



مجلة جامعة الملكة أروى العلمية المحكمة

QUEEN ARWA UNIVERSITY JOURNAL



المعوقات التسويقية التي تواجهها الصادرات السلعية غير النفطية في الجمهورية اليمنية

بالإشارة إلى بعض المنتجات الزراعية والسمكية

د. فائق جمعه حمزه العبيدي

استاذ الاقتصاد المساعد - جامعة الملكة أروى

ISSN: [2226-5759](#)

ISSN Online: [2959-3050](#)

DOI: [10.58963/qausrj.v1i5.31](#)

Website: [qau.edu.ye](#)

ملخص الدراسة

اعتماداً على الأساس الذي لا بد منه ألا وهو التبادل التجاري ما بين مختلف دول العالم حيث لا يستطيع أي بلد في العالم أن يغلق حدوده ويستكفي بما لديه من موارد ومنتجات، فإن عملية تسويق المنتجات والسلع المختلفة أصبحت الشغل الشاغل للدول وكذلك شركات ومؤسسات القطاع الخاص على حد سواء، إذ أن ديمومة إقتصاديات الدول واستمراريات عمل شركات القطاع الخاص كلها تتوقف على إمكانية تسويق منتجاتها بما يد رعلها من أرباح تبقيها قائمة وفاعلة بالإضافة إلى ما تحققة من فوائد للأفراد وإشباع للحاجات المختلفة والمتجددة أينما كانوا وكذلك تحقيق منافع للمجتمع وبما يؤدي إلى خلق عمليات تنموية مستمرة وعلى كافة الأصعدة وهذا ما يتمثل به المفهوم الحديث للتسويق.

إنطلاقاً مما ذكر في المقدمة أعلاه فإن البحث قيد الدراسة قد أراد منه الباحث أن يبين أهمية التسويق للمنتجات والسلع غير النفطية في اليمن بالإشارة إلى بعض المنتجات الزراعية وكذلك المنتجات السمكية ومن خلال إستبيان بسيط وضعه الباحث لهذا الغرض تبين له أن مشكلة البحث لا بد أن تنحصر بالمعوقات الأساسية التي تواجهها العملية التسويقية في المؤسسات اليمنية ذات العلاقة بالتصدير لمثل هذه المنتجات وبالتالي فإن ذلك جاء من خلال الأهمية المطلوب إيلائها لمثل هذا الجزء الحيوي المكمل للعملية الإنتاجية حيث يعتبر إيصال السلع وتسويقها إلى الأسواق التي تحتاجها إليها ليس بالعمل البسيط وعليه ومن خلال الإحصاءات والبيانات البسيطة التي

تم جمعها، يؤكد الباحث على ضرورة أشغال مثل هذه الوظائف التسويقية للأختصاصين كي تستطيع المؤسسات اليمنية الحصول على الفرص التسويقية واقتناصها من بين الكثيرين ممن يخططوا لذلك وعليه فإن من الأسباب الأساسية التي وجدها الباحث ذات أهمية كونها أحد المعوقات للعملية التصديرية للمنتجات قيد البحث هو عدم وجود دراسات تسويقية علمية ومركزة للأسواق الخارجية بسبب عدم وجود مراكز بحوث تسويقية متخصصة تقوم بهذه المهمة كما أن الضعف في العلاقة ما بين الجهات المختلفة والتي من مهامها تسويق المنتجات اليمنية وتصديرها هو أحد الأسباب الأساسية أيضاً والتي أتضحت للباحث من خلال عملية الاستبيان التي قام بها .

لقد قسم الباحث الدراسة إلى ثلاثة مباحث وجد أنه من الأهمية بمكان التعرض للإنتاج النفطي الذي وجده بأنه يمثل حوالي 90% من الناتج المحلي الإجمالي وذلك للتأكيد على أن اليمن وهو أحد الدول النامية المنتجة للنفط، أن اقتصاده أيضاً من الاقتصاديات أحادية الجانب أي التي تعتمد على الموارد النفطية في رسم سياستها التنموية وكذلك وضع تحديد سياسة أو محاولات الإنفاق العام وبالتالي نجد أن كافة السياسات المالية والنقدية والتجارية تكاد تعتمد على هذا المورد الطبيعي.

كما وجد الباحث أن الميزان التجاري متأرجح ومتذبذب خلال السنوات التي وجد فيها البيانات المطلوبة لذلك وكله بسبب الإرتفاع والإنخفاض في أسعار النفط عالمياً وهذا ما يسبب حصول الأزمات الاقتصادية وعدم استقرار أركان الاقتصاد الوطني.

أما المبحث الثاني فقد إستعرض فيه الباحث صادرات بعض المنتجات والسلع الزراعية وكذلك المنتجات السمكية والتي أتضحت ضآلتها وعدم إستقرارها لأسباب كثيرة منها كما تم ذكره في المبحث الأول الإعتماد على تصدير النفط والإهتمام به دون غيره بإعتباره الأبن المدلل في الوقت الذي تتضائل فيه صادرات منتجات النفط ذاتها بالإضافة للإهمال الذي يعاني منه القطاع الزراعي والإهتمام ببعض منتجاته التي لا تدر على البلد العملات الصعبة مثل منتوج القات حيث أنه يستهلك حوالي أكثر من 30% من نسبة المياه المخصصة للزراعة بالإضافة إلى دفع بعض المزارعين المهتمين بزراعة الحبوب أو الفواكه للعزوف عن ذلك والإندفاع نحو زراعة القات التي تدر عليهم بأضعاف مضاعفة مما تدر عليهم زراعة الحبوب والفواكه مثلاً، كما وجد الباحث عدم الإهتمام بزراعة محصول البن الذي يعتبر من أفضل أنواع البن في العالم وذلك بسبب عدم وجود الحوافز للمزارعين وعدم تشجيعهم على ذلك من خلال دعم المصدرين وكل ذلك بسبب عدم وجود صندوق أو بنك لدعم المصدرين وأن وجد فهو غير فعال ولا يقوم بدوره بشكل صحيح كما أوضحت ذلك بيانات نتائج الاستبيان.

أما المبحث الثالث فقد كان للاستبيان وتحليل النتائج الحصّة الكبرى فيه حيث أتضحت من خلاله الصورة الحقيقية للأسباب الضعف في تسويق وتصدير المنتجات اليمنية وبذلك توصل الباحث في نهاية البحث إلى جملة من الاستنتاجات العامة والتوصيات والتي قد تكون مفيدة وذات أهمية للمتخصصين والجهات ذات العلاقة إضافة إلى أن الباحث يعتقد بأن هذه هي خطوة على طريق الإهتمام وتصحيح مسارات تسويق الصادرات في اليمن عسى أن تكون بداية علمية لا بائس بها.

المقدمة

بالنظر لأهمية التجارة الخارجية لأي بلد من بلدان العالم صار من الضروري متابعة هذه الأهمية بتفصيلاتها المختلفة حيث يؤلف تبادل السلع والخدمات على النطاق الدولي أهم عنصر كمي في العلاقات الاقتصادية الدولية لكافة دول العالم بالإضافة إلى المحتوى أو العنصر الآخر والذي يمثل الوجه الثاني للعلاقات الاقتصادية الدولية ألا وهو حركة الأشخاص ورؤوس الأموال وبسبب اتجاه هذا البحث إلى الدراسة والتعرف على مدى أهمية وتأثير الصادرات اليمنية للسلع المنظورة في الاقتصاد اليمني لذلك فسوف لا يتم التوسع في هذه المقدمة للحديث عن حركة العلاقات الاقتصادية الدولية بشكل عام وإنما يريد الباحث أن يوضح مدى أهمية حركة السلع في اقتصاديات دول العالم المختلفة لكي تتم من خلالها الإشارة إلى البلد موضوع البحث.

تبلغ التجارة الدولية في السلع والخدمات (صادرات وواردات) حوالي 10% من الدخل العالمي كما قد تصل هذه النسبة إلى 20% من الدخل القومية لبعض الأقطار المتقدمة مثل كندا كما لا يفوتنا إن نذكر بأن هذه النسبة قد تشكل حوالي 90% من الدخل القومية لبعض الأقطار المصدرة للنفط⁽¹⁾ ولكون حجم التجارة الدولية يتصل اتصالاً وثيقاً بمستوى الدخل الكلي من جهة ومعدل الدخل الفردي الحقيقي من جهة أخرى لذلك تستحوذ بعض من الدول الصناعية المتقدمة على معظم التجارة الدولية حيث كلما ارتفع مستوى الدخل زاد حجم التجارة بالنسبة لقطر معين لأن ذلك يؤدي إلى زيادة الواردات وقد يؤدي إلى ثبات الصادرات في مستوى معين أو زيادتها كما هو للدول الصناعية المذكورة حيث التقدم التقني والتكنولوجي يكون هو العامل المساعد في زيادة صادراتها بالإضافة إلى عامل الدخل الكلي المذكور كما شكل ما نسبته 75% من صادرات العالم⁽²⁾

من المعلوم أن ليس هناك من بلد يستطيع أن يعيش بين حدوده فقط بحيث ينتج كل ما يحتاجه مهما كان ذلك البلد متقدماً صناعياً كما إن معظم التجارة الدولية تقوم بين أقطار تستطيع أن تنتج حتى السلع التي تستوردها، فالولايات المتحدة الأمريكية هي أكبر منتج للسيارات لا زالت تستورد السيارات على نطاق واسع من مختلف الدول مثل اليابان، كما هو معروف في مختلف المصادر والمراجع التي تتحدث عن التجارة الخارجية أنها تضع بعض الفروقات عند المقارنة مع التجارة الداخلية التي تحدث بين الأقاليم التابعة لنفس البلد ومنها تنوع العملات في التجارة الخارجية وكذلك وجود عوائق مؤسسية عديدة والتي تتمثل بالرسوم الجمركية وكذلك المعرفة المحددة بعادات البلدان وتقاليدها ولغاتها وممارستها بالإضافة إلى مزايا التخصص والذي يعكس بدوره اختلافات المناخ والظروف الجغرافية والطبيعية والتنوع السكاني من حيث المهارات الإنسانية وغيرها وكذلك العرض المتراكم من رأس المال والنسب المتاحة من عوامل الإنتاج ومدى قابليتها على الحركة والانتقال والظروف أو الاختلافات المؤسسية والحضارية والمرتبطة بنوعية أنظمة الحكم والأجهزة التنفيذية والقوانين التشريعية المرتبطة والتابعة من صلب تلك الأنظمة السياسية والاجتماعية والاقتصادية المتبعة في البلد المعين لذلك كله يصبح من الضروري جداً على البلدان النامية ومنها اليمن الاهتمام العلمي والجدي بتنمية الصادرات للسلع الممكن تصديرها والتي تتمتع بميزة تنافسية بين السلع المماثلة في دول العالم المختلفة .

لقد أراد الباحث أن يتطرق في خضم هذا الموضوع الشائك بسبب تنوع العلاقات الاقتصادية وتشابك المصالح الدولية بين مختلف دول العالم إلى إمكانية تنمية الصادرات المنظورة للدول النامية ومنها اليمن وذلك من خلال تفعيل مراكز البحوث المتخصصة بشأن دراسة الأسواق المختلفة في بلدان العالم حيث من خلال الاطلاع والدراسة وجد الباحث ضعفاً في مهام هذه المراكز وإن وجدت وقد لا توجد في بعض من الدول النامية التي هي محور الموضوع حيث أن مراكز بحوث التسويق خاصة ومراكز البحوث عامه تعتبر العين التي يرى بها البلد ما هو خارج حدوده بالإضافة إلى ما هو داخل البلد كما وجد الباحث إن من يتحدث عن الصادرات واخص القول هنا عن اليمن يلامس موضوع الترويج مثلاً عن بعد وكأنه ليس بتلك الأهمية التي يجب التحدث عنها، كما تبين للباحث عدم وجود دراسات متخصصة تشير إلى أهمية بحوث التسويق من حيث عناصر المزيج التسويقي سواء كان منتجاً أو سعراً أو ترويجاً أو توزيعاً في الوقت الذي تنفق دولاً أو شركات قطاع خاص مبالغ طائلة لوضع دراسات عن إمكانية تصدير

سلعة أو خدمه معينة لما لهذا المنتج من مردودات مالية عالية كما أن لهذه المراكز البحثية انعكاسات ايجابية كبيرة إن حسن استثمار عناصرها وسلبية إن أهمل استخدامها كما حصل في مصر مثلاً في إحدى السنوات عندما كان هناك طلباً محلي على سلعة معينة وبسبب نقص كبير في إنتاج هذه السلعة وعدم معرفة الجهات ذات العلاقة بحجم الطلب الكلي وحجم الإنتاج وقلّة العرض فقد أدى ذلك إلى ارتفاع في السعر وبدلاً من استيراد الكمية المطلوبة التي تحقق حجم الطلب الحقيقي على السلعة وتحقيق حالة التوازن في السوق فقد تم استيراد سلعة أخرى قد غرق السوق بها وما دل على ذلك هو عدم وجود دراسات للسوق المحلي والخارجي على حد سواء وعدم معرفة متغيرات تلك الأسواق وعلى العكس من ذلك فإن الدول التي تعتمد على الدراسات والبحوث التسويقية فأنها تستطيع أن تخترق السوق للدولة المعنية وتجد لها موقع وموطئ قدم في تلك السوق وما يؤكد على ذلك ما قامت به الإدارة التسويقية لشركة تويوتا للسيارات اليابانية من دراسة ميدانية عن طريق إحدى وكالات بحوث التسويق المتخصصة لدراسة السوق الأمريكية للتعرف على آراء المستهلكين الأمريكيين بالنسبة لسيارات فولكس واجن والتي كانت تتمتع بسيطرة كاملة على السوق الأمريكية وقد استطاعت الفرق البحثية المكلفة بدراسة السوق من أن توضح على بعض الثغرات لتحسين التدفئة داخل السيارة فولكس واجن في فصل الشتاء وكذلك حالة التكييف (التبريد) في فصل الصيف وكذلك رغبة المستهلك في إيجاد مقاعد مريحة مع مراعاة الدخول للسيارة بسهولة وكنتيجة لهذه الدراسة قامت شركة تويوتا بأخذ هذه الرغبات في الحسبان عند تصميم السيارة والتي استطاعت أن تقدم بها كل المميزات التي عجزت سيارة فولكس واجن عن تقديمها بالإضافة إلى تحديد سعر منخفض لها مع زيادة في الإنفاق على الترويج وكذلك منح خصومات أكثر للموزعين وبهذه الدراسة استطاعت شركة تويوتا أن تخترق سوق السيارات الصغيرة في الولايات المتحدة وأصبحت لها المكانة المرموقة والمعروفة لغاية الآن. (3)

فهل تستطيع الدول النامية ومنها الدول العربية وأخص هنا بلد البحث والدراسة اليمن من أن تخترق السوق الخارجية في السلع التي تمتلك بها ميزة تنافسية وإن تجد لها موقع في إحدى أركان السوق الخارجية لأي بلد تتوفر فيه الفرص التسويقية، هذا ما سيتعرف عليه البحث من خلال التركيز على دراسة الصادرات غير النفطية في اليمن مع الإشارة لبعض المنتجات الزراعية والسمكية ومدى فاعلية أدوات تطويرها وتنميتها والتي سيتعرض لها الباحث والتي من أهمها في تقدير الباحث هي دراسة السوق والبحوث التسويقية والتي تعد الركيزة الأساسية في مفهوم التسويق الحديث.

أولاً : بالنظر لكون اليمن مصنف من ضمن مجموعة الدول ذات الموارد المتنوعة والمميزة بوفرة الأيدي العاملة (مجموعه الجزائر- العراق - سوريا - اليمن) وذلك وفقاً لتقرير البنك الدولي.⁽⁴⁾

ثانياً : كما احتلت اليمن التسلسل (98) في الترتيب العام لمؤشر تبسيط أو تسهيل أداء الأعمال من بين (175) دولة تضمنها تقرير 2007م⁽⁵⁾ Doing Business .

والذي يتناول طبيعة وأوضاع القوانين واللوائح التنظيمية المنظمة لأنشطة القطاع الخاص ومشاريعه الاستثمارية في هذه البلدان خلال العام 2006م والذي كان يشير إلى تسلسل اليمن في المرتبة (101) في العام 2005م ، وبذلك قد سبقت اليمن بعض الدول العربية التي شملها التقرير وهي (18) دولة حيث جاءت المغرب بالتسلسل (115) والجزائر (116) وسوريا (130) والعراق (145) وموريتانيا (148) والسودان (154) ومصر (165) حيث سبقت اليمن في الترتيب كل من السعودية وسلطنة عمان والإمارات العربية والأردن وتونس ولبنان.

إذاً السؤال الذي تبحث عن إجابته الدراسة ما هو سبب انخفاض الصادرات اليمنية غير النفطية ومن خلال هذا التساؤل تتفرع أسئلة فرعية وهي :-

- هل أن سياسات التصدير المتبعة من قبل الجهات المختصة غير فعالة فيما يخص المنافذ التجارية التصديرية مثلاً؟
- هل أن حجم الطلب الكلي يؤدي إلى استهلاك نسبة عالية من المنتج المحلي بحيث لا يبقى فائضاً يعزز الكميات المصدرة؟
- هل أن البنوك ذات العلاقة بالتصدير لا تستخدم برامج فعالة قادرة على تلبية الحاجة المطلوبة للتصدير؟
- هل أن الوزارات المعنية وذات العلاقة بالتصدير لا تستخدم سياسة تنسيق كافية لهذا الغرض مثل وزارة الزراعة والصناعة والتجارة والثروة السمكية ؟
- هل إن النمو في الزيادة السكانية أكبر من النمو في الناتج المحلي ؟
- هل إن الهيئة أو المؤسسة المتخصصة بالتصدير لا تستخدم مراكز بحوث تسويقية لتقديم دراسات علمية عن أوضاع السوق الدولية؟

كل هذه التساؤلات ستحاول الدراسة البحث عن إجابة لها كلما أمكن ذلك وتبسيط الضوء بقدر ما تستطيع على الجوانب الأساسية في تحديد أسباب الإخفاق أو التعثر في مجال الصادرات غير النفطية من السلع اليمنية .

أهمية الدراسة:

وحيث يشكل القطاع النفطي في اليمن أهمية إستراتيجية للاقتصاد اليمني منذ بدايته إنتاجه وتصديره في عام 1986م حيث استمد هذا القطاع أهمية من مساهمته الكبيرة في مختلف الموازين الاقتصادية سواء مساهمته في تركيب الناتج المحلي الإجمالي أو في هيكل الصادرات السلعية الذي يستحوذ على النسبة العظمى منها فضلاً عن أهميته الإستراتيجية بالنسبة للإيرادات العامة للموازنة العامة للدولة وبالنظر لكون أي تطورات في السوق النفطية الدولية وبالذات في جانب الأسعار الخاصة بالنفط ستعكس بآثارها الإيجابية والسلبية على مستوى أداء الاقتصاد اليمني وفي مختلف جوانبه الإنتاجية والخدمية والاجتماعية أيضاً سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة ولذلك ولغرض إمكانية التقليل من الانعكاسات السلبية كلما أمكن وجد الباحث من المهم دراسة الجوانب المتعلقة بالصادرات غير النفطية (المنظورة) والتي تظهر أن نسبتها لا تزيد عن 10% من إجمالي الصادرات في المعدل العام للسنوات 2000-2006م في الوقت الذي تشكل فيه نسبة الصادرات النفطية 90% وذلك حسب ما جاء في الإحصاءات التي استخدمتها الدراسة، ولأهمية استكشاف كل الوسائل المتاحة واستخدامها في زيادة نسبة الصادرات غير السلعية غير النفطية كي تكون طرف التوازن الثاني المقابل لكفة النفط في مساهمتها سواء في تركيب الناتج المحلي أو مساهمتها في نسبة الإيرادات العامة للدولة والتي تنعكس بدورها على مستوى الإنفاق العام - لذلك فمن المهم

الوقوف على أسباب التذبذب وأحياناً التراجع في نسبة هذه الصادرات كما أشارت إليها الإحصاءات المستخدمة في البحث

قيد الدراسة لذلك فإن أهمية الدراسة يمكن أن تتلخص بالآتي:

- مدى فاعلية الدراسات الخاصة ببحوث التسويق والتي يجب القيام بها من قبل الجهات ذات العلاقة بالتصدير للسلع غير النفطية.
- لتوضيح تأثير بحوث التسويق في زيادة الصادرات وبالتالي تقليل الكلف من خلال استخلاص الفرص التسويقية المتاحة.
- للفت الانتباه للمؤسسات ذات العلاقة بضرورة وجديّة مراكز بحوث التسويق وتطويرها بما ينسجم مع الواقع المحلي والدولي بما يؤدي إلى زيادة الصادرات وبالتالي مساهمة ذلك في تنمية القطاعات الاقتصادية المختلفة على النطاق المحلي.

أهداف الدراسة:

يمكن تلخيص أهداف هذه الدراسة بما يلي:

- 1- التعرف على المعوقات للصادرات السلعية غير النفطية من خلال الإشارة إلى بعض المنتجات الزراعية
- 2- التعرف على تأثير مراكز بحوث التسويق والدراسات الصادرة منها على الصادرات اليمنية وخاصة غير النفطية.
- 3- بيان فعالية وكفاءة مراكز بحوث التسويق وانعكاس ذلك على حجم التبادل التجاري للسلع غير النفطية.
- 4- التعرف على معوقات التسويق للسلع غير النفطية والتركيز على مراكز البحوث الخاصة بصادرات تلك السلع.

فرضية الدراسة:

- 1- إن الاهتمام العلمي والإنفاق على دراسة السوق من خلال إجراء بحوث تسويقية عن طريق مراكز بحوث التسويق سواء التابعة منها لمؤسسات الدولة المركزية أو كمراكز بحثية خاصة تابعة للقطاع الخاص، كل هذا يؤدي إلى زيادة الصادرات وتحسين نوعية الاستيرادات بما يخدم عملية التنمية في البلد.
- 2- توجد علاقة بين المعوقات والصعوبات التي تواجه الصادرات السلعية غير النفطية في اليمن وفاعلية مراكز بحوث تسويق الصادرات.

مجتمع وعينة الدراسة:

- يتكون مجتمع الدراسة من المؤسسات والجهات ذات العلاقة بالتصدير وتسويق السلع غير النفطية.

خصائص عينة الدراسة:

أفراد العينة التي تم اختيارها من المتخصصين في مجال التسويق وتطوير الصادرات غير السلعية العاملين في المؤسسات اليمنية المتخصصة بهذا المجال.

منهجية الدراسة:أساليب جمع البيانات:

أعتمد الباحث في عملية جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة على النوعية المتعارف عليهما من البيانات وهما:

أ- البيانات الأولية: حيث تم جمعها عن طريق الاستبانة التي تم تصميمها وتوزيعها على العينية المختارة من مجتمع الدراسة.

ب- البيانات الثانوية: تم الحصول عليها من المصادر والمراجع والإحصاءات الصادرة من الجهاز المركزي للإحصاء ووزارة الزراعة والمواقع الإلكترونية.

تحليل البيانات:

تم استخدام الجدول الأول الإحصائية البسيطة وتحليلها واستخراج بعض المؤشرات الهامة منها وتحديد بعض النسب التي أعطت للباحث نافذة للاستنتاج ووضع التوصيات بما يخدم الدراسة.

خطة الدراسة:

تتكون هذه الدراسة من :

- 1- المقدمة.
- 2- الإطار المنهجي للبحث.
- 3- ثلاثة مباحث تركز الأول في بيان أهمية القطاع النفطي في مجمل عمليات التبادل التجاري ونسبة مساهمته في الناتج القومي.

أما المبحث الثاني فقد أوضح طبيعة الاقتصاد اليمني غير النفطي.

في الوقت الذي يبين المبحث الثالث أهمية مراكز بحوث التسويق، والسياسات التسويقية الفاعلة في عملية التصدير وأوضح ضعفها في مؤسسات التصدير اليمنية للسلع غير النفطية من خلال النتائج التي حصل عليها الباحث عبر الاستبانة الخاصة بذلك

وقد كانت الاستنتاجات والتوصيات خاتمة البحث.

المبحث الأول

القطاع النفطي؛

لغرض التعرف على الصادرات غير النفطية وتوضيح تأثيرها في مفاصل الاقتصاد اليمني لابد من التطرق أولاً إلى نبذة موجزة عن القطاع النفطي سواء من ناحية الإنتاج أو الصادرات وعليه يمثل القطاع النفطي في اليمن أهمية إستراتيجية للاقتصاد اليمني منذ بداية استغلاله وتصديره في عام 1986م نظراً لمساهمته الكبيرة في الموازن الاقتصادية المختلفة، ففي عام 2005م شكل القطاع النفطي 35.9% من الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية وما نسبته 92% من إجمالي الصادرات السلعية فضلاً عن أهميته الكبرى في الموازنة العامة للدولة حيث شكلت الإيرادات النفطية حوالي 76% من إجمالي الإيرادات العامة ولذلك تحتل العلاقات الاقتصادية اليمنية مع العالم الخارجي أهمية كبيرة لتعزيز النمو الاقتصادي باعتباره مرآة تعكس مدى التفاعل مع المنظومة الدولية وتوضح المدى الذي قطعه الاقتصاد الوطني في خطوات اندماجه بالاقتصاد العالمي والإقليمي على وجه الخصوص وما يلعبه القطاع النفطي من انعكاسات وتأثيراته على مستوى أداء ميزان المدفوعات.⁽⁷⁾

شهد عام 2005م فائضاً في ميزان المدفوعات اليمنية بلغ 584 مليون دولار أمريكي وبما يصل إلى 3.5% من الناتج المحلي الإجمالي محقق بذلك معدل نمو موجب وصل إلى حوالي 9.8% مقارنةً بالعام 2004م وذلك كله بسبب الأهمية التي يحتلها القطاع النفطي في الاقتصاد اليمني وكونه يمثل النسبة العظمى من الصادرات اليمنية والتي لها انعكاسات وتأثيرات كبيرة على مستوى أداء ميزان المدفوعات حيث أن الصادرات اليمنية في العام 2004م كانت بقيمة 4675.7 مليون دولار وبنسبة 36.7% من الناتج المحلي الإجمالي وفي عام 2005م سجلت ما قيمته 6379.8 مليون دولار وبنسبة 37.9% من الناتج المحلي الإجمالي أي بمعدل نمو قدره 36.4% وقد احتل النفط الخام الصادرات في مجمل الصادرات اليمنية حيث سجل ما قيمته 4303.2 مليون دولار عام 2004م وبنسبة 33.7% من الناتج المحلي الإجمالي وما قيمته 5926.1 مليون دولار في عام 2005م وبما نسبته 35.9% من الناتج المحلي الإجمالي وبمعدل نمو قدره 37.7%.⁽⁸⁾

وإدراكاً من الحكومة لأهمية قطاع النفط بالنسبة للنمو الاقتصادي في اليمن ومن ثم التنمية الاقتصادية والاجتماعية فإن الخطة الخمسية الثالثة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية (2006-2010م) تضمنت جملة من الأهداف والسياسات والإجراءات الرامية إلى تعزيز الدور الاقتصادي والتنموي لقطاع النفط والغاز خلال السنوات القادمة أهمها:-

- العمل على توسيع رقعة الاستكشافات النفطية من خلال تشجيع وجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية للتنقيب عن النفط في القطاعات المفتوحة.
- تحديث خارطة القطاعات النفطية وفقاً للمتغيرات المرافقة للعمليات النفطية المختلفة.
- تنمية الاحتياطات النفطية من خلال إدخال بعض القطاعات الاستكشافية الجديدة والبحث عن تقنيات جديدة تساعد على تطوير الحقول المنتجة وبما من شأنه رفع مستوى الإنتاج النفطي.
- زيادة العائدات الاقتصادية من النفط من خلال الاستغلال الأمثل لكمية الإنتاج والاحتياطي النفطي المتاح والمحتمل.
- زيادة الصادرات النفطية وتعظيم عائداتها لمواجهة تحديات التنمية الاقتصادية.
- السعي إلى استغلال مادة الغاز الطبيعي من خلال مشروع التسييل والتصدير وتشجيع قيام الصناعات والأنشطة الاقتصادية المعتمدة على الغاز.
- تشجيع الاستثمارات الخاصة في مجال الصناعات والخدمات والأنشطة المرتبطة بمجال النفط والغاز.⁽⁹⁾

إن الإيرادات النفطية تعتبر ومن خلال صادرات النفط الخام هي المصدر الأول للإنفاق العام في اليمن وتمثل النسبة العظمى من إجمالي النفقات العامة ونسبة تصل في المتوسط إلى 63% خلال الفترة 2000-2005م مما يدل على الارتباط الوثيق بين معدلات النمو الخاصة بالإيرادات النفطية ومعدل نمو كل من النفقات العامة والنفقات الرأسمالية والاستثمارية حيث تتزايد هذه الأنواع من النفقات بتزايد الإيرادات النفطية وبالعكس، حيث سجلت الإيرادات النفطية 505.4 مليار ريال يمني عام 2004م و842.2 مليار ريال يمني عام 2005م.⁽¹⁰⁾

انعكاسات تطور أسعار النفط على النمو الاقتصادي والناتج المحلي؛

ارتفع متوسط سعر النفط اليمني المصدر من 36.6 دولار للبرميل عام 2004م إلى 51.3 دولار عام 2005م وبمتوسط نمو بلغ 40.2% وقد ساهم ذلك في رفع معدل النمو الأسمى للناتج المحلي للقطاع النفطي عام 2005م إلى 45.7% مقارنةً بحوالي 21.5% عام 2004م وبالتالي المساهمة في زيادة معدل النمو الأسمى للناتج المحلي بحوالي عشر نقاط مئوية عام 2005م كما ارتفعت مساهمته في تركيب الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية نسبياً من 33.7% عام 2004م إلى 35.9% عام 2005م في مقابل التراجع النسبي في حصة بعض القطاعات الاقتصادية الأخرى في الناتج المحلي الإجمالي خلال عام 2005م مقارنةً بعام 2004م

جدول رقم (يوضح نسبة الإيرادات النفطية من إجمالي الصادرات اليمنية بملايين الريالات اليمنية

2005م			2004م		
نسبة الإيرادات النفطية من إجمالي إيرادات الصادرات	الإيرادات النفطية	مجموع إيرادات الصادرات	نسبة الإيرادات النفطية من إجمالي إيرادات الصادرات	الإيرادات النفطية	مجموع إيرادات الصادرات
78%	842	1.074.549	67%	505.4	753596

>المصدر: الجدول من إعداد الباحث والأرقام مأخوذة من إحصاءات التجارة الخارجية لعام 2005م (ص 8) والتقارير الاقتصادية النصف سنوي لوزارة التخطيط والتعاون الدولي (ص 73).<

يبين الجدول أعلاه أن نسبة الإيرادات النفطية والتي شكلت 67% عام 2004م تمثل نسبة عالية جداً من إجمالي إيرادات الصادرات كما أنها زادت في عام 2005م لتشكل ما نسبته 78%.

إن زيادة الإيرادات النفطية رافقتها زيادة في النفقات الرأسمالية والاستثمارية والتي سجلت ما قيمته 210.6 مليار ريال يمني عام 2004م لتصل إلى 256 مليار ريال يمني عام 2005م أي بنسبة نمو زادت 6.1% عام 2004م إلى 21.6% عام 2005م حيث أنه بالإضافة إلى ارتفاع معدلات نمو النفقات العامة والتي سجلت 890 مليار في عام 2004م و1195.2 مليار ريال يمني في العام 2005م وبنسبة نمو 14.5% في 2004م و34.3% في العام 2005م حيث أن الإيرادات النفطية هي المصدر الأول للإنفاق العام في اليمن.⁽¹¹⁾

أن الزيادة في الإيرادات من 67% إلى 78% قد تكون بسبب زيادة أسعار النفط الدولية وليس بسبب حوافز محلية.

جدول رقم (2) : الناتج المحلي لقطاع النفط

البيان	مليار ريال يمني بالأسعار التجارية		معدل النمو الأسمى %		معدل النمو الحقيقي %		النسبة (%) من الناتج المحلي الأسمى	
	2004م	2005م	2004م	2005م	2004م	2005م	2004م	2005م
الناتج المحلي الإجمالي	2357	3219	16.9	26.9	4.2	5.8	100	100
الناتج المحلي لقطاع النفط الخام	794	1156	21.5	45.7	5	0.6	33.7	35.9

<المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء - مسودة أولية للحسابات القومية إبريل 2006م (ص 71).>

ومن خلال التحليل البسيط للإحصاءات المدرجة في الجدول أعلاه يتبين أن الاعتماد على القطاع النفطي يتزايد، حيث سجل الناتج المحلي للإنتاج النفطي ما نسبته 33.7% في العام 2004م من مجمل الناتج المحلي الإجمالي في حين زادت هذه النسبة لتصبح 35.9% في العام 2005م وبالتالي فإن الاقتصاد اليمني وكفيرة من اقتصاديات الدول النامية والتي يكون النفط هو القطاع الرئيسي فيها قد تتعرض من خلال ارتفاع وانخفاض أسعار النفط العالمية إلى ازمت تؤثر في مجمل حركة الاقتصاد الوطني ولا سيما في قطاع التجارة الخارجية حيث أن اليمن يعتمد في سد احتياجاته الغذائية على الاستيرادات والتي وصلت عام 2008م إلى 85% من مجمل احتياجاته للمواد الغذائية⁽¹²⁾

المبحث الثاني

طبيعة الاقتصاد اليمني غير النفطي:

أولاً : الجانب الزراعي:

أدى الاختلاف في الظروف المناخية والمناطق البيئية واتساع رقعة الأرض الصالحة للزراعة إلى تنوع واسع في زراعة المحاصيل الزراعية في مختلف المناطق اليمنية وتوفرها بكميات تجارية ومن أهم المحاصيل الزراعية التي تشتهر اليمن بزراعتها:

1- البن 2- القطن 3- المانجو 4- البصل 5- العنب

وأن هذه المحاصيل تتمتع بجودة عالية ومنافسة في أسعارها في الأسواق الخارجية في الوقت نفسه يواجه القطاع الزراعي بعض التحديات ومنها نقص المياه وتدهور الأراضي وتغير المناخ وانخفاض الاستثمار بالإضافة إلى تزايد النمو السكاني كما أن هناك تزايد في نسبة الأراضي المزروعة بالقات والتي لا تكون فقط على حساب المساحات المزروعة من الحبوب والسلع الغذائية ولكنه أحد الأسباب الرئيسية في تحويل اليمن إلى بلد مستورد لمعظم حاجاته من المواد الغذائية فقد أستورد في العام 2008م 95% من احتياجاته من الحبوب و 85% من احتياجاته الغذائية لذلك تفكر الحكومة من خلال مباحثات أجرتها مع الحكومة السودانية بزراعة الحبوب والقمح على أراضيها واستغلال وفرة المياه لديها حيث أن نسبة المياه في اليمن والتي تستغلها زراعة القات 33% من نسبة المياه الإجمالية المستخدمة للزراعة. حيث يشكل مثلاً إنتاج القمح المحلي 5% فقط من نسبة الاستهلاك حيث أستورد

اليمن في العام 2007م حوالي (2779000) طن من القمح مقابل إنتاجه (149) ألف طن فقط كما ارتفعت واردات البلاد من الأرز خلال العام 2007م إلي 860 ألف طن مقارنة بـ 194 ألف طن في عام 2005م.⁽¹³⁾ كما استوردت اليمن في عام 2000م 753 طن من البن وما قيمته 65969000 ريال في حين كان يستورد 157 طن في عام 1996م وبما قيمته 9656000 ريال يمني بينما يصدر 3603 طن في عام 2000م وبما قيمته 2807328000 ريال يمني في حين كان يصدر عام 1996م (4023) طن وعام 1998م (4109) وعام 1999م (4098) طن أما في 2005م فاستورد اليمن 839191 طن وما قيمته 316273 ألف ريال يمني أما صادراته من البن بمختلف أنواعه فقد كانت 4598158 طن وما قيمته 3365994 ألف ريال ومن الإحصاءات نجد إن قيمة الطن المستورد من البن هي تقارب 87606 ريال يمني في عام 2000م كذلك فإن قيمة الطن المصدر من البن تقارب 77800 ريال يمني وهنا تحتاج الجهات ذات العلاقة بتحسين سمعه البن اليمني وإيجاد أسواق جديدة له لاسيما في دول أوربا الشرقية حيث هناك طلب كبير على استهلاك البن وكما في الجدول التالي:

جدول رقم (3) : البن المستورد والمصدر

(السعر: بالآلاف ريال ، الكمية: بالطن)

السنة	الاستيرادات		الصادرات	
	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة
1996م	157	9656	4023	—
2000م	753	65969	3603	2807328
2005م	839191	316273	4589158	3365994

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء - إحصاءات التجارة الخارجية للعام 2005م ص 137- 138.

جدول رقم (4) : مساحة المحاصيل الزراعية بالهكتار خلال الفترة 2005 – 2007م

2007			2006			2005			السلع
نسبة المساحة المزروعة	القيمة	المساحة	نسبة المساحة المزروعة	القيمة	المساحة	نسبة المساحة المزروعة	القيمة	المساحة	
%	مليون ريال	(بالهكتار)	%	مليون ريال	(بالهكتار)	%	مليون ريال	(بالهكتار)	
59.97	83046	890612	57.81	53265	756961	57.19	34369	688752	إجمالي مساحة زراعه الحبوب
9.52	20449	141498	8.45	12082	110709	7.14	8896	86010	القمح + الذرة + الدخن + الشعير
3.56	16644	52992	3.61	12397	47314	3.23	816	38941	إجمالي مساحة زراعة البقوليات*
5.52	53155	82103	5.78	64862	75686	6.11	56971	73599	إجمالي زراعه مساحة الخضروات**
9.89	34015	147007	9.76	19343	127832	10.19	19019	122803	إجمالي مساحة زراعه الأعلاف***
5.61	31382	83373	6.14	29166	80405	6.09	21137	73340	إجمالي مساحة زراعه المحاصيل النقدية****
2.25	---	33451	2.46	---	32260	2.39	----	28821	البن
5.91	134740	87781	6.48	109388	84944	6.87	83858	82796	إجمالي مساحة زراعه الفواكه
604504	141163	-----	10.39	199390	136138	10.29	179469	123933	إجمالي مساحة زراعه القات
---	604504	1485031	---	487810.6	1309280	---	403011.4	1204164	الإجمالي

* تمثل (الفول الجاف- الفاصوليا الجافه- الفول السوداني- بقوليات أخرى)

** تمثل ((الطماط- البصل- البطاطس- الشام- الحبوب- خضروات أخرى)

*** تمثل (البرسيم – أعلاف أخرى)

**** تمثل (القطن - السمسم- التبغ)

***** تمثل (التمور- موز- عنب- البرتقال- المانجو- فواكه أخرى)

>المصدر: الإدارة العامة للإحصاء الزراعي – وزارة الزراعة الإحصاء السنوي – الإحصاء السنوي 2007 م. جدول رقم

2 A

كما أن نسبة قيمة القات إنتاج⁺ من قيمة الإجمالي العام للإنتاج الزراعي كما في الجدول أعلاه كانت 44.53% ، 40.87 % ، 36.46 للسنوات 2007/2006/2005م على التوالي في حين كانت نسبة قيمة الحبوب 8.52% ، 10.91% و

⁺ كل جميع النسب الخاصة لكل المحاصيل حسب من الجدول من قبل الباحث

13.73% لنفس السنوات المذكورة وهذا بسبب انخفاض قيمة إنتاج الهكتار الواحد من الحبوب مقابل القات حيث أن قيمة إنتاج الهكتار الواحد من الحبوب 49900 ريال يمني أما قيمة (سعر) إنتاج الهكتار الواحد من القات 1448113 ريال يمني لذلك نلاحظ زيادة في المساحات المزروعة للقات بنسبة أكبر من المساحة المزروعة للحبوب ونفس الشيء بالنسبة للسلع الزراعية الأخرى الموضحة أنواعها ومساحات زراعتها وقيمة إنتاجها لذلك كل هذا الإنماء في المساحات المزروعة من هذه السلع الزراعية مقابل المساحات المزروعة والإيرادات الخاصة بزراعة القات أدت وتؤدي إلى انخفاض الصادرات للسلع غير النفطية ومنها الزراعية بل هذا هو أحد الأسباب الأساسية في زيادة استيرادات هذه السلع لسد الحاجة المحلية وإشباع حاجات ورغبات المستهلكين المحليين.

قدرت إحصائية رسمية قيمة المحاصيل الزراعية المنتجة محلياً في جميع أنحاء الجمهورية اليمنية للموسم 2004م أكثر من 311 مليار و611 مليون ريال يمني محققة نمو قدره (29) مليار و 17 مليون ريال يمني عن القيمة الإنتاجية للمحاصيل الزراعية في عام 2003م.

وتشمل المحاصيل الزراعية ستة أنواع (القات، الحبوب، الخضار، الأعلاف والمحاصيل النقدية والفواكه).
وذكرت الإحصائيات⁽¹⁴⁾ إن

1. محصول القات تصدر قيمة المحاصيل الزراعية حيث أن إجمالي قيمة ما تم إنتاجه في جميع المحافظات بالأسعار الجارية بلغ 127 مليار ريال بزيادة قدرها 14 مليار مقارنة بالعام 2003م بنسبة 12%.
2. جاءت الفواكه بالمرتبة الثانية حيث بلغت قيمة محاصيلها المنتجة في كافة المحافظات نحو 77 مليار ريال يمني وقد شملت (التمور والموز والعنب والبرتقال وفواكه أخرى) وأن البرتقال كان الأكثر مبيعاً حيث حقق 24.8 مليار ريال يليه العنب 20.6 مليار ريال فالتمور 6.14 مليار و 2.9 مليار وفواكه أخرى 18.4 مليار ريال يمني.
3. أما الخضار فقد كانت قيمتها 49 مليار و654 مليون ريال يمني بزيادة أكثر من 4 مليارات عن عام 2003م حيث احتلت البطاطس والطماطم المرتبة الأولى والثانية على التوالي في القيمة فقد بلغت قيمة البطاطس أكثر من 15.5 مليار والطماطم 14.4 مليار ريال يمني ثم البصل بـ 4.5 مليار ثم الحبوب 4 مليار ريال والشمام 2.8 مليار ريال وهناك خضروات أخرى بقيمة 8.4 مليار ريال.
4. أما إجمالي الحبوب فقد ارتفعت من 26.6 مليار ريال في عام 2003م إلى 28.9 مليار ريال عام 2004م وبذلك فإن الحبوب قد احتلت المرتبة الثانية في إجمالي قيمة المحاصيل الزراعية مشيرة إلى أن الذرة البيضاء تحتل الصدارة من بين الحبوب المنتجة محلياً حيث بلغت قيمتها أكثر من 16.6 مليار ريال تليها البقوليات 6.4 مليار ريال فالذرة 2.2 والذرة الشامية 1.8 مليار ريال يمني.
5. وفيما يخص الأعلاف أوضحت الإحصائية أن إجمالي قيمتها ارتفع إلى 14 مليار و 724 مليون ريال في عام 2004م بعد أن كان 13 مليار و553 مليون ريال عام 2003م أما المحاصيل النقدية (القطن، السمسم، التبغ، البن) فقد ارتفعت قيمة ما تم إنتاجه أكثر من 14.4 مليار ريال حيث احتل البن المرتبة الأولى حيث سجل ما قيمته 6.8 مليار ريال ثم التبغ 3.3 والسمسم 2.3 مليار والقطن 1.8 مليار ريال يمني.

حيث يلاحظ من إحصاءات الجهاز المركزي للإحصاء للعام 2004م أن واردات اليمن من دول أوروبا الشرقية تعادل (10.855.218.000) ريال يمني في حين صادرات اليمن إلى هذه الدول تعادل فقط (44.410.000) ريال يمني حيث اقتصر الصادرات فقط على دولتي بولندا (44.010.000) ريال يمني وروسيا الاتحادية (400.000) ريال يمني في حين لا توجد أي صادرات إلى دول أوروبا الشرقية الأخرى مثل (رومانيا، التشيك، سلوفاكيا، هنغاريا، بلغاريا، أوكرانيا) وغيرها.⁽¹⁵⁾

ثانياً :- قطاع التجارة الخارجية:

يعتبر قطاع التجارة الخارجية من القطاعات المهمة التي تعتمد عليها اقتصاديات الدول النامية ومنها اليمن وذلك لتلبية احتياجاتها من السلع المختلفة للأغراض التنموية والاستهلاكية على حد سواء حيث إن وكما تم ذكره متى متن البحث أنفاً أن صادرات اليمن النفطية تمثل أكثر من 95% من الصادرات الإجمالية كما إن استيراداته ولاسيما من المواد الغذائية تشكل نسبة كبيرة من مجمل الاستيرادات حيث سجلت ما نسبته 85% من حاجات السكان كما مر ذكره ولو عدنا للوراء لوجدنا أن نسبة التجارة الخارجية إلى الناتج المحلي الإجمالي في اليمن في العام 1977م مثلاً كانت 167%.

بينما كانت نسبة التجارة الخارجية إلى الناتج المحلي الإجمالي في بعض الدول مثل: الأردن 105% والإمارات 107%، البحرين 224%، تونس 52.4%، السودان 25.5%، مصر 332%، العراق 80.8%، المغرب 42% (15) كذلك فإن نسبة التجارة بين الأطراف العربية والبلدان الصناعية الرأسمالية تروى على 77% من مجموع التجارة العربية في العالم بينما مجموع التبادل التجاري بين الدول العربية (التجارة البينية) لا يشكل سوى 4.1% من مجموع صادرات الأقطار العربية و6.4% من مجموع مستوراداتها في عام 1977م. (17)

أن من أهم معوقات حركة التجارة بين الدول العربية هو افتقار هذه الدول إلى وسائل وخطوط نقل كفوءة بين الأقطار العربية وهذا ما جعل التكلفة الاقتصادية باهظة أكثر منها بين البلاد العربية والبلاد الأجنبية مثال ذلك أن بضاعة قيمتها ألف دولار يكلف نقلها بين العراق والسودان 1697 دولار مقابل 51 دولار بين العراق وإيطاليا وكذلك فإن التكلفة تبلغ 2525 دولار أمريكي بين سوريا والسعودية مقابل 122 دولار بين السعودية وإيطاليا و333 دولار بين السعودية والولايات المتحدة الأمريكية. (18)

وفيما يخص اليمن فإن: (19)

- دول مجلس التعاون الخليجي يعد الشريك الأول تجارياً مع اليمن حيث وصلت قيمة الصادرات إلى السوق اليمنية خلال العام 2005م إلى 331 مليار ريال يمني ونسبة 35.6% من واردات اليمن.
- صادرات اليمن إلى دول مجلس التعاون الخليجي حوالي 90.4 مليار ريال يمني ونسبة 8.4% من إجمالي صادرات اليمن مع كافة دول العالم.
- الميزان التجاري هو لصالح دول مجلس التعاون الخليجي.
- الأسواق الخليجية أكثر استيعاباً للصادرات اليمنية غير النفطية الأهمية النسبية للشركاء التجاريين من دول المجلس مع اليمن: (18)

ويعود السبب في ما جاء أعلاه إلى التشابه بين الأسواق اليمنية والأسواق الخليجية والذي يعتبر من أهم عناصر اختيار البلدان في العملية التسويقية الدولية، لذلك نرى بأن الأسواق الخليجية أكثر استيعاباً للمنتجات اليمنية وبالعكس وكذلك نلاحظ من الأرقام أعلاه بأن دول مجلس التعاون الخليجي تتمتع بإمكانات تصديرية عالية لمختلف المنتجات باتجاه اليمن في الوقت الذي تؤثر الأرقام ضعف الصادرات اليمنية وزيادة نسبة استيراداتها من دول مجلس التعاون الخليجي. كما يجد الباحث من الأهمية بمكان أن يشير إلى تلك العلاقات التجارية من بين اليمن وبعض دول مجلس التعاون الخليجي وكما يلي في مجال الصادرات والاستيرادات.

- التشابه بين الأسواق وهي إحدى عناصر اختيار البلدان في عملية التسويقية الدولية
- الدول الخليجية أكثر استيعاباً للمنتجات النفطية

1- في مجال الصادرات؛

- احتلت السعودية المرتبة الحادية عشر للعام 2000م بالنسبة لأهم عشرين دولة مستقبلًا للصادرات اليمنية بمبلغ 7.3 مليار ريال يمني والمرتبة العاشرة للعام 2005م بمبلغ 18.8 مليار ريال يمني ونسبة 1.8%.
- احتلت الإمارات العربية المرتبة الرابعة عشر عام 2000م بمبلغ 4.9 مليار ريال يمني ونسبة 0.8% وقد حافظت على هذه النسبة للأعوام الثلاثة التالية أما في العام 2005م فقد كانت قيمة الصادرات اليمنية إلى الإمارات العربية حوالي 29 مليار ريال يمني ونسبة 2.9% من إجمالي الصادرات.
- لم تدخل الكويت ضمن قائمة أهم عشرين دولة مستوردة من اليمن إلا في العام 2001م حيث جاءت في المرتبة الخامسة عشر بمبلغ 2.6 مليار ريال يمني ونسبة 0.5% وفي عام 2005م تقدمت إلى المرتبة التاسعة بقيمة 22.4 مليار ريال يمني ونسبة 2.15% من إجمالي الصادرات اليمنية.

جدول رقم (5) : قيمة الصادرات بين اليمن وبعض دول مجلس التعاون الخليجي (مليار ريال يمني)

2000								
السعودية			الإمارات			الكويت		
المرتبة	قيمه الصادرات اليمنية	نسبة الصادرات %	المرتبة	قيمه الصادرات اليمنية	نسبة الصادرات %	المرتبة	قيمه الصادرات اليمنية	نسبة الصادرات %
11	7.3	-	14	4.9	0.8	15	2.6	5
2005								
السعودية			الإمارات			الكويت		
المرتبة	قيمه الصادرات اليمنية	نسبة الصادرات %	المرتبة	قيمه الصادرات اليمنية	نسبة الصادرات %	المرتبة	قيمه الصادرات اليمنية	نسبة الصادرات %
10	18.8	1.8	-	29.7	2.9	9	22.4	2.15

المصدر : www.iktssad.com/FILES/EVEMLS

2- في مجال الواردات؛

- دولة الإمارات العربية المتحدة هي الشريك التجاري الأول لليمن في مجال الواردات خلال الأعوام 2005/2001م وتراوح نسبة الاستيراد منها ما بين 10% إلى 18.6% من الواردات اليمنية.

- كانت السعودية الشريك التجاري الثاني لليمن في مجال الواردات خلال الأعوام 2005/2001م وتراوحت حصتها من إجمالي الواردات اليمنية ما بين 8.8% - 13.8%.
- احتلت الكويت المرتبة الثالثة والرابعة خلال الفترة ذاتها وتراوحت نسبة الواردات اليمنية منها ما بين 4.7% - 7.11%.
- قفزت عمان من المرتبة التاسعة عشر عام 1999م إلى المرتبة الثانية عشر عام 2000م ثم المرتبة الحادية عشر للأعوام 2002/2001م وتراوحت حصتها ما بين 1.9% - 3.26% من إجمالي الواردات.

3- الميزان التجاري للأعوام 2007/1997م في اليمن؛
جدول رقم (6) : يوضح الميزان التجاري في اليمن للأعوام 2007/1997م

السنوات	الواردات	الصادرات	إعادة التصدير	الميزان التجاري
1997م	260331141	298144458	25571438	63384755
1998م	294509749	179117833	24362461	-91029455
1999م	312749406	351624962	28385225	67260781
2000م	375782922	613937112	45671897	283826087
2001م	415899034	521629032	47378463	153108461
2002م	513025665	540732149	45213867	72920354
2003م	674128291	659476436	25431277	10779423
2004م	736533100	731781051	21814941	17062892
2005م	1029881771	1040657905	33891563	44667697
2006م	1196811419	1270866272	45331386	119386239
2007م	1693895000	1214516246	41900492	-437478962

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء - الإحصاء السنوي للعام 2007م جدول رقم (1)
واضح من الأرقام أعلاه أن الميزان التجاري اليمني في حالة اضطراب واضح حيث أنه موجب وبما يساوي (63384755) في عام 1997م ثم سالب في العام الذي يليه ثم موجب ثم يقفز في عام 2000م إلى (283826087) ريال يمني ثم موجب منخفض ثم يعود سالباً في العام 2007م ويعتقد الباحث من خلال تفحص الأرقام وكذلك بنظرة ثاقبة إلى الاستبيان الذي أوضح الكثير من تفاصيل السياسات التصديرية والتسويقية بشكل عام أن هناك عدم جدية في تنفيذ السياسات التسويقية وبالأحرى عدم وجود خطوط واضحة لهذه السياسات وكذلك السياسة المالية والنقدية حيث إنهما يعكسان مدى فاعلية السياسات التصديرية والتسويقية لاسيما في المجال التسويقي الخارجي،

كما يتضح أن الاعتماد على النفط بشكل كبير وأن الارتفاع والانخفاض في سعر النفط يكون سبباً أساسياً في عملية تردي الصادرات غير النفطية والتي هي انعكاس لإنتاجها المتدني بمختلف أنواعها لاسيما المحاصيل النقدية

2006م								
إعادة الصادرات				الصادرات				
النسبة	القيمة (بالألف ريال)	النسبة	الوزن الصافي	النسبة	القيمة (بالألف ريال)	النسبة	الوزن الصافي	
1.66	751356	31.51	15613	89.51	1137582505	90.23	43168912	خام
22.98	10415445	27.22	13483	1.76	22385884	1.90	261762	نصف مصنعة
75.37	34164586	41.27	20449	8.73	11.897883	7.87	1083915	مصنع
100	45331386	100	49545	100	1720866272	100	13777366	الإجمالي
2007م								
إعادة الصادرات				الصادرات				
النسبة	القيمة (بالألف ريال)	النسبة	الوزن الصافي	النسبة	القيمة (بالألف ريال)	النسبة	الوزن الصافي	
1.93	808809	12.18	4700	84.63	1027798786	86.00	9524113	خام
26.80	11227535	15.70	6058	3.09	37492831	2.13	235497	نصف مصنعة
71.27	29864149	72.12	27825	12.29	149224629	11.87	1314647	مصنع
100	41900492	100	38583	100	1214516246	100	110742277	الإجمالي

ومنها البن الذي يعتبر من أهم المحاصيل الزراعية التي تمتلك اليمن فيها ميزة تنافسية معروفة للعالم أجمع.

جدول رقم (7) : يوضح كمية وقيمة الصادرات وإعادة الصادرات حسب طبيعة المواد خلال العامين 2007/2006م

المصدر : الجهاز المركزي للإحصاء - الإحصاء السنوي للعام 2007م

حيث نرى في الجدول أعلاه أن قيمة المواد الخام تحتل المرتبة الأولى في الصادرات وبنسب متقاربة للأعوام 2007/2006 وبما نسبته 89.51% وكذلك 84.63% على التوالي ثم في المرتبة الثانية تأتي المواد المصنعة أما نصف المصنعة فإن نسبتها لا تزيد عن 1.76% في عام 2006 وبنسبة 3.09% في العام 2007 وهذا يشير إلى أن اعتماد التجارة الخارجية في حقل الصادرات هو على المواد الخام وأهمها النفط الذي يشكل المحور الرئيسي بين هذه الصادرات.

أما لو نظرنا إلى حقل إعادة الصادرات فسنجد أن المواد المصنعة تحتل 75% و 72% في العامين 2007/2006 على التوالي في حين لا تشكل المواد الخام في إعادة الصادرات إلا بنسبه ضئيلة حيث سجلت ما نسبته 1.66%، 1.93% في الأعوام 2007/2006 على التوالي وهذا يشير إلى اعتماد التجارة في صادراتها على المواد الخام كما أكدنا أعلاه أما بالنسبة لإعادة الصادرات من المواد الخام فهي مهملة من قبل الإدارات التسويقية المعنية كما تبدو من أرقامها. وللتعرف على مدى فعالية ونشاط المنافذ الجمركية، فيمكننا ملاحظة ذلك من خلال الجدول رقم (8) حيث يوضح قيمة الصادرات وإعادة الصادرات للأعوام 2007/2003.

جدول رقم (8) : قيمة الصادرات وإعادة الصادرات بحسب المنافذ الجمركية البحرية للأعوام 2007/2005م

(القيمة بالآلاف الريالات)

2007م		2006م		2005م		السنوات
إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات	الصادرات	المنافذ الجمركية
17015201	1187990961	18525849	1248675458	15173226	1019092458	البحر (الإجمالي)
2213868	19832283	1938851	17234474	1298699	17919412	ميناء عدن
2359224	12351271	513618	11007376	82014.2	115022775	ميناء الحاويات
0	185762854	0	224839377	2241884	115022775	البريقة
412709	9745874	1238747	4809628	56667	4010245	ميناء المخاء
6298707	318835	8848347	552888	3108891	635558	ميناء المكلا
0	751245564	0	791621034	0	661012793	ميناء الضبية
0	5541727	308074	2631762	0	1313254	ميناء الصليف
5716601	12757999	5675282	9369996	7645554	7197796	ميناء الحديدية
9771	127644	195	196395	939	182033	ميناء اللحية
4321	33464	0	3680	550	7709	ميناء الخوخة
0	190269545	0	186399464	0	206474648	ميناء رأس عيسى
0	0	2736	9384	0	2993	ميناء نشتون
0	3900	0	0	0	17916	ميناء سيحوت
0	0	0	0	0	0	ميناء قشن
0	0	0	0	0	0	ميناء بنر علي
0	0	0	0	0	0	ميناء ذياب

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء - الإحصاء السنوي لعام 2007 م - جدول رقم 22 .

جدول رقم (9): قيمة الصادرات وإعادة الصادرات بحسب المنافذ الجمركية الجوية للأعوام 2005-2007م
(القيمة بالآلاف الريالات)

السنوات	2005م	2006م	2007م	إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات	الصادرات
المنافذ الجوية	إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات
الإجمالي	1702589	10301014	962107	13941466	3637505	14668946	
مطار صنعاء	237827	8806692	732195	11691451	3597086	13745060	
مطار عدن	1011551	22102	66794	89298	8374	40910	
مطار الريان	440641	1469776	139835	1910250	26324	836868	
مطار سيئون	0	0	6207	301672	0	0	
مطار الحديدة	12574	1524	17415	2954	5664	2529	
مطار تعز	0	919	260	5841	57	43579	

جدول رقم (10): قيمة الصادرات وإعادة الصادرات بحسب المنافذ الجمركية البرية للأعوام
2007/2005م

القيمة بالآلاف الريالات اليمنية

السنوات	2005م	2006م	2007م	إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات	الصادرات
المنافذ البرية	إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات	الصادرات	إعادة الصادرات
الإجمالي	19862858	8417323	21228707.61	12864071.3	22887780	10216696	
رقابة صنعاء	0	0	0	0	0	2529	
الوديعة	0	0	1045	0	37104	1014566	
جمرك حرض	16647971	6465071	18591197	9648921	20360906	7559514	
مكتب جمارك المهرة	0	1420	0	0	0	0	
جمرك الشحن	169798	1759901	424004	3111055	803698	1567143	
جمرك صرفيت	7409	1165	0	0	0	0	
جمرك البقع	1790540	173710	2065248	99617	874571	72944	
جمرك علب	1072653	14440	4079	1051	778074	0	
مكتب جمارك الجوف	174487	1616	143136	3427	33428	0	

41900843	1214516246	45331386	1270866272	33891563	1040657905	الإجمالي العام للمنافذ البحرية والجوية والبرية
----------	------------	----------	------------	----------	------------	--

أردنا أن نوضح من خلال الجداول (8)، (9)، (10) أعلاه مدى أهمية المنافذ البحرية والبرية والجوية في عملية التصدير والاستيراد على حد سواء حيث نلاحظ من ناحية المنافذ البحرية أن ميناء الضبية يحتل المرتبة الأولى ثم يليه ميناء رأس عيسى يحتل المرتبة الثانية في العام 2005 ثم يليهما ميناء البريقة في المرتبة الثالثة وهكذا ومن الطريف أن موانئ عدن والمكلا والحديدة لا يشكلون إلا مراتب متأخرة في سلم الموانئ البحرية بالنسبة للصادرات وإعادة الصادرات وهذا يشير إلى ضرورة الاهتمام بالموانئ ذات الأهمية النسبية العالية حيث هي مصدر اقتصادي وتجاري يخدم البلد من خلال موقعه وامكاناته المتاحة.

وهكذا بالنسبة للمطارات في الجدول رقم (9) الذي يليه حيث أن قيمة الصادرات وإعادة الصادرات ضعيفة في أكثر المطارات سوى مطاري صنعاء وعدن وعليه لابد من الاهتمام بالمنافذ الجوية الأخرى كي تؤثر في الوقت ذاته على الحركة الاقتصادية في مجمل المحافظات التي تتوفر فيها المطارات.

أما المنافذ البرية فيكاد يكون جمرك حرص من خلال الأرقام والإحصاءات المتوفرة هو الذي يمثل النسبة الأكبر في نسبة الصادرات وإعادة الصادرات وعليه يتضح أن هناك إهمال واضح بهذه المنافذ ويجب الاهتمام بها بما يؤدي إلى خدمة المدن الواقعة فيها هذه المنافذ.

ثالثاً: الثروة السمكية:

أن الأسماك ومنتجات الأسماك والأحياء البحرية في اليمن تتميز بجودتها وتنوعها حيث تتوفر في المياه الإقليمية اليمنية ثروة هائلة من الأسماك والأحياء البحرية والتي يمكن استغلالها الاستغلال الأمثل وتسويقها إلى الأسواق العالمية حيث تصدر أغلب هذه الأسماك إلى دول الاتحاد الأوروبي، فقد صدر اليمن على سبيل المثال في سنة 2000م أسماك معلبة تقدر بـ 508 طن وما قيمته 179.524.000 ريال يمني في حين استوردت في نفس السنة أسماك معلبة بكمية قدرها 3620 طن وبقيمة مالية قدرها 798.680.000 ريال يمني (20) أي أن سعر الطن الواحد من الأسماك المعلبة المصدر تقريباً 35300 ريال يمني والمستورد بسعر 218100 ريال للطن الواحد أي أن هذا يعني أن اليمن يستورد سبعة أضعاف الكمية التي تصدرها من الأسماك المعلبة في الوقت الذي تمتلك اليمن ثروة سمكية هائلة قدرت بـ 307000 طن لعام 2006م. (21)

وعليه يرى الباحث: أن توفر السلطات القائمة على الثروة السمكية فرص استثمارية وذلك بإنشاء معامل لتعليب الأسماك داخل اليمن لكي تستطيع توفير الكميات المطلوبة في السوق المحلية بدلاً من استيرادها بهذه الكميات الكبيرة من الخارج وبذلك سيتم توفير مبالغ كبيرة من العملات الصعبة والتي يمكن أن يستفاد منها في مشاريع تنموية مختلفة.

كما أن اليمن يصدر السمك الطازج غير المعلب بـ 132000 ريال يمني تقريباً للطن الواحد أي ما يعادل ثلث سعره عندما يعلب ويستورد كذلك السمك الطازج غير المعلب بـ 9630 ريال يمني للطن الواحد. (22)

وعليه يمكن استيراد كميات كبيرة ويتم تعليبها داخل اليمن وتصدير كميات أخرى إضافية بعد إيجاد أسواق لها من السمك اليمني غير المعلب حيث أن الفرق في السعر بين السمك اليمني الطازج والسمك المستورد يعزز ذلك حيث نسبة السعر بينهما يساوي حوالي 13 ضعف لصالح كفة السمك اليمني ولو أخذنا الجدول التالي رقم (11) وما فيه من أرقام سنجد:

جدول رقم (11): كمية الأسماك والأحياء البحرية المنتجة في الجمهورية اليمنية خلال الفترة 1995-

2006م

بالألف الطن

السنة	1995م	1997م	1999م	2001م	2003م	2004م	2005م	2006م
الأسماك	86	115.7	139.1	228.1	228.1	256.4	288.8	307

1- المصدر علي محمد أحمد ناصر الكمراني - التطورات الاقتصادية في الجمهورية اليمنية - صناعة -

اليمن 2006م ص 339.

من الأرقام أعلاه يتضح بأن إنتاج الأسماك قد تزايد خلال الفترة 1995-2006م بشكل إيجابي واضح وهذا ما يؤكد إمكانية تصدير جزء من الإنتاج والاهتمام بهذا المنتج وتحسين سياسات لتسويقه وإيجاد أسواق خارجية تدور على اليمن العملات الأجنبية والتي هي بأمر الحاجة لها في العمليات التنموية.

المبحث الثالث

أهمية مراكز التسويق والسياسات التسويقية للصادرات اليمنية:

للتعرف على دور مراكز البحوث التسويقية وفاعلية السياسات التسويقية من عدمها فقد رأى الباحث ولأهمية الموضوع بتصميم إستبانتة طرح فيها بعض الأسئلة المفتوحة والمغلقة لعدد من المتخصصين في مجال التسويق والدراسات في الوزارات ذات العلاقة بالتصدير هادفاً من ذلك الحصول على نتائج عملية وواقعية يمكن من خلالها الحكم على طبيعة ودور هذه المراكز والسياسات الخاصة بعمليات التصدير للمنتجات السلعية غير النفطية مشيراً إلى بعض المنتجات الزراعية وكذلك لبعض الجوانب التصديرية الخاصة بالثروة السمكية.

الاستبيان

الأسئلة المغلقة: السؤال الأول الذي يستفهم عن تقييم الأسواق الخارجية من قبل الجهات ذات

العلاقة في المؤسسات اليمنية اتضح بان 100% أكدوا بان تقييم الأسواق الخارجية يتم

الأسئلة			
تقييم الأسواق الخارجية	ستة أشهر	سنة	أكثر من سنة
	صفر%	صفر%	100%
وضع تخطيط للدخول في الأسواق الخارجية	نعم	لا	-
	33.3%	66.7%	-
الفترة التي توضع فيها الخطّة (في حالة الإجابة بنعم)	ستة أشهر	سنة	أكثر من سنة
	33%	صفر%	66%
هل يوجد صندوق لدعم وتنمية الصادرات (في حالة الإجابة بنعم)	نعم	لا	
	33.3%	66.7%	
فترة الدعم	ستة أشهر	سنة	أكثر من سنة
	صفر%	33%	67%
هل يوجد بنك لدعم وتنمية الصادرات (في حالة الإجابة بنعم)	نعم	لا	
	33%	66%	
فترة الدعم	ستة أشهر	سنة	أكثر من سنة
	33%	صفر%	صفر%
هل هناك دعم خاص للمصدرين في القطاع الخاص	نعم	لا	
	30%	70%	

	لا	نعم	هل يتم دراسة الأسواق الخارجية بشكل مستمر لمراقبة التغيرات في برنامج البحوث التسويقية
	%100	صفر%	
	لا	نعم	هل توجد مراكز بحوث تسويقية لدعم الدراسات وللبحوث التسويقية لدعم الصادرات
	%65	%35	
	لا	نعم	هل توجد شركات تأمين لضمان مخاطر الصادرات
	%100	صفر%	
	-	%28	هل هناك دعم في أسعار الوقود التجارية للأسماك لمصايد الصيد
	-	%30	هل يتم السماح لمراكب صغيرة الحجم من مناطق الإنتاج الكبير بدون ضرائب
	%33	%66	هل يتم دراسة ومتابعة هيكل الصادرات
	صفر%	%100	هل يتم تقييم الهيكل النوعي والجغرافي للصادرات لدعم الصادرات ذات الميزة التنافسية العالمية
	%36	%64	هل يتم التنسيق بين المؤسسات ذات العلاقة بغرض تقييم المنتجات اليمنية بموجب المواصفات اليمنية والدولية لغرض زيادة الجودة
	%100	صفر%	هل يتم الاطلاع فعليا من قبل متخصصين على الأسواق الخارجية بين فترة وأخرى
	%30	%70	هل هناك تعاون مع جهات دولية خارجية لغرض دعم الصادرات اليمنية

نتائج الاستبيان

- 1- أكد 66.7% من الذين توزعت عليهم الاستبيانات انه ليس هناك خطط علمية مدروسة للدخول في الأسواق الخارجية لغرض إيجاد فرص تسويقية للسلع اليمنية وان من أشار إلى وجود هذه الخطط ولو بشكل لا يمكن تسميتها بالخطط العلمية فقد كانت نسبتهم حوالي 33.3% وان تلك الخطط قد توضح أو تتابع لفترة تزيد على السنة أي لا توجد متابعة لمثل هذه الخطط خلال السنة إن وجدت.
- 2- كما أكد 33.3% من الذين أعادوا الاستبيانات بوجود صندوق لدعم وتنمية الصادرات في الوقت الذي أكد 66.7% منهم عدم وجود صندوق خاص لدعم تنمية الصادرات كما أكد 33% ان فترة الدعم تكون سنوية في حين أكد 67% ان الدعم إذا ما وجد فهو لفترة ما بعد السنة أو أكثر.
- 3- كذلك فان حوالي 70% من أفراد العينة المنتجة قد أكدوا عدم وجود بنك لدعم وتنمية الصادرات في حين كان 30% منهم قد أكدوا على وجود مثل هذا الصندوق وان فترة الدعم كل ستة أشهر.
- 4- أما عن السؤال الذي قدم إلى أفراد العينة بخصوص وجود دراسة علمية للأسواق الخارجية ومراقبة المتغيرات ضمن برنامج علمي للبحوث التسويقية فقد كانت نسبة من أجاب بالنفي 100%.
- 5- أما عن السؤال حول وجود مراكز بحوث تسويقية لدعم الدراسات والبحوث التسويقية في مجال الصادرات فأجاب 65% بعبارة (لا) في الوقت الذي أجاب 35% (بنعم).
- 6- أما فيما يخص موضوع دعم المصدرين في القطاع الخاص من عدمه فقد أكد حوالي 70% عدم وجود أي دعم يذكر في الوقت الذي أكد باقي أفراد العينة كنسبة وهي 30% بوجود مثل هذا الدعم ولكنه يخص في مجال تسهيل بعض الإجراءات وعدم استعمال بعض الرسوم والفوائد المتعلقة بذلك.

7- أما فيما يتعلق بوجود أو عدم وجود شركات تامين لضمان مخاطر الصادرات فقد كانت نسبة الإجابة التي تؤكد بعدم وجود مثل هذه الشركات أو المؤسسات أو حتى كمراكز تتابع مثل هذا الأمر كانت النسبة 100%.

8- بالنسبة لمتابعة وتقييم الهيكل النوعي والجغرافي للصادرات ذات الميزة التنافسية العالمية التي قد تجد لها فرص تسويقية جديدة غير التي قد تكون موجود فأكد جميع أفراد العينة أي بنسبة 100

% عن عدم وجود مثل هذه المتابعة والاهتمام من قبل المختصين.

9- كما توجه الباحث بسؤال عن هل يتم الاطلاع فعلياً من قبل متخصصين على الأسواق الخارجية بين فترة وأخرى فكانت نسبة من أجاب بالنفي 100%.

10- وكانت نسبة 70% من أفراد العينة قد أكدوا عن وجود تعاون مع جهات دولية خارجية لغرض دعم الصادرات اليمنية من خلال التدريب والتأهيل لبعض المتخصصين في مجال التسويق في حين نفي 30% مثل هذا الدعم أو التعاون.

11- كما أراد الباحث معرفة ما إذا كانت هناك تنسيق بين المؤسسات ذات العلاقة بالتصدير ووضع تقييم للمنتجات اليمنية بموجب المواصفات اليمنية والدولية لغرض تحسين جودة المنتجات اليمنية فقد أكد حوالي 64% عدم وجود ذلك التنسيق في أغلب الأحيان بينما أكد حوالي 36% على وجود مثل هذا التنسيق.

كما أراد الباحث التعرف على حالة صادرات الأسماك من خلال سؤالين فعليين ثم توجيهها لأفراد العينة وكانت النتائج كما يلي :-

1- فيما يخص بالسماح من عدمه لمراكب صيد الأسماك الصغيرة الحجم بالصيد في مناطق الإنتاج الكبيرة وبدون ضرائب فإن 30% من أفراد العينة فقط فقد أجابوا بنعم.

2- وعن السؤال الذي تضمن دعم أسعار الوقود للمصايد التجارية من عدمه فأيضا كان 28% من أفراد العينة فقط أجابوا بنعم أي أكدوا على وجود مثل هذا الدعم .

وتوجه الباحث إلى أفراد العينة بالسؤال المفتوح عن ما نوع الآلية المستخدمة في الإدارة بما يؤدي إلى تسهيل المهام التسويقية أكد 33% منهم بأن الآلية الإدارية المتبعة هي آلية روتينية وتنمية لا علاقة لها تسهيل مهام التسويق حيث لا حوافز ولا تشجيع ولا ميزانية خاصة لتشغيل البرامج التسويقية وأن 30% منهم أجابوا بأن هناك دراسات وتقييم ومتابعة لشؤون التصدير وبما يؤدي إلى متابعة الصادرات.

كما أن 40 % أجابوا بأن هناك مراكز معلومات تقوم بجمع البيانات والمعلومات وإيصالها للمصدرين والقيام بحل مشاكل المصدرين بالإمكانات المتاحة وعمل دورات إضافية إلى تشجيع المستثمرين للاندفاع في هذا المجال.

كما أن كافة أفراد العينة أكدوا من خلال سؤالين مفتوحة حول ما أهمية السياسات التسويقية المتبعة في تصدير السلع الزراعية والأسماك أن هناك بعض الاهتمام في تنمية الصادرات ولكن السياسات غير واضحة وغير منسقة مع السياسات المالية والنقدية العامة كما أشاروا إلى عدم وجود حوافز وتشجيع للعاملين على تنفيذ السياسات التسويقية وذلك لعدم وجود بعض المستلزمات البسيطة وعدم استخدام تقنيات حديثة وعدم وجود معامل كافية لتعليب الأسماك.

الاستنتاجات

- 1- كما ذكر في بداية البحث أن أفراد العينة من المتخصصين في مجال التسويق لذلك ومن خلال النسب التي حصل عليها الباحث من أجوبة أفراد العينة هناك ضابعية لهؤلاء العاملين من حيث ان منهم من هو على علم بوجود صندوق لدعم الصادرات ومنهم من ينفي ذلك وكذلك في ما يخص بنك دعم الصادرات مما يشير إلى تخطيط أكيد في تنفيذ البرامج التسويقية والتي ان وجدت فهي برامج ضعيفة كما جاء في نتائج الاستبيان
- 2- كما لاحظ الباحث عدم وجود مراكز فاعلة لبحوث التسويق في الوزارات ذات العلاقة بتصدير المنتجات الزراعية وكذلك منتجات الأسماك مما يجعل الإجابات لأفراد العينة مؤكدة بخصوص عدم موجود متابعة جادة للهيكلة النوعي والجغرافي للصادرات بالإضافة لتأكيدهم بعدم وجود شركات للتأمين من مخاطر الصادرات كما تأكد كذلك عدم وجود متابعه فعلية للأسواق الخارجية وندرة في استخلاص الفرص التسويقية وذلك لأسباب منها عدم وجود ميزانية وتخصيصات مالية كافية بالإضافة إلى عدم وجود سياسات تسويقية فعالة لتحقيق ذلك .
- 3- كما وجد الباحث ان حوالي 75% من العاملين في مجال التسويق يحملون شهادة البكالوريوس وان 25% منهم فقط تخصصهم تسويق وهذا يؤكد على أن هناك ضعف أكيد في فئة العاملين في مجال التخصص وان ذلك يؤدي إلى إرباك في تنفيذ السياسات التسويقية للصادرات اليمنية .
- 4- استنتج الباحث ان هناك ضعف في التنسيق بين الجهات ذات العلاقة بالصادرات اليمنية السلعية غير النفطية وهذا يؤدي إلى عرقلة انسياب السلع المصدرة لان التكامل والتنسيق في البرامج التسويقية أمر لا بد منه للوصول إلى الأسواق واستغلال الفرص التسويقية المتاحة.
- 5- عدم وجود دعم حقيقي للصادرات السلعية غير النفطية وعدم وجود حوافز تشجيعية للعاملين في مجال التصدير في مختلف المؤسسات .

- 6- عدم وجود دعم كافٍ للمصدرين في القطاع الخاص مما يؤدي إلى عرقلة تنفيذ السياسات التصديرية.
- 7- عدم وجود متابعه حقيقية لهيكل الصادرات وإمكانية تنويعه سلعياً وجغرافياً بما يقلل من إيجاد فرص تسويقية متجددة .
- 8- الاعتماد على الصادرات النفطية بشكل كبير التي تمثل أكثر من 90% وان هذا التواكل على الموارد النفطية يؤدي إلى حصول تذبذب في السياسات المالية والنقدية بسبب تذبذب أسعار النفط .
- 9- استغلال مساحات واسعة من الأراضي الزراعية في زراعة القات بالإضافة إلى قلت المياه وتدهور الأراضي وتغير المناخ وانخفاض الاستثمار وتزايد النمو السكاني أدى ذلك كله إلى تحويل اليمن إلى بلد مستورد لمعظم حاجاته من المواد الغذائية والتي وصلت نسبتها إلى 85% من احتياجاته الغذائية واستيراد 95% من الحبوب التي يحتاجها البلد .
- 10- عدم الاهتمام بتحسين سمعة البن اليمني في الخارج من حيث التعبئة والتغليف وكذلك عدم الاهتمام بإيجاد منافذ وأسواق جديدة لاسيما في أوروبا الشرقية التي تستهلك كميات كبيرة من البن انسياقاً مع عادات وتقاليده شعوب هذه البلدان .
- 11- زيادة التكلفة الخاصة بنقل السلع ما بين الدول العربية مما أدى ويؤدي إلى انخفاض نسبة حجم التجارة البينية بين الدول العربية وزيادة نسبتها بين الدول العربية والدول الأجنبية .
- 12- ان نسبة الواردات إلى الناتج المحلي الإجمالي اليمني حوالي 119.1% في حين نسبة الصادرات إلى الناتج المحلي الإجمالي 47.9% وهذا يعني ان الاقتصاد اليمني يعتمد بشكل كبير على التجارة الخارجية بشكل عام وعلى الاستيرادات بشكل خاص .
- 13- الاتجاه نحو استيراد كميات كبيره من الأسماك المعلبة وصل في عام 2000م مثلاً إلى حوالي خمسة أضعاف الصادرات من الأسماك اليمنية المعلبة وهذا ما يؤدي إلى خروج عملات صعبة من البلد بسبب عدم وجود مصانع كافية لتعليب الأسماك .

14- لاحظ الباحث من خلال الإحصاءات الخاصة بسلعة (البن) إن الصادرات من هذه السلع هي في انخفاض متدرج ومستمر في حين هناك زيادة أو ارتفاع مستمر في استيراد هذه السلعة. بينما اليمن يعتبر من أول الدول في إنتاج البن كما هو معروف عنه حيث (بن موكا) المعروفة عالميا الآن اخذ اسمها من منطقة (المخا) والمشهورة بزراعة البن.

ثانياً: التوصيات

1. إنشاء معهد وطني لبحوث وتطوير مصائد الأسماك في اليمن يكون بمثابة الذراع البحثي الرئيسي لمكاتب الصيد لغرض تطوير المخزونات السمكية لوضع خطط إستراتيجية مستقبلية.
2. ضرورة الاهتمام بالجودة الشاملة بالصناعات اليمنية ووضعها على طريق المنافسة العالمية مع ضمان عدم دخول منتجات أجنبية غير مطابقة للمواصفات والمقاييس العالمية.
3. الاهتمام بالبحث العلمي والتطوير التكنولوجي عن طريق إقامة مراكز الأبحاث المتخصصة وربطها بقطاعات الإنتاج والصناعة مع إنشاء الجوائز القومية للتميز والتفوق في جميع المجالات.
4. يتحتم إعادة النظر بسياسة الانفتاح التجاري من خلال رفع أسعار الضرائب الجمركية على السلع الكمالية بغية الحد من الواردات وحماية المنتجات المحلية الوطنية.
5. لمعالجة العجز في ميزان المدفوعات يتطلب التغلب على الاختلال الهيكلي في الاقتصاد وتشجيع الصادرات السلعية غير النفطية وتقليص مستويات التضخم بالتزامن مع الحد من العوامل الطارئة للاستثمار.
6. العمل على تثبيت سعر الصرف أو التقليل من التغير في سعر الصرف حيث إن ذلك يرتبط بانخفاض الصادرات غير النفطية مما يفسر عدم عمل المرونة كما إن ارتفاع الأسعار المحلية يكون أكبر من التخفيض الحاصل في العملة مما يولد اثر سلبي على الصادرات.
7. ضرورة فتح أسواق جديدة والاهتمام بتنويع هيكل الصادرات ذات الميزة التنافسية العالية ومنها البن.

8. ضرورة رفع جودة وتنافسية المنتجات اليمنية من خلال زيادة مخصصات صندوق تنمية دعم الصادرات.

9. تنشيط دور الشركات المتخصصة بضمان مخاطر الصادرات من أجل تأمين الصادرات اليمنية الموجهة إلى الأسواق عالية المخاطر .

10. زيادة مساهمة البنك اليمني لتنمية الصادرات في تمويل الصادرات للسلع الصغيرة المتوسطة.

11. يجب أن تكون هناك سياسة متوازنة بين الإنتاج والاستيراد وترشيد الاستهلاك والحفاظ على المخزون بما يضمن سياسة تصدير متوازنة.

12. على السلطات القائمة على الثروة السمكية توفير فرص استثمارية بإنشاء معامل لتعليب الأسماك داخل اليمن لكي تستطيع توفير الكميات المطلوبة في السوق المحلية بدلاً من استيرادها بهذه الكميات الكبيرة من الخارج .

13. تقديم حوافز للعاملين في مجالات التسويق المتخصصين منهم وزجهم بالعمل في إيجاد فرص تسويقية للسلع اليمنية غير النفطية في الأسواق الخارجية .

14. تدريب العاملين في مجال التسويق وتنظيم دورات منتظمة لهم وذلك لزيادة كفاءتهم وثقتهم بأنفسهم للعمل بجدية في تطوير السياسات التسويقية وتحقيق إضافات مستمرة ومفيدة في هذا المجال.

15. تعيين الأشخاص ذوي الاختصاص في التسويق والإدارة التسويقية أي وضع الشخص المناسب في المكان المناسب وذلك بالتنسيق مع الجامعات اليمنية بالتعاقد مع الخريجين من قسم التسويق لاسيما الحاصلين منهم على التقديرات المتميزة في الدراسة للاستفادة من خبراتهم النظرية

16. الأكاديمية وبالتالي زجههم في معترك الحياة العملية خدمة للمؤسسات اليمنية المتخصصة وتطوير إمكاناتها وانجازاتها مستقبلاً.
17. تحديد وحدات أو مراكز تطوير ودراسات تسويقية في كل مؤسسة تصديرية مهمتها وضع السياسات التسويقية وتطويرها من خلال متابعة الأسواق الخارجية لاستخلاص الفرص التسويقية
18. التعاون مع مراكز تسويقية تابعة للقطاع الخاص والاستفادة من خبراتهم من اجل التنسيق في تصدير السلع غير النفطية.

المصادر

- 1- الدكتور عبد المنعم السيد علي -مدخل في علم الاقتصاد- مبادئ الاقتصاد الكلي-بغداد- 1984م- ص209.
- 2- الدكتور عبد المنعم السيد علي -مصدر سابق- ص210.
- 3- الدكتور زكي خليل المساعد - التسويق في المفهوم الشامل- دار وهرات للنشر والتوزيع-عمان-الأردن-1997م- ص157.
- 4- التقرير الاقتصادي النصف سنوي-التطورات الاقتصادية الدولية والإقليمية وأنعكاستها على الاقتصاد اليمني-العدد الأول-فبراير-2007م- ص53.
- 5- التقرير الاقتصادي النصف سنوي-مصدر سابق- ص81.
- 6- التقرير الاقتصادي النصف سنوي-مصدر سابق- ص82.
- 7- الإنترنت: www.iktssad.com/FILES/EVEMLS وكذلك www.newsyemen.net
- 8- التقرير الاقتصادي النصف سنوي-التطورات الاقتصادية الدولية والإقليمية وأنعكاستها على الاقتصاد اليمني-العدد الأول-فبراير-2005م- ص77.
- 9- التقرير الاقتصادي النصف سنوي-مصدر سابق- ص77-78.
- 10- التقرير الاقتصادي النصف سنوي-مصدر سابق- ص74.
- 11- وزارة التخطيط-التقرير الاقتصادي النصف سنوي-للعام 2007م- ص112.
- 12- الإنترنت: www.iktssad.com -نفس المصدر السابق.
- 13- الإنترنت www.newsyemen.net
- 14- وزارة التخطيط-الإحصاء السنوي للعام 2004م- ص417.
- 15- محمود الحمصي-مركز دراسات الوحدة العربية-دراسة الاتجاهات الإنمائية في خطط التنمية العربية المعاصرة إزاء التكافل العربي الاقتصادي 1960/1980م- بيروت-لبنان-الطبعة الأولى 1980م- ص53.
- 16- محمود الحمصي-نفس المصدر- ص57.
- 17- محمود الحمصي-نفس المصدر- ص53.
- 18- الإنترنت: www.iktssad.com -نفس المصدر السابق.
- 19- وزارة الزراعة والري-الإدارة العامة للتوثيق والإحصاء الزراعي-كتاب الإحصاء الزراعي لعام 2001م- ص136-139.

- 20- علي محمد أحمد ناصر الكمراني-التطورات الاقتصادية في الجمهورية اليمنية-
صنعاء-اليمن 2006م ص 339.
- 21- علي محمد أحمد ناصر الكمراني-مصدر سابق- ص 139.