

Ministry of Agriculture and Agrarian Reform

NAPC

National Agricultural Policy Center

القدرة التنافسية للصادرات الزراعية

خوسيه ماريا غارسيا ألفاريس كوكه

خبير الفاو - بروفيسور في الاقتصاد

جامعة البوليتكنيك - فالنسيا jmgarcia@upvnet.upv.es

Project GCP/SYR/006/ITA



Food and Agriculture
Organization of
the United Nations



COOPERAZIONE
ITALIANA



Ministry of Agriculture
and Agrarian Reform

العولمة : الرابحون والخاسرون

■ كان هناك تحول دولي في التوزيع الاجتماعي والاقتصادي للعمل.

- أصبحت الفعاليات غير الملموسة مادياً تتركز في الدول المتقدمة
- يتم تنفيذ الفعاليات الملموسة المتعلقة بالتصنيع بشكل متزايد من قبل مجموعة من الدول ذات الدخل المتوسط
- تعتمد مجموعة أخرى من الدول النامية على المنافسة السعرية وذلك بالاعتماد على العمالة الرخيصة
- يبدو أن هناك مجموعة أخرى من الدول المستبعدة

■ كيف يمكن تقييم القدرة التنافسية ؟

المنهج القياسي

- تقييم القدرة التصديرية للدول على اساس كل قطاع على حدة واعتماداً على البيانات التجارية
- أمثلة عن المؤشرات المستخدمة
 - حصة الفرد من الصادرات
 - الحصة من الأسواق العالمية
 - تنوع المنتجات
 - تنوع الأسواق

القدرة التنافسية للأغذية الزراعية في سورية (2005-2001)

■ تعتمد أرقام ITC (مركز الأعمال الدولي) القياسية على بيانات الأمم المتحدة

■ الأغذية الطازجة

- حصة الفرد من الصادرات
- الحصة من الأسواق العالمية
- تنوع المنتجات
- تنوع الأسواق

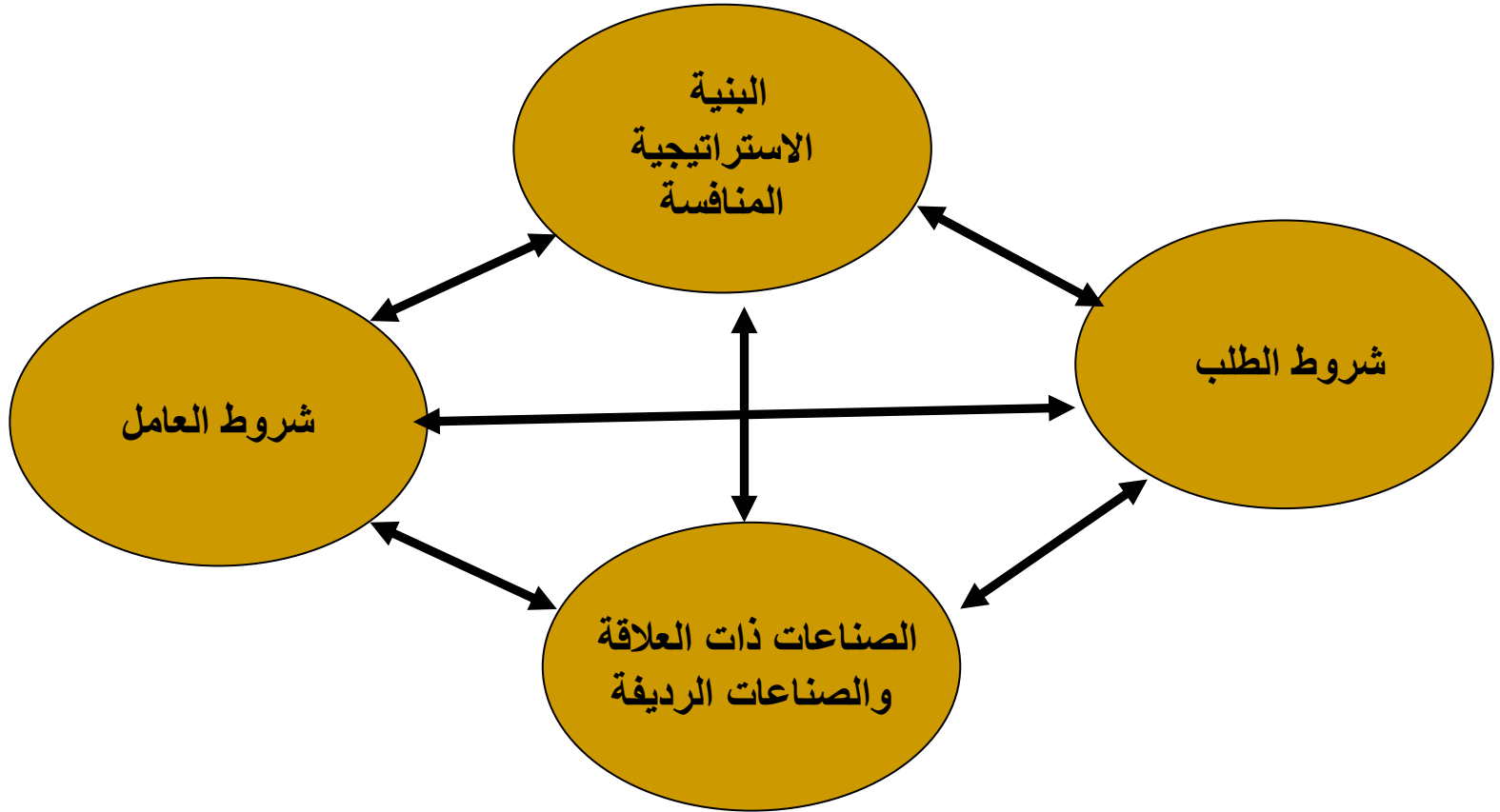
■ الأغذية المصنعة

- حصة الفرد من الصادرات
- الحصة من الأسواق العالمية
- تنوع المنتجات
- تنوع الأسواق

المنهج الهيكلي

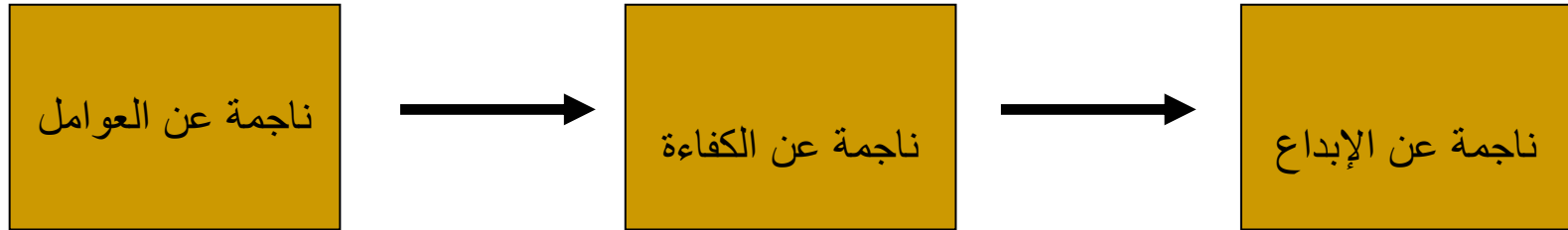
- الحاجة لتقييم كل عامل من العوامل : الكثير من المتغيرات المؤثرة – النظرة طويلة الأجل
- هناك حاجة للمنهج المنظم
 - “كفاءة الجزيرة” غالباً ما تؤدي إلى الاختناقات
 - يمكن أن يؤدي نمو الإنتاج إلى “الإفكار”
 - الحاجة للتركيز على جميع الروابط في سلسلة القيمة

ماسة بورتر



أربع عوامل نمو مترابطة
دور الدولة : تشجيع المنافسة والإبداع - تحفيز الطلب

المراحل والعوامل الإشكالية



المتطلبات الأساسية

- * المؤسسات
- * البنية التحتية
- الاقتصاد الكلي
- الصحة والتعليم الابتدائي n

محفزات الكفاءة

- التعليم العالي والتدريب
- كفاءة السوق
- القدرة على الحصول على
- التقانة

عوامل الإبداع والتعقيد

- * مستوى تعقيد العمل
- * الإبداع

على وجه الخصوص ...

- بيروقراطية الدولة
- الحصول على التمويل
- الفساد
- عدم كفاية المستوى التعليمي لقوة العمل
- قوانين القطع الأجنبي
- توفير البنية التحتية
- القوانين المقيدة للعمالة
- قوانين الضرائب

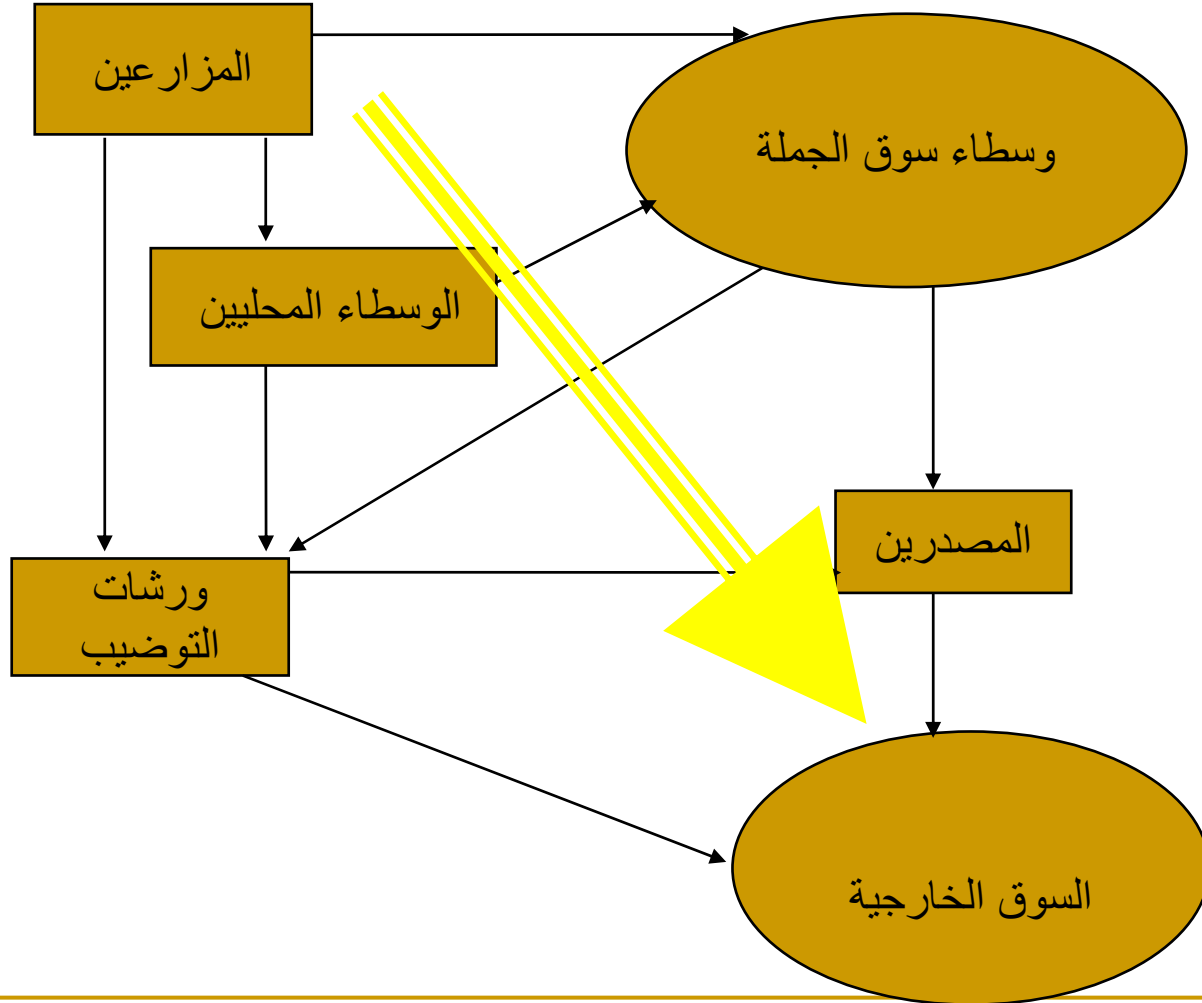
مرتبة سورية في (الرقم القياسي العالمي للتنافسية) GCI من أصل 48 دولة تخضع "لقوة دفع العوامل"

المتطلبات الأساسية	5
■ المؤسسات	12
■ البنية التحتية	10
■ الاقتصاد الكلي	9
■ الصحة والتعليم الابتدائي	2
محفزات الكفاءة	25
■ التعليم العالي والتدريب	19
■ كفاءة السوق	37
■ الحصول على التقنية	31
عوامل الإبداع	17
■ مستوى تعقيد العمل	12
■ الإبداع	25

مسألة التبعية في سلاسل القيمة

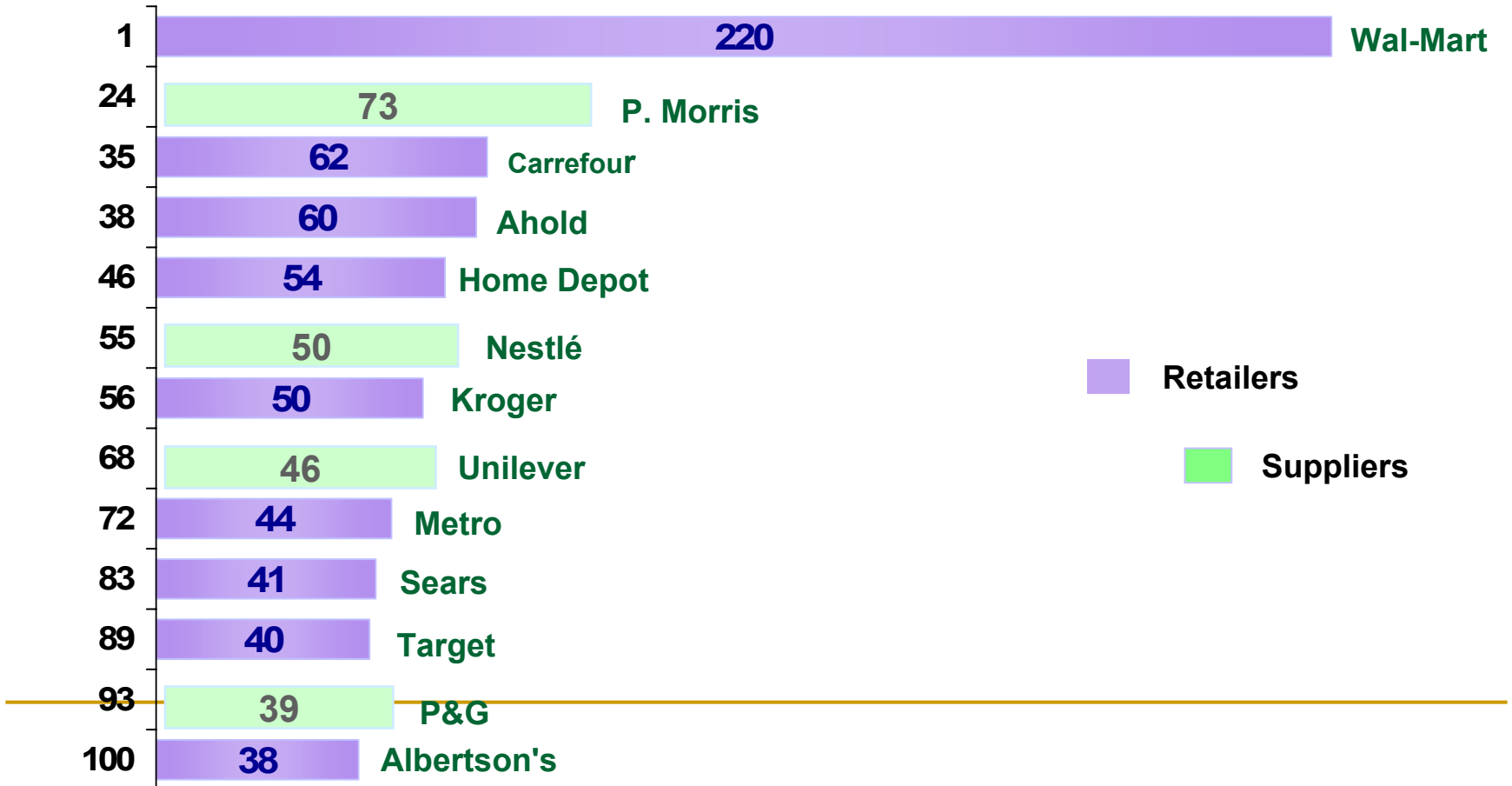
- تظهر الروابط بين المعنيين على طول سلسلة القيمة بعض التنظيم بدلاً من كونها عشوائية
- تخضع سلاسل القيمة للتبعية عندما يتم وضع قواعد للمنتج والعملية والتنظيم وتطبق على الفعاليات والمتعاملين والأدوار والمهام

التسويق التقليدي



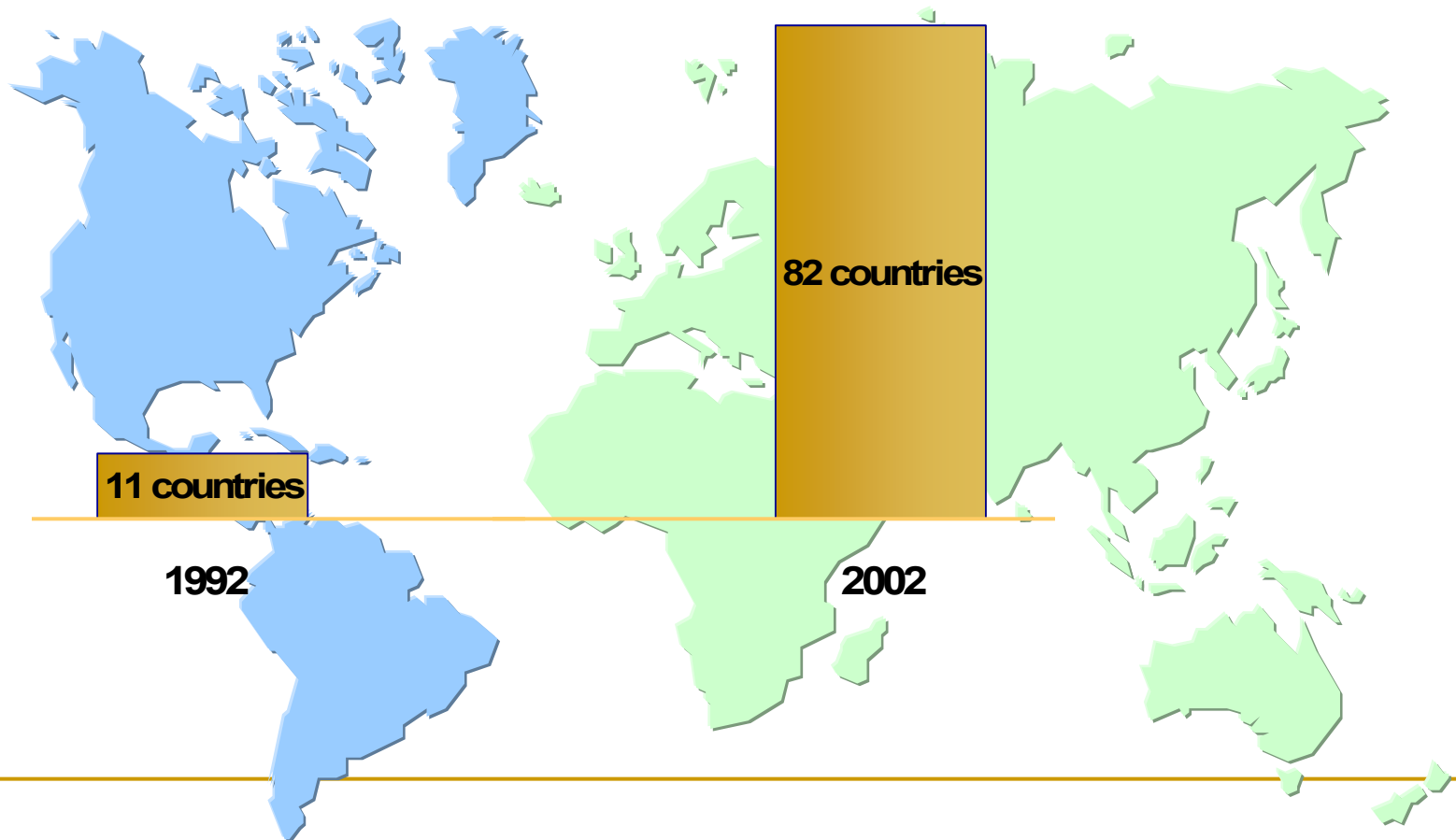
ثورة السوبر ماركت

المصدر : غلوبال فاونتن 100
ترتيب 2001 والإيرادات بمليارات الدولارات الأمريكية



تجار المفرق : ينتشرون في مختلف أنحاء العالم

International presence of top 20 retailers



استراتيجيات السوبر ماركت (1)

التحديات

النتائج

يتنافس تجار المفرق لتمييز مخازنهم في عقول

المستهلكين

برامج ولاء المستهلك

• التركيز على المواد الطازجة

زيادة التركيز على طلب
المستهلك

- المزيد من التعاون مع الموردين
- أكثر مرونة وقرارات أسرع بتكلفة أقل

تخفيض التكاليف في سلسلة
العرض

استراتيجيات السوبر ماركت (2)

- الميزة التنافسية المستدامة التي يتم تحقيقها من خلال إدارة سلاسل العرض الكفاءة بالتعاون مع الموردين
- يتطلع نجاح العمل إلى الأداء الإجمالي لسلسلة العرض
- يعتمد المشترون "الأقوياء" بشكل متزايد على عدد أقل وحجم أكبر من الموردين الأكثر التزاماً
- متوافق مع النظم لضمان جودة النوعية

استراتيجيات السوبر ماركت (3)

- تضائل دور أسواق الجملة
- علاقات سلسلة العرض "الفئات المستهدفة" (منتج طازج – لحوم – وجبات جاهزة)
- تزايد المخاوف حول إنتاج الغذاء (السلامة – الرفاه – البيئة) وخصائص الغذاء (النظام الغذائي والصحة)

عوامل النجاح الهامة

■ النوعية والسلامة

■ المستوى والتناسق

■ التواتر والاستمرارية

■ الولاء والموثوقية

الانعكاس على موردي المنتجات الطازجة (1)

- تجار المفرق أكثر قدرة على نقل الكميات بين الموردين
- يلتزم الموردون بقبول الأسعار المتدنية من أجل زيادة الحجم
- يزيد المنتجون المبدعون تعاونهم مع المشتريين وأعضاء سلسلة العرض الآخرين

الانعكاس على موردي المنتجات الطازجة (2)

- يترتب على الموردين المفضلين تكاليف استثمارية ترتبط بتغيير الممارسات الإنتاجية
- تفضل محلات السوبر ماركت المزارعين الذين يتوافقون مع اليوروب غاب
- سوف تفضل محلات السوبر ماركت المزارعين الكبار و ليس المزارعين الصغار

النتائج (1)

- يشترك المعنيون في سلاسل القيمة في الاهتمام بتخفيض التكلفة وتحسين النوعية وإدارة المخاطر
- الحاجة لفهم ما يساعد على إنجاز أشكال التعاون

النتائج (2)

■ عند التعامل مع القدرة التنافسية التصديرية ، هناك حاجة للتركيز على :

- المنهج المنظم
- النواحي المتعلقة بالاقتصاد بشكل عام
- قواعد التبعية ضمن سلسلة القيمة