النظام التسويقي ودوره في تحسين وتنمية الصادرات الزراعية وأهم المعوقات التي تقف أمام تصدير وتسويق المنتجات الزراعية في ليبيا

الهام جمعه بلعيد البقي

قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة طرابلس، ليبيا

elhamjum@yahoo.com

المستخلص:

يعد القطاع الزراعي من القطاعات الاستراتيجية الهامة التي تساهم في تنمية الصادرات الزراعية من خلال نظام تسويقي للمنتجات الزراعية ذات القدرة الإنتاجية العالية، والمساهمة في حل مشكلة البطالة وتحقيق الأمن الغذائي، ويأتي التسويق بعد الإنتاج ولا توجد أهمية لعملية الإنتاج ما لم يتم بعدها تسويقه وبيعه، لذا هدفت الدراسة على إبراز دور وأهمية التسويق الزراعي في تحسين أداء القطاع الزراعي، وكيفية العمل على رفع مستوى الصادرات الزراعية للمنتجات الزراعية ذات القدرة التنافسية، والتعرف على أهم المعوقات التي تواجه تسويق وتصدير المنتجات الزراعية في ليبيا، وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل الوصفي والقياسي في شرح المتغيرات الاقتصادية المتعلقة بالدراسة في الفترة 2000– 2018، وأستندت في جمع المعلومات على الدراسات العلمية السابقة، وبيانات الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق، ومركز تنمية الصادرات الليبية بشأن وضع الصادارت الزراعية في ليبيا. وأوضحت النتائج أن الصادرات الزراعية لاتزال ضعيفة، وأن نسبة تغطية الصادرات الزراعية للواردات في المتوسط غطت 0.55% فقط من وارداتها، وهذا يبين لنا مدى اعتماد الاقتصاد الوطني على التجارة الخارجية، بمعنى أن الزراعة في ليبيا لاتزال غير قادرة حالياً على توفير الموارد المالية من التصدير أو من فائض السلع الزراعية، وان تمويل عملية استيراد السلع الزراعية تكون من عوائد صادرات السلع غير الزراعية، وهذا يرجع لوجود العديد من المعوقات التي تعيق نجاح عملية تصدير وتسويق المنتجات الزراعية، وهذا الأمر يستدعى متابعة وتقييم الصادرات الزراعية حتى يمكن الوقوف على نقاط القوة وتعزيزها ونقاط الضعف وتذليلها، والعمل على تطبيق انشطه تسويقية ذات كفاءة عالية تتضمن كيفية التخطيط لعملية الإنتاج.

الكلمات الدالة: *النظام التسويقي، الصادرات الزراعية، معوقات تصدير وتسويق المنتجات الزراعية، ليبيا.*

المقدمة:

تعتمد معظم اقتصاديات الدول على التصدير في توفير مصادر النقد الأجنبي، ويعد القطاع الزراعي من القطاعات الاستراتيجيه الهامة التي تساهم في تحسين وتنمية الصادرات الزراعية من خلال نظام تسويقي للمنتجات الزراعية ذات القدرة الإنتاجية العالية، وتحقيق الأمن الغذائي وخلق فرص للعمل، حيث أنه يحفز الزراعيين على زيادة إنتاجهم من السلع الزراعية الهامة لتحقيق الأمن الغذائي للدولة، كما أن عملية تنمية الصادرات الزراعية من العوامل المهمة من أجل دعم ميزان المدفوعات وتحسين وضع الميزان التجاري، لهذا يجب أن يأخذ اهتمام كبير وكافٍ من المختصين، واعتباره هدف يتطلب تسيير الجهود المتاحة من أجل الرفع من مستواه وإزالة كل العوائق التي من شأنها أن تعيق تطوره وتقدمه، ولنجاح أي قطاع أو مؤسسة على أنتاج السلع وتقديم الخدمات بالشكل الصحيح تحتاج إلى

وجود نظام تسويقي فعّال، فهو يمثل عملية ديناميكية يتوقف على ما كان عليه في السابق نتيجة لتغير وتعقد البيئة وزيادة حدة المنافسة، لذا تقوم المؤسسات أو القطاعات بتطوير أساليبها التسويقية ووضع استراتيجيات تحقق من خلالها أهدافها المرجوه.

يعاني الميزان التجاري للسلع الزراعية في ليبيا عجزاً مستمراً بسبب تفاقم وارداته مقارنة بالصادرات، نتيجة لضعف أداء القطاع الزراعي في توفير الموارد المالية من التصدير حيث أن واردات السلع الزراعية تمول من من الموارد المالية لصادرات السلع غير الزراعية، الأمر الذي يتطلب وجود نظام تسويقي كفوء يساهم في تحسين أداء القطاع الزراعي وتنميه صادراته إلا أن البنية التحتية الخاصة بقطاع التسويق الزراعي في ليبيا لاتزال ضعيفة، وهذا الأمر يعيق عملية تنمية الصادرات الزراعية والتي لها تأثير كبير على الميزان التجاري للسلع الزراعية والذي بدوره يؤثر على الميزان التجاري الإجمالي للسلع الزراعية.

الهدف من الدراسة:

تهدف الدراسة إلى إبراز دور وأهمية التسويق الزراعي في تحسين أداء القطاع الزراعي، وكيفية العمل على رفع مستوى الصادرات الزراعية للمنتجات الزراعية ذات القدرة التنافسية كالتمور وزيت الزيتون والأسماك، وهذا يزيد من تنوع مصادر الدخل الوطني وجلب للعملات الأجنبية، بالإضافة إلى التعرف على أهم المعوقات التي تواجه تصدير وتسويق المنتجات الزراعية في ليبيا ومحاولة وضع بعض الحلول والمقترحات التي تسهم في تحسين ورفع إنتاجية القطاع الزراعي.

أهمية الدراسة:

إن مثل هذه الدراسات تعد مهمة جداً في إثراء البحث العلمي في مجال تشجيع الصادرات من المنتجات الزراعية في ليبيا ومدى أهميتها لصناع القرار وواضعي السياسات الزراعية، وأن وجود نظام تسويقي كفوء يعد أحد متطلبات النهوض بالزراعة وتقدمها وتحقيق الأمن الغذائي للسكان، بالتالي الإسهام في تحريك عجله التنمية الاقتصادية وزيادة مصادر الدخل الوطني ودعم الميزان التجاري السلعي وزيادة فرص تشغيل للعمالة الوطنية.

منهجية الدراسة ومصادر البيانات:

للوصول للأهداف المرجوة فقد اعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل الوصفي في عرض الموضوعات وشرح المتغيرات الاقتصادية المتعلقة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى الأسلوب القياسي المتمثل في تقدير نماذج الانحدار الخطي البسيط على شكل معادلات الاتجاه الزمني العام لبعض المتغيرات الاقتصادية موضع الدراسة باستخدام برنامج Eviews، وقد استندت الدراسة في جمع المعلومات على الدراسات العلمية السابقة، والبيانات المنشورة من الكتاب السنوي الإحصائي الصادر عن الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق، بالإضافة إلى معلومات مركز تنمية الصادرات الليبية وتقرير منظمة الأغذية والزراعة (FAO) بشأن وضع الصادرات الزراعية في ليبيا.

دور التسويق الزراعي في نجاح عملية التصدير:

يعتبر التسويق الزراعي ذو أهمية بالغة من أجل نجاح الاستثمارات وتدريب المهارات أي تاهيل الكوادر الوطنية وإعداد القيادات القادرة على إستغلال الفرص التصديرية، ويساهم بشكل كبير في النهوض بالتجارة الدولية وبالتالي تنمية الصادرات، أي أنه أحد المتطلبات الرئيسية في العملية الزراعية والذي يرمز إلى وصول المنتج إلى المستهلك في أحسن صورة، كما أنه يحدد مركز المؤسسة سواء بالنجاح أو الفشل باعتبار أن أول هدف تعمل المؤسسة للوصول

إليه هو تلبية حاجات ورغبات المستهلكين. وقد أوضح (عاشور وآخرون، 2018) إلى دور التسويق الزراعي سواءً على المستوى المحلي أو الخارجي والذي يمثل كافة الأنشطة والوظائف التسويقية التي تهدف إلى إيصال المنتجات الزراعية إلى المستهلك بالشكل والنوعيه التي يرغبها والوقت الذي يريده حيث تختلف الأنشطة التسويقية الخارجية عن المستخدمة محلياً. كما أن للتسويق الزراعي تأثير مباشر على جميع القرارات المتعلقة بالإنتاج إذ أن القرار الإنتاجي الصحيح لابد أن يراعي التوقعات المستقبلية للأسواق المحتملة لتصريف المنتجات، وأن تمييز التباين في المنتجات الزراعية من ناحية الإنتاج والطلب يؤدي إلى حتمية التبادل أو التسويق بين المناطق داخلياً وخارجياً (نعيمة، 2019). بالتالي لابد من معرفة ومراعاة المعايير والمقاييس الدولية للجودة لأن كل سوق خارجي له معايير مختلفة عن الآخر، فمثلا السوق الأوروبي تختلف معاييره عن السوق الأمريكي، وتصدير المنتجات الزراعية للخارج يحتاج لمعرف حجم الطلب الخارجي ونوعه كذلك رغبات المستهلك وتقافته الاستهلاكية، بالإضافة إلى معرفة المعلومات الكاملة عن الأسواق الخارجية، وهذا يضمن نجاح عملية التصدير ومن تم يأتي دور التسويق الزراعي الخارجي ليضمن الدخول للأسواق الخارجية وتنمية الصادرات الزراعية (شتحونة وآخرون، 2016). وللتسويق الزراعي وظائف مهمة تتمثل في الوظائف التبادلية كالشراء والبيع والوظائف المادية المتمثلة في النقل والتخزين والتجهيز، بالاضافة الى وظائف تسهيلية مساندة تتمثل في المعايرة والتجهيز والمعلومات التسويقية والتمويل وتحمل المخاطر (دحو، 2016). كما أن معرفة كيفية تقييم أداء النظام التسويقي من حيث الكيفية التي يخدم بها وما يتوقعه المشاركون في النظام التسويقي والمجتمع ككل من ذلك النظام تعتبر مسألة هامة في ظل الظروف الخاصة بالبلد، لأنها أحد متطلبات النهوض بالزراعة وتقدمها وتحقيق الأمن الغذائي للسكان (دابه، 2021). لهذا يعد غياب النظام التسويقي الكفوء من المعوقات الرئيسية في تحسين الإنتاج وتنمية الصادرات، لذا يستلزم الأمر تطبيق انشطه تسويقية ذات كفاءة عالية تتضمن كيفية التخطيط لعملية الإنتاج وتحليل سلوك المستهلكين الدوليين والترويج الدولي (عاشور وآخرون، 2018).

بالتالي يمكن القول أن وظيفة التسويق هي إدارة عناصر المزيج التسويقي وهي (المنتج، التسعير،التوزيع والترويج) بما يتلائم مع حاجات ورغبات السوق، والمؤسسات التي تتحكم في مزيجها التسويقي هي مؤسسات ذات مراكز تنافسية جيدة ونفوذ قوي داخل الأسواق.

واقع التسويق الزراعي في ليبيا:

يعد التسويق من المجالات الحيوية التي تمثل إحدى التحديات أمام المؤسسات والشركات الاقتصادية بكافة أنواعها، حيث إن تسويق المنتجات الزراعية إلى الأسواق الدولية وسيلة هامة لتنمية الصادرات والحصول على النقد الأجنبي من خلال زيادة الصادرات أو عن طريق إحلال السلع المحلية الناتجة من التوسع في الإنتاج الزراعي محل الاستيراد الزراعي مما يؤدي إلى تحسين وضعية ميزان المدفوعات (شتحونة وآخرون، 2016). وبالرغم من التركيز والأولوية المقدمة التي أولتها السياسات الزراعية والخطط المتعاقبة لهذا الموضوع، إلا أنه عمليا لا يزال أقل بكثير من المستوى المطلوب، حيث يواجه التسويق الزراعي في ليبيا جملة من المعوقات التنظيمية والوظيفية التي تكتنفه، انعكست بتدني الأسعار المزرعية وتذبذبها وانخفاض نصيب المزارع من أسعار المستهلك، كنتيجة للفاقد وارتفاع الهوامش والتكاليف التسويقية للعديد من السلع، بالإضافة إلى ضعف قطاع الصناعات الغذائية وعدم قدرته على استيعاب الفائض من

الإنتاج وزيادة القيمة المضافة بالتسويق، بالتالي يجب تطوير وتأهيل الإرشاد التسويقي بما يمكن من تحسين كفاءة العمليات التسويقية للمنتجات الزراعية فيما بعد الحصاد خاصة التجميع والفرز والتدريج، التجهيز والتخزين بما يضمن خفض الفاقد وزيادة القيمة المضافة للتسويق (الجدي، 2005).

ومن أهم المعوقات والتحديات التي تواجه التسويق الزراعي في ليبيا تتمثل في:-

عدم وجود سياسات تسويقية مستقرة شاملة وغياب الاهتمام الكافي بالتسويق الزراعي في الخطط التنموية، وعدم العناية بمعايير ومواصفات الجودة وضعف الوظائف التسويقية المتعلقة بالتدريج وتصنيف السلع الزراعية. بالاضافة إلى ضعف القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية ومنتجات الصناعات الغذائية، حيث تلعب الميزات التنافسية دوراً هاماً في التجارة العالمية ودخول الأسواق والاستقرار بها، كما أن من معوقات التسويق في ليبيا ضعف البنية التحتية لوسائل النقل والتخزين والتصنيع، وعدم إكتمال هياكل ومكونات اسواق العديد من السلع الزراعية خاصة المتعلقة بالطحن والتعبئة والتغليف، كنتيجة لسياسة دعم الاسعار واحتكار الدولة في استيراد السلع التنموية في شكلها النهائي عن طريق المؤسسة الوطنية للسلع التنموية، بالإضافة إلى نقص المختصين المهتمين بمجال التسويق الزراعي والغذائي.

الأهمية الاقتصادية لتصدير المنتجات الزراعية:

تتمثل سياسية تشجيع الصادرات مجموعة من الإجراءات المختلفة على مستوى الدولة تهدف للتاثير على كمية وقيمة الصادرات من أجل زيادة القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في الأسواق العالمية خاصة للمنتجات التي تتميز بالكفاءة الاقتصادية وقدرتها علي مواكبة التقدم التكنولوجي وتطور فنون الإنتاج (عبدالرزاق، 2006). ويعد التصدير امتداد للتوسع في المشروعات الإنتاجية فضلاً عن كونه هدفاً بحد ذاته يزيد من تنوع مصادر الدخل الوطني وجلب للعملات الأجنبية، وتزداد الحاجة إلى التصدير مع كون المشروعات الوطنية تعتمد إلى حد كبير على الاستيراد من الخارج، وهذا الاستيراد ينبغي أن يقابله تصدير للمنتجات لتعويض آثار التمويل بالعملات القابلة للتحويل (سعيدى، 2004). وعندما تجد المؤسسات الحكومية أن هناك قدرات إنتاجية غير مستغلة في الموارد والفائضة عن حاجة السوق المحلى تلجأ المؤسسات إلى التصدير للأسواق الخارجية باعتبارها منفذاً لتوسيع السوق وزياده الطلب على المنتج بدرجة يمكن معها استغلال الطاقات الفائضة وتحقيق وفرات الحجم التى يترتب عنها إنخفاض تكلفة الإنتاج وزيادة الأرباح واسترداد نفقات البحث والتصدير التي انفقتها المؤسسة لتطوير المنتج بما يتوافق مع رغبات ومتطلبات المستهلك (صديقي، 2002). فالتصدير لا يعمل فقط على توفير مورد مستمر للاستثمارات، بل يعمل على تنمية الصناعات المحلية وتخفيض تكاليف الإنتاج، مما يعني إتاحة الفرص لتحديد أسعار أقل للمستهلكين للسلع المحلية، وبالتالي قد يؤدي إلى رفع القدرة الشرائية للمستهلكين للسلع المحلية وكذلك من خلال دفع أجور للعاملين في صناعة التصدير وخلق فرص جديدة للتوظيف.

تصدير المنتجات الزراعية في ليبيا وأهم المعوقات التي تواجهها:

تمتلك ليبيا العديد من المنتجات الزراعية التنافسية ومن أبرزها التمور وزيت الزيتون والأسماك وغيرها من المنتجات الأخرى، إلا أن هناك عدة معوقات وتحديات تواجه ليبيا في التصدير للخارج من بينها ضعف صناعة التعبئة والتغليف وتدريج المنتجات الزراعية، وعدم الاعتراف الدولي بالشهادات الصحية الصادرة عن المختبرات الوطنية، أيضاً عدم فتح خطوط طيران مباشر مع أسواق العالم أو تخصيص أرصفة بحرية (الذئب، 2020). وفي تقرير

لمنظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة أشارت إلى أن الصادرات الزراعية في ليبيا لاتزال ضعيفة من ناحية الجودة التي يجب أن يتصف بها المنتج قبل دخوله إلى الأسوق الخارجية ويجب أن تكون مطابقة للمعايير والمقاييس الدولية للجودة، كما أن محدودية الموارد الزراعية وقلة الاستثمار الزراعي وضعف البنية التحتية الخاصة بقطاع التسويق الزراعي والمشاكل التي يمر بها القطاع الزراعي من ضعف نظم الكشف عن الأمراض والآفات ومحدودية الوصول للمبيدات بأسعار معقولة، ومشاكل إنقطاع التيار الكهربائي المتكرر الذي أدى إلى إتلاف أنظمة الري وأثرت على عمل مضخات المياه، أيضاً ضعف السياسات الزراعية مع قلة الحوافز لتشجيع أنشطة التصدير، وانخفاض جودة البذور التي سببت في انخفاض جودة المنتجات وضعف القاعدة الإنتاجية للقطاع الزراعي في ليبيا، كل هذه المعوقات كانت سبباً للعجز الحادث في الميزان التجاري للسلع الزراعية الذي سوف يؤثر بدوره على الميزان التجاري السلعي الإجمالي (منظمة الأغذية والزراعة، 2020).

تطور اتجاهات الصادرات الزراعية في ليبيا خلال الفترة 2000– 2018:

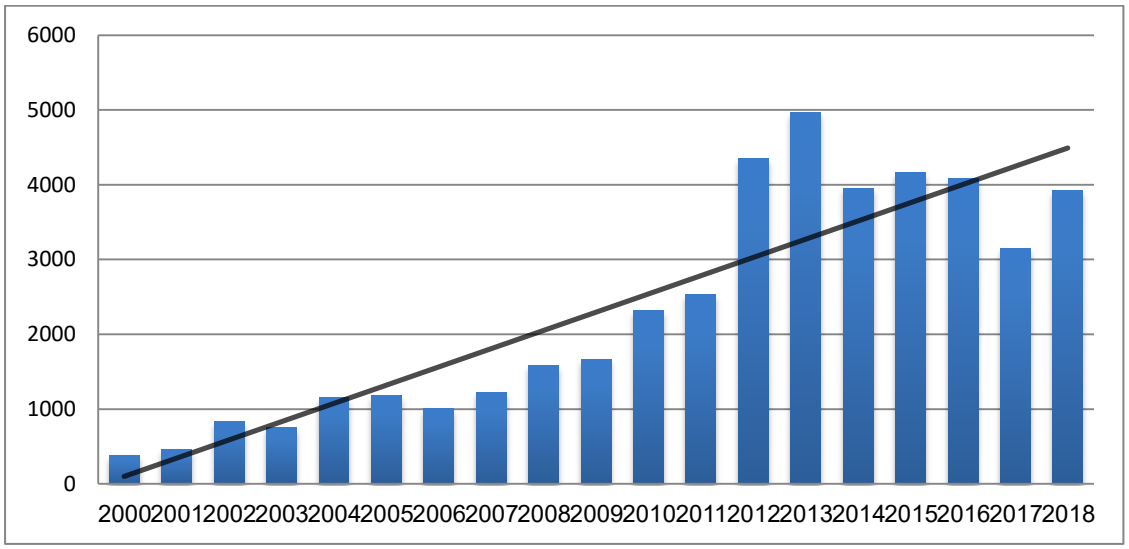
عند دراسة اتجاهات الصادرات الزراعية في ليبيا خلال الفترة 2000 – 2018 وفقاً للبيانات الواردة بالجدول رقم (1) يتضح أن الصادرات الزراعية في ليبيا يوجود بها نوع من التذبذب إلا أنها أخذت اتجاهاً عاماً متزايداً بين حد أدنى بلغ 0.10 مليون دينار عام 2007، وحد أقصى وصل إلى 67.38 مليون دينار عام 2017، بمعدل زيادة سنوي بلغ 3.032 مليون دينار وذلك عند تقدير معادلة الاتجاه العام المبينة في الجدول (2)، وبتقدير معادلات النمو والتي جاءت على الصورة النصف لوغارتمية كما هي مبينة بالجدول (3) نجد أن الصادرات الزراعية حققت نمواً بمعدل 21.3%، وبالرغم من زيادة الصادرات إلا أن هذه الزيادة ضعيفة بالمقارنة مع الواردات الزراعية التي سجلات قيم أعلى بكثير من الصادرات الزراعية وبزيادة سنوية كبيرة بلغت 247.133 مليون دينار وبمعدل نمو بلغ 13.4% خلال الفترة 2000– 2018، مما أدى لوجود عجز متزايد بمعدل 244.101 مليون دينار سنوياً في الميزان التجاري للسلع الزراعية، ويمكن توضيحه بيانياً في الشكل (1). وهذا يرجع لعدم الاهتمام بالقطاع الزراعي بالقدر الذي يمكنه من تحقيق فائض في الإنتاج خاصة للسلع ذات القدرة التنافسية، وأيضاً ضعف عمليات التسويق الخارجي وعدم الإلمام بشروط ومعايير السوق الخارجي، ومشاكل عديدة أخرى تواجه القطاع الزراعي في ليبيا.

كما تشير بيانات الجدول (1) إلى أن نسبة تغطية الصادرات الزراعية للواردات كانت واضحة حيث تراوحت نسبة التغطية من 0.01% عام 2007، ونحو 2.09% عام 2017، حيث أن هذه التغطية لم تصل إلى 1% في الفترة 2001– 2015، وفي المتوسط فإن الصادرات الزراعية غطت 0.55% فقط من وارداتها، وهذا يبين لنا مدى اعتماد الاقتصاد الوطني على التجارة الخارجية، بمعنى عجز القاعدة الإنتاجية الوطنية المتمثلة في الصادرات الزراعية عن تلبية احتياجات السكان ومتطلبات التنمية.

جدول (1) الميزان التجاري للسلع الزراعية في ليبيا والأهمية النسبية للصادرات الزراعية من وارداتها في الفترة 2000- 2018

السنوات	الصادرات الزراعية مليون دينار	الواردات الزراعية مليون دينار	العجز التجاري للسلع الزراعية مليون دينار	الاهمية النسبية للصادرات الزراعية من وارداتها %
2000	6.10	384.70	378.60	1.59
2001	0.40	456.00	455.60	0.09
2002	6.10	839.90	833.80	0.73
2003	3.00	749.00	746.00	0.40
2004	3.20	1159.80	1156.60	0.28
2005	2.03	1177.40	1175.10	0.20
2006	1.00	1008.80	1007.80	0.10
2007	0.10	1215.50	1215.40	0.01
2008	1.28	1586.39	1585.11	0.08
2009	1.44	1663.94	1662.50	0.09
2010	0.90	2320.38	2319.48	o.04
2011	2.19	2537.33	2535.14	0.09
2012	12.04	4358.37	4346.34	0.28
2013	10.38	4974.97	4964.59	0.21
2014	24.44	3978.69	3954.25	0.61
2015	42.05	4199.47	4157.42	1.00
2016	46.74	4123.59	4076.85	1.13
2017	67.38	3218.27	3150.89	2.09
2018	61.47	3981.16	3919.69	1.54
المتوسط	**15.40**	**2312.30**	**2296.90**	**0.55**

المصدر: الهيئة العامة للمعلومات، 2018، الكتاب السنوي الاحصائي، طرابلس، ليبيا.



شكل (1) العجز التجاري للسلع الزراعية في ليبيا بالمليون دينار في الفترة 2000- 2018.

جدول (2) معادلات الاتجاه العام للصادرات والواردات والميزان التجاري الزراعي في الفترة 2000– 2018

العنصر	المعادلة	معامل التحديد R^2	إختبار F
الصادرات الزراعية	$Y_1= -14.927+3.032X_1$ (-2.183) (5.055)	0.60	25.55
الواردات الزراعية	$Y_2= -159.037+247.13X_2$ (-0.486) (8.613)	0.81	74.18
العجز التجاري الزراعي	$Y_3= -144.109+244.101X_3$ (-0.438) (8.461)	0.80	71..59

المصدر: حسبت وفقا للبيانات الواردة بالجدول (1)

جدول (3) معادلات النمو المقدرة للصادرات والواردات والميزان التجاري الزراعي في الفترة 2000– 2018

العنصر	المعادلة	معامل التحديد R^2	إختبار F
الصادرات الزراعية	$LnY_1= -0.618+0.213X_1$	0.44	13.38
الواردات الزراعية	$LnY_2= 6.143+0.134X_2$	0.88	135.78
العجز التجاري الزراعي	$LnY_3= 6.42+0,133X_3$	0.88	131.34

المصدر: حسبت وفقا للبيانات الواردة بالجدول (1)

النتائج:

إن تصدير المنتجات الزراعية للخارج يحتاج إلى معرفة حجم الطلب الخارجي ونوعه كذلك رغبات المستهلك وتقافته الاستهلاكية، بالإضافة إلى معرفة المعلومات الكاملة عن الأسواق الخارجية، وهذا يضمن نجاح عملية التصدير ومن تم يأتي دور التسويق الزراعي الخارجي ليضمن الدخول للأسواق الخارجية وتنمية الصادرات الزراعية، كما أن عملية تنمية الصادرات الزراعية من العوامل المهمة من أجل دعم ميزان المدفوعات وتحسين وضع الميزان التجاري، لهذا يجب أن يأخذ اهتمام كبير وكافٍ من المختصين، واعتباره هدف يتطلب تسيير الجهود المتاحة من أجل الرفع من مستواه وإزالة كل المعوقات التي من شأنها أن تعيق تطوره وتقدمه. وأوضحت الدراسة أن الصادرات الزراعية في ليبيا لاتزال ضعيفة خلال الفترة 2000 – 2018، وبالرغم من وجود تذبذب إلا أنها أخذت اتجاهاً متزايداً بين حد أدنى بلغ 0.10 مليون دينار عام 2007، وحد أقصى وصل إلى 67.38 مليون دينار عام 2017، بمعدل زيادة سنوياً بلغت 3.032 مليون دينار وحققت نمواً بمعدل 21.3%، وبالرغم من زيادة الصادرات إلا أن هذه الزيادة ضعيفة بالمقارنة مع الواردات الزراعية التي سجلات قيم أعلى بكثير من الصادرات الزراعية وبزيادة سنوية كبيرة بلغت 247.133 مليون دينار وبمعدل نمو بلغ 13.4% خلال الفترة 2000– 2018، مما أدى لوجود عجز متزايد بمعدل 244.101 مليون دينار سنوياً في الميزان التجاري للسلع الزراعية، كما أن نسبة تغطية الصادرات الزراعية للواردات في المتوسط غطت 0.55% فقط من وارداتها، وهذا يبين لنا مدى اعتماد الاقتصاد الوطني على التجارة الخارجية، وهذا راجع للمعوقات التي تعيق تنمية الصادرات الزراعية سواءً من ناحية الجودة التي يجب أن يتصف بها المنتج قبل دخوله إلى الأسوق الخارجية ومحدودية الموارد الزراعية، وقلة الاستثمار الزراعي وضعف البنية التحتية الخاصة بقطاع التسويق الزراعي، والمشاكل التي يمر بها القطاع الزراعي، أيضا ضعف السياسات الزراعية مع قلة الحوافز

لتشجيع أنشطة التصدير، كل ذلك أدى إلى ضعف القاعدة الإنتاجية للقطاع الزراعي في ليبيا، بالتالي فإن العجز الحادث في الميزان التجاري للسلع الزراعية سوف يؤثر سلباً على الميزان التجاري السلعي الاجمالي. وهذا الأمر يستدعى متابعة وتقييم الصادرات الزراعية حتى يمكن الوقوف على نقاط القوة وتعزيزها ونقاط الضعف أو معوقات الصادرات وتذليلها، بالتالي يمكن القول أن الزراعة في ليبيا غير قادرة حالياً على توفير الموارد المالية من التصدير أو من فائض السلع الزراعية، وأن تمويل عملية استيراد السلع الزراعية تكون من عوائد صادرات السلع الغير زراعية.

التوصيات:

تبين من الدراسة أن القطاع الزراعي في ليبيا يواجه العديد من المعوقات والظروف السيئة التي أثرت سلباً على الميزان التجاري الخارجي للسلع الزراعية، بمعنى أن الصادرات الزراعية لاتغطي الواردات الزراعية منها، وهذا الأمر لن يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية، ولن يكون القطاع قادراً على توفير فائض من السلع الزراعية ذات القدرة التنافسية لتوفير الموارد المالية من أجل تأمين الواردات من السلع الزراعية، وهذا الأمر يستدعى وضع بعض المقترحات والتوصيات ومنها:

1- تحسين أداء عمل القطاع الزراعي وذلك بوضع استراتيجيات للسلع التي تتوفر لها ميزات تنافسية والسلع التي من الممكن إكسابها قدرة تنافسية في المستقبل وذلك بتحسين مستوى الإنتاجية والرقي بجودتها، مثل التمور وزيت الزيتون والأسماك وفقاً للمعايير والمواصفات العالمية.

2- بناء القدرات وتعزيز المؤسسات التي تعمل على تطوير القطاع الزراعي، والاهتمام بالتصنيع الزراعي لزيادة مساهمته في التاتج المحلي الإجمالي من خلال البحث عن فرص الاستثمار، وصياغة السياسات الزراعية المناسبة والداعمة له.

3- متابعة وتقييم الصادرات الزراعية حتى يمكن الوقوف على نقاط القوة وتعزيزها ونقاط الضعف وتذليلها، وذلك بتفعيل جهاز تنمية الصادرات الزراعية بحيث يكون قادراً على تحقيق أهدافه.

4- تطوير وتأهيل الإرشاد التسويقي بما يمكن من تحسين كفاءة العمليات التسويقية للمنتجات الزراعية فيما بعد الحصاد خاصة (التجميع، الفرز، التدريج، التجهيز، والتخزين) بما يضمن خفض الفاقد وزيادة القيمة المضافة للتسويق.

المراجع:

الهيئة العامة للمعلومات. (2018). الكتاب السنوي الاحصائي، طرابلس، ليبيا.

الجدي، عبد الحكيم أحمد. (2005). التسويق الزراعي في ليبيا الواقع والسياسات، الندوة العلمية حول القطاع الزراعي في ليبيا، كلية الزراعة، جامعة طرابلس.

دابه، الطاهر على. (2021). واقع نظام تسويق المنتجات الزراعية واهميته في النهوض بالزراعة الليبية وتحقيق الأمن الغذائي، مجلة الاستاذ، العدد 20 (1)، كلية الزراعة، جامعة طرابلس، ليبيا.

دحو، سليمان. (2016). التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كاداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات: دراسة واقع تسويق التمور في الجزائر، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة.

ذئب، محمد على. (2020). مركز تنمية الصادرات الليبية. بوابة جريدة الوسط alwasat.ly.

سعيدي، وصاف. (2004). نحو استرتيجة تسويقية فعالة في قطاع التصدير، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول الاصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، المركز الجامعي بشار، الجزائر.

شتحونـة، سهام؛ الزايـز، نادرة وسليماني، نوال. (2016). التسويق الدولي كرهان لتنمية صادرات المنتجات الزراعية: دراسة واقع تسويق منتوج البطاطا في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم، الجزائر.

صديقي، شفيقة. (2002). دفع صادرات الزرابي التقليدية الجزائرية بتطبيق مقارنة التسويق الدولي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة الجزائر، ص 40- 42.

عاشور، إيمان وبيشاري، كريم. (2018). التسويق الزراعي الخارجي وأهميته في تنمية الصادرات الزراعية، مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال، المجلد 4، العدد 6، جامعة البليدة، الجزائر.

عبد الرزاق، محمود حامد. (2006). تكنولوجيا المعلومات وزيادة الصادرات ودعم التنمية الصناعية، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع ، مصر.

منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، منظمة الأمم المتحدة الإنمائي. (2020). تقيم سلاسل القيمة والقيمة المضافة للسلع الزراعية وتحسينها في جنوب ليبيا.

نعيمة، لعور، (2019). واقع وافاق تسويق المنتجات الزراعية بولاية غرداية، رسالة ماجستير، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.

The role of the marketing system in improving agricultural exports, obstacles to marketing and exporting agricultural products in Libya

Abstract:

The agricultural sector is one of the important strategic sectors that contribute to the development of agricultural exports through a marketing system for agricultural products with high production capacity, and contribute to solving the problem of unemployment and achieving food security. Marketing comes after production, and the production process has no importance unless it is then marketed and sold. Therefore, the study aimed to highlight the role and importance of agricultural marketing in improving the performance of the agricultural sector, how to work to raise the level of agricultural exports of competitive agricultural products, and to identify the most important obstacles facing the marketing and export of agricultural products in Libya. The study relied on the method of descriptive and standard analysis in Explaining the economic variables related to the study in the period 2000-2018. The results showed that agricultural exports are still weak, and that the coverage ratio of agricultural exports to imports on average covered only 0.55% of their imports. This shows us the extent of the national economy's dependence on foreign imports, meaning that agriculture in Libya is currently still unable to provide financial resources from export or From the surplus of agricultural goods,

Keywords: *marketing system, agricultural exports, obstacles to exporting and marketing agricultural products, Libya.*