

# NAPC

8

2003 3

- GCP/SYR/006/ITA



منظمة الأغذية  
والزراعة للأمم المتحدة



التعاون الإيطالي



وزارة الزراعة  
والإصلاح الزراعي



- GCP/SYR/006/ITA

GCP/SYR/006/ITA

%9.4

%10.4

38

2000-1999

(%28)

. 1999

(%15)

-1

-2

-3

-4

- - - - - : )

. (

%90

2000-1998

- - )

( )

. ( - -

:

- ( ) - ( ) - ( )  
( ) - ( ) - ( ) - ( )  
. ( )



)

:

-1

.(

-2

-3

-4

-5

:

:"

"

-1

---

∴ \_\_\_\_\_ -2

∴

•

•

•

•

∴ \_\_\_\_\_ -3

∴ \_\_\_\_\_ -4

∴ \_\_\_\_\_ -5

∴

•

(10

)



: \_\_\_\_\_ -6

. ( )

: \_\_\_\_\_ -7

: \_\_\_\_\_ " " -8



**-2**

**-3**

**-4**

EUREPGAP

- 1

---

-

-

-

-

-

-

-

-

-

---

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-



-

-

-

-

-

-

-

20

## أسواق الخضار والفواكه في الاتحاد الأوروبي

- أحد أكبر الأسواق في العالم
- 10.5 % من الاستهلاك العالمي
- 29 مليون طن من الفواكه
- 41 مليون طن من الخضار
- معدل نمو معتدل للواردات
- معدل نمو الواردات الإجمالي يعادل 1.5 % سنوياً
- تغيرات كبيرة في تركيبة المنتجات
- بالرغم من الحماية إلا أنه لا يزال هناك استيراد كبير من الدول خارج الاتحاد الأوروبي

## تشجيع تصدير الخضار والفواكه إلى أسواق الاتحاد الأوروبي

خوسيه مارييا غارسيا ألفاريس كوكه  
جامعة البوليتكنيك - فالنسيا

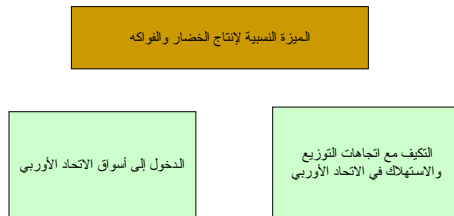


## لماذا قد تكون سورية مهتمة بأسواق الاتحاد الأوروبي؟

- سوف تحقق اتفاقية الشراكة :
  - فرصاً تسويقية جديدة
  - إطاراً مستقراً للتجارة
- تتميز الصادرات السورية بالإفراط في التخصص في أسواق منطقة التجارة العربية الحرة الكبرى
- باستثناء البطاطا والثوم فإن الوجهات التصديرية إلى الاتحاد الأوروبي تشكل أقل من 1% من إجمالي قيمة الصادرات السورية

- إن سورية من مصدري محاصيل البستنة
- الحصص من إجمالي قيمة الصادرات الزراعية السورية
  - الخضار الطازجة : 28%
  - الفواكه الطازجة : 15%
  - الخضار والفواكه المصنعة : 3.5%
- لا تزال أسواق الاستيراد في الاتحاد الأوروبي في تزايد مستمر بالنسبة لبعض الصادرات الهامة لسورية
  - البطاطا - البصل - الثوم - عنب المائدة - التفاح - الكرز - المشمش - البندورة

## عوامل نجاح صادرات الخضار والفواكه



## بنية الصادرات السورية 1998-2000 (%)

المنتج / المنطقة	منطقة التجارة العربية الكبرى (%)	الاتحاد الأوروبي	أوروبا الوسطى	بقية دول العالم	إجمالي الصادرات (طن متري)
البندورة	84.72	0.06	0.04	15.17	155,428
البطاطا	36.25	61.99	0.03	1.73	31,415
التفاح	99.59	0.01	0.00	0.40	19,125
الأجاص	99.94	0.01	0.00	0.05	10,165
الكرز	63.95	0.04	0.00	36.01	10,392
البرتقال	97.33	0.01	0.05	2.61	16,093
الماندرين	97.57	0.03	0.16	2.25	13,088
العنب	99.44	0.04	0.00	0.51	26,585

المصدر : مديرية الجمارك - المركز الوطني للسياسات الزراعية

## عوامل نجاح صادرات الخضار والفواكه



## مقارنات أسعار المزرعة

- مقارنات الأسعار الشهرية بين سورية و خمس دول في الاتحاد الأوربي للفترة 1998-2000

نسبة المراقبة حيث تكون الأسعار السورية أقل من أسعار المزرعة في دول الاتحاد الأوربي

لماذا تكون الأسعار منخفضة ؟

المنتج	%
التفاح	13
الأجاص	6
البرتقال	22
الماندرين	42
الليمون	21
العنب	87
الشمش	88
الكرز	91
الخيار	90
البطاطا	37
البصل	67
البطيخ الأحمر	100

## البروتوكولات الزراعية حالة البندورة

البلد	الروزنامة	الحصة الجمركية (طن متري)
الأردن	1 كانون الأول - 31 آذار	كمية غير محددة
المغرب	1 تشرين الأول - 31 آذار	150,676 5,000 في تشرين الأول
تونس	15 تشرين الثاني - 30 نيسان	كمية غير محددة
مصر	1 تشرين الثاني - 31 آذار	كمية غير محددة
لبنان		5,000

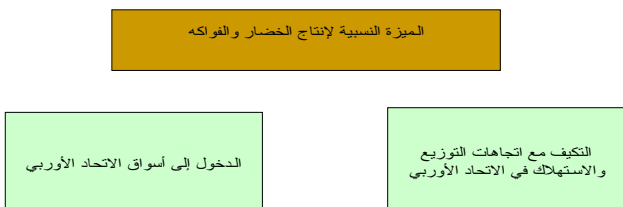
نسبة قطاف البندورة في سورية

- من كانون الأول وحتى آذار : %25
- من تشرين الأول وحتى نيسان : %40

## مسألة الدخول إلى أسواق الاتحاد الأوربي

- بالنسبة للكثير من الخضار والفواكه تتخفف المصادر من خارج الاتحاد الأوربي بشكل حاد في بعض أوقات السنة : استبدال الامتيراد على ماذا تعتمد مكاسب اتفاقية الشراكة ؟
- النمط الموسمي لنظام أسعار الدخول
- مدى الحدود الكمية و الروزنامات
- إدارة القيود غير الجمركية
- تكيف مواسم جني المحاصيل السورية مع الامتيازات في الاتحاد الأوربي

## عوامل نجاح صادرات الخضار والفواكه

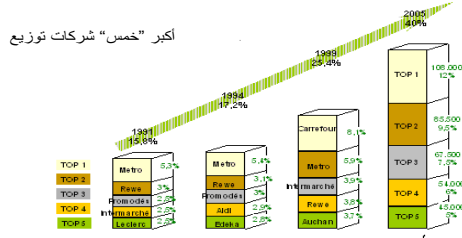


## أسعار الدخول . التغيرات الموسمية

الفترة	سعر الدخول (يورو/طن متري)	سعر الدخول (المغرب) (يورو/طن متري)	% من المحصول في سورية
نيسان	1126		6
أيار	726		2
حزيران - أيلول	526		50
1 تشرين الأول - 20 كانون الأول	626	461	22
21-31 كانون الأول	726	461	2
1 كانون الثاني - 31 آذار	846	461	18

## التوزيع الحديث

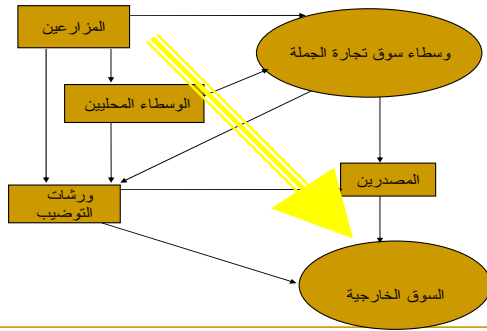
- المجموعة الأوربي الأولى (كاريفور) التي حققت رقم أعمال يعادل 50 مليار يورو (وول مارت أكثر من ضعف هذا الرقم



## ماذا يطلب المستهلكون في الاتحاد الأوربي

- المنتجات غير مصنفة من خلال الأصناف النباتية
- ولكن من خلال أهداف المستهلكين الجديدة :
  - الملاحة : الطلب الخارجي - الأكل مقابل التلغز - الوجبات الجاهزة
  - الوجبات السريعة : "الأكل أثناء الحركة"
  - الصحة والبيئة
- سلوك المستهلك المتناقض :
  - السرعة في التحضير والسلامة الصحية
  - التوثيق والملاحة أيضا
  - انخفاض الأسعار والتوفر على مدار العام
  - غير نمطي وبأسعار معقولة
  - متناسق الشكل و بيئي

## التسويق التقليدي



## الانعكاسات على تجار هذه المنتجات

- انخفاض عدد الموردين وتزايد حجم الكميات الموردة
- اعتماد العلاقات على الثقة والسعة
- فرق عمل متخصصة لكل شركة
- تحول النوعية من كونه عاملا للتمييز إلى شرط أساسي له
- تعزيز شبكات التوريد للعلاقات الداخلية فيما بينها وخلق حوافز لضمان الإنتاج والتوريد في الوقت المناسب . وهي تعتمد على الإشتراك في المعلومات والجدولة المشتركة و ضمان نوعية المنتج والالتزامات بحجم المعاملات .

## دور القطاع العام في كسر الدائرة الصعبة

