجنيها الشركة من السوق العالمية أكثر من السوق المحلية ونلاحظ ذلك من خلال اتساع القسم الدولي وزيادة المبيعات وزيادة الأرباح وزيادة الخبرة والمعرفة بالأسواق الدولية وهنالك ثلاث أنواع لهذا الهيكل**

* **- هيكل وظيفي عالمي**
* **-هيكل منتج عالمي**
* **-هيكل جغرافي عالمي**
* **أبجديات التصدير**

**قبل أن تدخل الشركة السوق العالمية وتتجه نحو التصدير يجب أن تضع مجموعة من الخطوط العريضة هي**

1. **أن يكون التصدير هادفا**
2. **أن تتبنى الشركة إستراتيجية تصديرية معينة**
3. **أن يكون التصدير استثمار**
4. **إزالة أسباب الاغتراب التصديري**

* ***والمقصود بالاغتراب التصديري:***

1. **غياب المعلومات وقواعد البيانات حول الأسواق الأجنبية**
2. **عدم فعالية الاعتماد على المعارض الدولية المحلية والخارجية كوسيلة لغزو الأسواق الدولية**
3. **محدودية الجدوى والجهود المبذولة لدعم وتنمية الصادرات**
4. **المحاولات الحالية لا تزال فردية ولا تنبع من إستراتيجية واضحة وموجها بأهداف قابلة للقياس**

* **قواعد التصدير**

***أولا-الاستعداد للتصدير***

1. **أهمية الجودة النوعية للصادرات(ضبط الجودة وأساليب تنفيذها وخطوات الحصول على شهادة ISO)**
2. **التعبئة والتغليف(التصميم وشراء مواد التعبئة والتغليف)**
3. **تحديد أسعار المنتجات المصدرة(متطلبات اتفاقية الGATT)**
4. **التمويل المصرفي للصادرات ومعرفة المؤسسات الإقليمية التي تمول الصادرات.**

***ثانيا- أساليب الترويج***

**وذلك من خلال الإعلانات وزيارة الأسواق الخارجية والمعارض التجارية وطرق اختيار المعروضات ونقلها إلى المعارض وطريقة عرضها واختيار الوكلاء والموزعين واختبارهم وطرق عقد اتفاقيات الوكالة .**

***ثالثا- الإجراءات التنفيذية للتصدير***

**ويشمل الاتفاق على الشروط وتوقيع العقد والتأمين على الصادرات ومعرفة أركان عقد التأمين والوثائق المطلوبة وإجراءات إصدارها ثم التعاقد مع الشركات الناقلة مع الأخذ بعين الاعتبار قواعد استخدام الاعتماد المستندي (الفاتورة وشهادة المنشأ).**

* **استراتيجيات التصدير**

**إذا كانت الإستراتيجية هي رؤية بعيدة المدى لما ستكون عليه الشركة في المستقبل (الموارد – الإمكانيات المتاحة) ضمن إطار البيئة .**

***محاور إستراتيجية التصدير***

1. **تقسيم السوق الخارجي لعدة قطاعات**
2. **تحديد القطاع الأنسب من حيث (درجة المنافسة –الطلب)**
3. **إنتاج سلع تتناسب مع خصائص كل قطاع**
4. **اختراق القطاع بأسعار منخفضة ولكن دون التضحية بالجودة**
5. **إنشاء شبكة توزيع دولية**
6. **تهيئة السوق المستهدفة بحملات ترويجية قوية**
7. **الربط بين سياسات الحوافز ومستويات الإنجاز.**

* **الأشكال المتاحة قنوات التصدير**
* ***التصدير المباشر***

**يوفر التصدير المباشر ميزة احتفاظ المدير بالرقابة بشرط أن يمتلك فهم للأسواق الخارجية وخبرة تفاوض في السوق الخارجية ويتم هذا الشكل من خلال ثلاث أقنية .**

1. **الوكلاء الخارجيين : الوكلاء الخارجيين (الأجانب):هو شخص أو شركة مخولة بشكل قانوني باستيراد البضاعة إلى أي مكان أو موقع خارجي ( المصدر –الوكيل أو تاجر الجملة الأجنبي – السوق المحلي للوكيل )**
2. **تجار التجزئة الأجانب : يبيع المصدر بشكل مباشر لتجار التجزئة الأجنبي الذين بدورهم يبيعوها في أسواقهم من خلال المخازن ويتحمل المصدر أعباء عقود التفاوض ونقل المنتجات وتنظيم الصفقات**
3. **البيع المباشر للمستخدم الأخير : يبيع المصدر بشكل مباشر للمستخدم النهائي كشركات الطيران**

* ***التصدير غير المباشر***

**يمكن للمصدر تبسيط عملية التصدير من خلال وسيط يقوم بالمفاوضات الخارجية والصفقات القانونية وهذه المساعدة تقلل المسؤولية الإدارية ويحدث التصدير غير المباشر عندما يستخدم المنتج مؤسسة تسويقية محلية موجودة في دولته للقيام بالتصدير بشكل كلي أو جزئي**

1. **وكلاء العمولة :هو تاجر وسيط يعمل على إيجاد منفذ لطلبات المصدرين أو لإيجاد منتجات لمقابلة طلبات المستوردين وذلك مقابل عمولة معينة قد تكون من طرف واحد أو من طرفي الصفقة لكن مهمتهم لا تتجاوز دور الوساطة ويجب أن يكون وكلاء العمولة تجارا مسجلين يحملون رخصا لمزاولة الأعمال**
2. **شركات إدارة التصدير :هي شركة إعمال خاصة تمثل الشركات المصدرة بموجب عقد ولا تركز أعمالها في سوق واحدة كتجار العمولة ويمكنها أن تمثل عدة شركات في نفس الوقت وهنا يكمن خطرها على المصدر (توزيع الولاء) وبالتالي على المصدر اختيارها بشكل مناسب بحيث تبعده عن المنافسة وهذه الشركات تبيع علامة المنتج دون تعديل وربما تكون مرخصة لوظائف أخرى كالشراء بكميات كبيرة وبيعها بعلامة تجارية محلية**
3. **شركة تجارة الصادرات :هي شركات خاصة تتاجر بالتصدير عن طريق البيع المباشر وهي تمتلك حقا شرعيا في البضاعة التي تتعامل معها إما من خلال الشراء أو من خلال الضمان بشكل يؤمن حق المصدر ويمكن للمصدر أن يشكل شركة تجارة صادرات خاصة به**

***ث- تجار التصدير أو معيدي التسويق***

**هم معيدي تسويق يشترون بشكل مباشر من المصنع ويصبحون مالكون شرعيين للبضاعة ثم يعيدون بيعها في السوق الخارجية ونجاح أعمال هؤلاء التجار يتوقف على الخبرة وقدرة على التفاوض للحصول على أفضل الشروط وعادة يتواجدون في الموانئ والمناطق الصناعية لأن الكثير من أعماهم تتضمن أعمال الخزن اللف الحزم الشحن .**

**إن الخيار بين التصدير المباشر وغير المباشر يتوقف غلى القدرة الإدارية للشركة والخبرة الدولية.**

* **مصطلحات هامة**

|  |  |
| --- | --- |
| **EXW)):EX WORKS** | **البضاعة من نقطة الأصل** |
| **FAS)):FREE ALONG SIDE SHIP** | **التسليم بجانب الباخرة** |
| **FOB)):FREE ON BOARD** | **التسليم على ظهر الباخرة** |
| **C F)):COST AND FRIGHT** | **تكاليف وأجور الشحن** |
| **CIF)):COST,INSURANCE** | **تكاليف وأجور الشحن والتأمين** |
| **CIP)):CARRIAGE,INSURANCE** | **الكلفة والتأمين وأجور النقل** |
| **DES)):DELIVERED EXSHIP** | **التسليم على ظهر الباخرة** |
| **DEQ:** | **التسليم بميناء الوصول** |

* **حالة عملية**

***الجهود المبذولة لدعم الصادرات الزراعية في الجمهورية العربية السورية***

يعتبر القطاع الزراعي في الجمهورية العربية السورية من أهم القطاعات الاقتصادية ، فهو المسؤول عن تحقيق الأمن الغذائي للمواطنين ، وتأمين المواد الأولية للقطاع الصناعي ، وتأمين القطع الأجنبي عن طريق تصدير المنتجات الزراعية الفائضة عن الاستهلاك المحلي لتمويل باقي القطاعات.

***أهمية الزراعة في الاقتصاد الوطني :***

يساهم القطاع الزراعي بنسبة كبيرة في الناتج المحلي الصافي وبنسبة تراوحت مابين  
 (23 – 27.6%) بالأسعار الثابتة ، و بنسبة تراوحت مابين ( 24 - 30 % ) بالأسعار الجارية ، وذلك من خلال نشاطين إنتاجيين هما الإنتاج النباتي والإنتاج الحيواني ، حيث تبلغ بالمتوسط نسبة مساهمة النشاط النباتي ( 66 % ) والنشاط الحيواني بنسبة ( 34 % ) في الإنتاج الزراعي.

وتأتي مساهمة القطاع الزراعي في الإنتاج الإجمالي للقطر بالمرتبة الثانية بعد القطاع الصناعي ، و من خلالمقارنة الميزان التجاري الزراعي الإجمالي للجمهورية العربية السورية ونسبة الصادرات والواردات الزراعية من إجمالي الصادرات والواردات خلال عدة سنوات ، حيث يلاحظ بأن نسبة الصادرات الزراعية من إجمالي الصادرات أكبر من نسبة الواردات الزراعية إلى إجمالي الواردات ، وهذا يؤدي إلي وجود فائض بالميزان التجاري الزراعي يساهم في تحسين الميزان التجاري الإجمالي للدولة ، وتتغير هذه النسبة تبعاً لجودة المواسم الزراعية وكميات الهطول المطرية والمخازين المائية والعوامل الجوية الأخرى .

***تطور الإنتاج الزراعي لأهم المنتجات الزراعية :***

شهد الإنتاج الزراعي وخاصة النباتي(شوندر سكري-قطن-حبوب) في السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً مما أدى لوجود فوائض كبيرة عن الاستهلاك المحلي تواجه بعض الصعوبات في إيجاد أسواق للتصريف

ونتيجة هذه الزيادة الكمية في الانتاج فقد زادت كمية الانتاج المتاح للتصدير إلا أنه لم ترافقه زيادة في الصادرات ومن خلال مقارنة الإنتاج الزراعي المتاح للتصدير و المصدر بشكل فعلي ونسبة المصدر إلى المتاح . ويلاحظ أن الصادرات لا تزال منخفضة نسبة الى المتاح .

***الإجراءات المتخذة في سوريا لتشجيع الصادرات :***

* نظراً للتطورات الاقتصادية الحالية والمتوقعة وخاصة تطبيق منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى اعتباراً من 1/1/2005 وقرب توقيع الشراكة السورية ـ الأوروبية ومدى تأثير هذه التطورات على الصادرات الزراعية السورية للدخول إلى الأسواق الأوروبية .
* يتم الآن اتباع سياسة إصلاحية لأساليب الزراعة السورية لتواكب التحول الجديد والتطور الكبير ابتداءً من تهيئة المزارع السوري وصولاً إلى امتياز نوعية المحاصيل المرغوبة خارجياً إضافة إلى الاهتمام بالعملية التسويقية والتصديرية من الناحية الفنية وذلك باتخاذ الإجراءات الآتية :

1. ـ يتم دراسة ووضع القوانين والتشريعات التي تنظم استعمال المبيدات الكيميائية ومنع استعمال المنشطات الضارة واستعمال الأسمدة العضوية والحيوية .
2. ـ يتم توجيه المزارعين والتجار نحو اتباع أساليب حديثة في عمليات الفرز والتعبئة والتوضيب والتغليف والنقل السليم .
3. ـ إعطاء تسهيلات لعملية التصدير من خلال تحديث وتطوير التشريعات والتعليمات الناظمة لهذه العملية .

* تم اتخاذ مجموعة من الإجراءات العملية عبر السنوات الأخيرة لتشجيع التصدير أهمها:

**\*** الاحتفاظ بكامل القطع لمصدري الخضار والفواكه وبنسبة 75% لبقية المنتجات .

**\*** الإعفاء من ضريبة الإنتاج الزراعي والمنتجات الزراعية .

\* تخفيض ضريبة الدخل على المصدرين للخضار والفواكه من نسبة 1.9% إلى 1% .

**\*** تخفيض رسوم التنازل عن الدولار من 1 ل.س إلى 0.5 ل.س عن كل دولار ناجم عن تصدير الخضار والفواكه .

**\*** إعفاء العبوات المستوردة والخاصة لعمليات تعبئة المنتجات المعدة للتصدير من كافة الرسوم والضرائب .

\* إعطاء تسهيلات بالنقل الجوي وأسعار مشجعة للتصدير .

\* تشجيع إقامة جمعيات تعاونية تسويقية متخصصة من قبل الاتحاد العام للفلاحين .

\* يتم العمل وبشكل حثيث لاستصدار قانون إحداث " هيئة تنمية الصادرات " والتي تهدف إلى تطوير الصادرات والمساعدة في تحسين جودة المنتجات السورية ، وتنشيط وتفعيل تصدير المنتجات السورية إلى الأسواق الخارجية .

\* أحداث شركة " فيحاء الشام " المختصة في تسويق الخضار والفواكه .

\* المشاركة في المعارض الدولية المختصة بالزراعة ، كما تقيم وزارة الزراعة معرضاً زراعياً مركزياً كل عام يتم عرض المنتجات الزراعية ، كما يتم إقامة مهرجانات ومعارض متخصصة **مثل :** مهرجان القطن ومعرض الحمضيات والزيتون وغيره 0000

* كما تركز سورية على تطوير أداء صادراتها من الخضار والفواكه الى أسواق الاتحاد الأوربي باعتباره السوق الرئيسية الثانية بعد السوق العربية تعتمد في ذلك على :
  1. التخصص النسبي للصادرات السورية وخاصة الخضار والفواكه الطازجة.
  2. احتمال توقيع اتفاق الشراكة وما يترتب على ذلك من تحقيق المزيد من الفرص التسويقية.
  3. ديناميكية أسواق الاتحاد الأوربي للخضار والفواكه التي تعتبر من المنتجات الهامة بالنسبة لسورية ( كرز – عنب – ثوم – بصل – بندورة – بطاطا ).
  4. الخبرة التي اكتسبتها سورية في التصدير الى دول منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى.

***المعوقات التي لا زالت تعترض عملية التسويق والتصدير للمنتجات الزراعية :***

1. تتدهور أسعار المنتجات الزراعية من الخضار والفواكه سنوياً في موسم الذروة.
2. عدم وجود خطط محددة لاستيعاب هذا الإنتاج عن طريق إيجاد أسواق خارجية لها .
3. عدم وجود نظام تأمين للإنتاج الزراعي .
4. ضعف عمليات الإرشاد التسويقي والتصدير للمنتجات الزراعية .
5. انخفاض عدد مراكز الفرز والتغليف المتطورة وخاصة تلك التي تلبي متطلبات السوق الخارجية.
6. ضعف قدرات النقل البحري والجوي ، مع ظهور بوادر تحسن على النقل البري بعد الانضمام إلى اتفاقية  **TIR** إلا أن ارتفاع أسعار العبور البري مع الدول المجاورة تعيق عملية التصدير .

***المقترحات العملية حول سبل تنسيق و دعم نشاط تصدير المنتجات الزراعية السورية***

**1ـ** إنشاء بنك يتضمن المعلومات والبيانات التجارية الوطنية والعالمية التي من شأنها خدمة المصدرين والصادرات العربية وإتاحة الوصول إليها لكافة الأعضاء .

**2ـ** إيجاد أو إحداث هيئة أو منظمة أو مؤسسة وطنية تقوم بوضع خطة متكاملة للصادرات السورية لإمداد الأسواق المحلية والخارجية بالمنتجات الزراعية السورية.

**3ـ** القيام بأبحاث عن الأسواق الخارجية ، والمنتجات ، ودراسة الأنماط الاستهلاكية في تلك الأسواق بهدف توجيه المصدرين لتصنيع منتجات أكثر تنافسية من المنتجات المعروضة في الأسواق العالمية .

**4ـ** إعلام المصدرين عن فرص التصدير والتسهيلات الجمركية وغير الجمركية الممنوحة في الأسواق الخارجية .

**5ـ** إعداد برامج تدريب لتطوير أداء وكفاءة العاملين الفنيين والإدرايين في ميدان التصدير إلى الأسواق العالمية .

**6ـ** تزويد المستثمرين العرب والأجانب بمعلومات حول فرص الاستثمار في المشاريع الموجهة نحو التصدير .

**7ـ** العمل على إيجاد محفز للتصدير في ضوء تجارب الدول الأخرى ، وإزالة الأعباء التي تعيق أنشطة التصدير .

**8ـ** تنفيذ أنشطة ترويجية للمنتجات االزراعية في الأسواق الخارجية المستهدفة بالتنسيق مع الجهات المعنية ، والتي يمكن تحقيقها من خلال البعثات التجارية والمعارض التخصصية والمساهمة في إقامة ندوات ومؤتمرات للتسويق والتصدير في الداخل والخارج .

**9 ـ** إعداد الدراسات اللازمة لإنشاء اتحادات نوعية لأهم الصادرات السورية.

**10ـ** تطوير تعاون ثنائي مع المنظمات والتجمعات العالمية والمحلية في مجال تنشيط الصادرات وتوفير المعلومات عن الأسواق الخارجية .

**11ـ** إصدار النشرات الدورية والسنوية متضمنة كافة المعلومات عن أنظمة التجارة الخارجية الخاصة بأنظمة التصدير ، وتوزيعها على الجهات المعنية والمصدرين .

***خاتمة :***

* + إن الوصول الى الهدف المطلوب وهو دخول المنتجات الزراعية السورية الى الأسواق العالمية يستلزم إجراءات جذرية بمثابة نقاط تحول منها :

1. تبني منهج التعلم من خلال العمل.
2. فهم الدور القيادي للقطاع الخاص في فعاليات تصدير المنتجات الزراعية وبمشاركة الدولة في تحسين الإطار التشريعي وتوفير الخدمات المساندة .
3. توجيه عقلية المنتجين باتجاه النوعية بدلا" من الكم وبما يتناسب مع عادات وأذواق المستهلك الأوربي والعالمي.
4. تعزيز علاقات التعاون الدولي والاستفادة من نوافذ اتفاقية الشراكة .
5. تسهيل الاستثمارات الخارجية المباشرة .

* **قائمة المراجع**

1. **الشافعي,محمد زكي ,مقدمة في العلاقات الاقتصادية الدولية ,دار النهضة العربية ,بيروت.**
2. **رعد,خالد, دراسات وبحوث في العلاقات الاقتصادية الدولية ,منشورات جامعة دمشق, دمشق 1995.**
3. **عبد اللطيف ,عبد اللطيف ,إدارة الأعمال الدولية ,منشورات جامعة دمشق, دمشق.**
4. **أبو قحف ,عبد السلام, إدارة الأعمال الدولية ,الدار الجامعية الاسكندرية2001**
5. **الصرن ,رعد, أساسيات التجارة الدولية المعاصرة, الجزء الأول, ط1 ,دار الرضا للنشر, دمشق2001.**
6. **جامع,أحمد, العلاقات الاقتصادية الدولية, دار النهضة العربية ,القاهرة1993**
7. **أبو قحف ,عبد السلام,التسويق الدولي,الدار الجامعية ,الإسكندرية.**
8. **مرسي,فؤاد,العلاقات الاقتصادية الدولية,دار المعارف ,مصر.**
9. **V.terpstra and R.srathy,internathional marketing,7th,fort worth:the Dryden press,1997.**
10. **M.R.czinkota,et al,internathional business,2nd.ed,fort worth:the Dryden press.**