مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (32) العدد (4)2010
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (32) No. (4) 2010

القدرة التنافسية للصادرات السورية في الأسواق الدولية

الدكتور حبيب محمود *
ظافر حمود**

(تاريخ الإيداع 1 / 6 / 2010. قُبِل للنشر في 20 / 9 / 2010)

□ ملخّص □

إن الوضع الحالي للاقتصاد العالمي بما ينطوي عليه من الاتجاه المتزايد نحو تحرير الأسواق وإزالة الحواجز والقيود وحرية تدفق السلع والأموال بين الدول يتطلب إيلاء مفهوم القدرة التنافسية للصادرات في الأسواق الدولية أهمية متزايدة من أجل ضمان الاستمرار وسط بيئة دولية شعارها البقاء للأقوى. بناءً على ما تقدم جاء بحثنا هذا ليسلط الضوء على مفهوم التنافسية وتعريفاتها المختلفة، بالإضافة إلى وضع التجارة الخارجية السورية في مجال التصدير. وأخيراً دراسة أهم المؤشرات التي لها علاقة بقياس تنافسية الصادرات كمؤشر الميزة النسبية الظاهرة والتوافق التجاري والتجارة داخل الصناعة ومؤشر تركز الصادرات، من أجل الوصول إلى معرفة تنافسية الصادرات السورية في الأسواق الدولية، وخاصة في الأسواق العربية والاتحاد الأوربي باعتبارهما أهم الأسواق التي تتوجه لها الصادرات السورية.

الكلمات المفتاحية: التنافسية، الصادرات السورية، التجارة الخارجية، الأسواق الدولية.

* أستاذ مساعد – قسم الاقتصاد – كلية الاقتصاد – جامعة دمشق – سورية.
** طالب دراسات عليا (دكتوراه)– قسم الاقتصاد – كلية الاقتصاد – جامعة دمشق – سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (32) العدد (4)2010
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (32) No. (4) 2010

The Competitiveness of Syrian Exports in International Markets

Dr. Habib Mahmoud *
Zafer Hamoud[**]

(Received 1 / 6 / 2010. Accepted 20 / 9 / 2010)

□ ABSTRACT □

The current situation of the global economy as it involves Highest trend towards market liberalization and removal of barriers and restrictions and the free flow of goods and money between the States requires giving the concept of export competitiveness in international markets increasing importance to ensure continuity in an environment of an international emblem of survival of the fittest.

Based on what mentioned above, this study aims to highlight the concept of competitiveness and its definitions as well as various foreign trade situation in the area of the Syrian exports, and finally studying the most important indicators related to measuring the competitiveness of exports as Revealed Comparative Advantage (RCA) and Trade , in Correspondence Index, and Intra-Industry Trade (IIT), and Export Concentration Ratio order to reach knowledge of competitive Syrian exports in international markets, especially in the Arab markets and the European Union as the most important markets to which the Syrian exports are directed.

Key words: competitiveness, Syrian exports, foreign trade, international markets.

* **Associate professor, Economy Department, Faculty of Economics, Damascus University, Syria.**
** **Postgraduate Student, Economy Department, Faculty of Economics, Damascus University, Syria.**

مقدمة:

إن اهتمام الدول بجانب الصادرات كجزء أساسي من تجارتها الخارجية من شأنه أن يحسن من تنافسيتها في الأسواق الدولية ويعزز من مكانتها الاقتصادية على الساحة الدولية، وعليه فإن تطوير ودعم القدرة التنافسية للصادرات أصبح أمراً ضرورياً للاستمرار على الساحة الدولية وزيادة حصصها من هذه السوق لتعزيز تنافسيتها. حيث ذهب اغلب الاقتصاديين إلى اعتبار أن حصة الصادرات من الأسواق هي من أهم المؤشرات في قياس تنافسية الصادرات لأي بلد، إلا أن اختزال مفهوم التنافسية في هذا المجال إلى مفهوم الحصة في السوق دون اعتبار مستوى الأداء سيؤدي حتماً إلى تحليل مضلل، لذا سنقوم في هذا البحث بمحاولة تحليل بعض مؤشرات القدرة التنافسية للصادرات السورية في الأسواق الدولية.

أهمية البحث وأهدافه:

تأتي أهمية دراسة مؤشرات تنافسية الصادرات السورية في الأسواق الدولية من خلال دور هذه المؤشرات في معرفة الوضع الدولي للصادرات السورية، من أجل وضع السياسات المناسبة لتطوير هذه الصادرات وتحسين تنافسيتها على الصعيد الدولي.

يهدف البحث إلى توضيح مفهوم وتعريف التنافسية وأهميتها في التجارة الخارجية، بالإضافة إلى دراسة التجارة الخارجية السورية في مجال التصدير والبنية الهيكلية للصادرات السورية، ومؤشرات الصادرات السورية في الأسواق الدولية خلال الفترة (2000–2008).

مشكلة البحث:

تنبع مشكلة البحث من ضرورة تحسين مؤشرات تنافسية الصادرات السورية في الأسواق الخارجية من خلال العمل الدائم لتطوير سياسة سورية في مجال التصدير، خاصة أن مختلف دول العالم تسعى إلى تحسين صادراتها ووضعها في الأسواق الدولية، وبالتالي فان دراسة وتحليل مؤشرات الصادرات السورية في الأسواق الدولية يساعد في صياغة سياسة التصدير وتطويرها في سورية.

فروض البحث:

- تمتاز بعض الصادرات السورية بالقدرة على التنافس في الأسواق الدولية.
- تحسن بعض مؤشرات تنافسية الصادرات السورية في الأسواق الدولية.

منهجية البحث:

سوف يتم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الإحصائي، ومنهج المقارنة والمنهج الوصفي التحليلي لتحديد مكونات مؤشرات الصادرات السورية في الأسواق الدولية وذلك بتحليل المعطيات الإحصائية المتوفرة من إحصاءات التجارة الخارجية السورية ومن إحصاءات منظمة التجارة العالمية للوصول إلى المؤشرات محل الدراسة من عام 2000 ولغاية عام2008 .

الدراسات السابقة:

– د أسامة نجوم– تقرير تنافسية قطاع التجارة الخارجية في سورية–مشروع التنافسية– برنامج الأمم المتحدة بالتنسيق مع هيئة تخطيط الدولة في سورية 2007.حيث ركزت هذه الدراسة على تطور وتحليل التجارة الخارجية السورية وحساب أهم مؤشرات التجارة الخارجية السورية خلال الفترة 2000و2004.

– د. محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية والتجارة الخارجية– مؤشرات تنافسية الصادرات العربية في الأسواق الدولية، المعهد العربي للتخطيط–الكويت–2005.من خلال هذه الدراسة قام الباحث بتحليل الوضع التنافسي للصادرات العربية باستخدام المؤشرات الملائمة لذلك خلال الفترة الزمنية(1995–1999)

عرض الموضوع

مفهوم وتعريف التنافسية

مفهوم التنافسية

إن تحديد مفهوم التنافسية مسألة في غاية الأهمية، لأنه يساعد على تحديد جوانب ومعالم هذه المسألة ونطاقها ومؤشرات قياسها وكيفية قراءتها وتحليلها، بالتالي وضع السياسات لتعزيزها، ولكنها أيضاً مهمة شاقة ذلك لأن التنافسية مفهوم يتميز بالحداثة وتعدد الأوجه، ولا يوجد حتى الآن إطار نظري قوي ومتماسك يسمح بتحديد هذا المفهوم بشكل دقيق ومحكم.

ظهر مفهوم التنافسية للمرة الأولى بالمعنى الحرفي حالياً في أدبيات مدرسة إدارة الأعمال [1] حيث ورد أن (التنافسية) تشكل الأساس لتحليل استراتيجيه قطاع الأعمال، إذ تتنافس الشركات في الحصول على الموارد، وأكبر نسبة من الحصص في الأسواق، بهدف تحقيق أكبر قدر من الربحية. كان ذلك خلال فترة السبعينيات والثمانينيات من القرن الماضي التي عرفت عجزاً كبيراً في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية خاصة في تبادلاتها مع اليابان.

وتعاظم الاهتمام بمفهوم التنافسية منذ منتصف الثمانينات وبداية التسعينات من القرن الماضي،مع تنامي الإيديولوجيات التي تنادي بالنظام الاقتصادي العالمي الجديد المترافق مع التوجه العام نحو اعتماد وتطبيق آليات اقتصاد السوق في مختلف البلدان، وأصبحت معايير ومؤشرات التنافسية ضمن مجموعة الأولويات على جدول أعمال الدول المتقدمة بشكل أساسي والدول الصناعية الناشئة، ومؤخراً الدول النامية.

تعريف التنافسية:

إن وضع تعريف دقيق ومحدد للتنافسية يعد مهمة صعبة نظراً لكون هذا المصطلح صفة عاكسة لوضع وأداء اقتصادي وواقع مهني لمختلف نشاطات قطاع الأعمال، الأمر الذي يضعنا أمام جملة من التعاريف التي تنظر إلى الموضوع من وجهات نظر ومستويات مختلفة، سوف نجمل أهمها كما يلي: تعرف التنافسية على مستوى المنشأة بأنها القدرة على تلبية رغبات المستهلكين المختلفة والمتنوعة، وذلك بتوفير سلع وخدمات ذات نوعية وجودة معينة مقابل سعر وقيمة محددة تستطيع من خلالها اقتحام الأسواق المتطورة والغنية، على المستوى القطاعي بالإنتاجية والقدرة على تحقيق نجاح مستمر في المهام الموكلة سواء لجهة القيمة المضافة المحققة من القطاع أو لجهة الخدمات الميسرة والداعمة [2] .

ويختلف تعريف التنافسية بحسب درجة تطور الدول،حيث تعني التنافسية في الدول الصناعية قدرة هذه الدول على الحفاظ على موقعها الريادي في الاقتصاد العالمي من خلال الحفاظ على الريادة في القطاع التكنولوجي لجهة الاختراع والإبداع وإدخال نشاطات جديدة.أما التنافسية بالنسبة للدول الصناعية الناشئة فتتمحور حول كيفية الحفاظ على التقدم والمواقع الريادية المحققة في عالم الصناعات ذات التقانة المتوسطة والرفيعة .أما بالنسبة للدول النامية التي بدأت مؤخراً المحاولة للاندماج في الاقتصاد العالمي، فتعرّف التنافسية على أنها قدرة البلد على التقدم والحصول على موطئ قدم في حلبة السباق العالمي نحو التطور والرقي. و أخيراً تتحدد التنافسية بالنسبة للدول الفقيرة في القدرة على البقاء عبر تعظيم إمكانيات الاستفادة من الموارد الطبيعية المتاحة والتقليل ما أمكن من النتائج السلبية لعملية الاندماج في الاقتصاد العالمي[3].

أما تعريف التنافسية من وجهة نظر بعض الاقتصاديين باختلاف المشارب والمدارس التي ينتمون إليها، إلا أن جميع هذه التعاريف قد اتفقت على مايلي:

أن التنافسية حسب (Aldington) لأمة ما هو قدرتها على توليد الموارد اللازمة لمواجهة الحاجات الوطنية، وهذا التعريف مكافئ لتعريف تبناه Scott and Lodge وهو "أن التنافسية لبلد ما هي قدرته على خلق وإنتاج و توزيع المنتجات أو الخدمات في التجارة الدولية بينما يكسب عوائد متزايدة لموارده"[4].

أما بورتر (Porter) فقد أشار إلى أن تنافسية الدول هو مفهومٍ متعدد الجوانب، فقد تؤخذ على أنها ظاهرة كلية داخل الاقتصاد تتأثر ببعض المتغيرات مثل أسعار الصرف وأسعار الفائدة وعجز الموازنة العامة للدولة أو تعتمد على ملكية الموارد الطبيعية بوفرة أو أنها دالة عكسية في تكلفة العمل، كما أن الميزة التنافسية قد ترجع إلى اختلاف ممارسات الإدارة أو أنها التوازن الموجب للميزان التجاري أو القدرة على خلق الوظائف [5] .

وفي نفس السياق يشير Laura D' Andrea Tyson أن التنافسية الدولية هي قدرة دولة ما على إنتاج سلع وخدمات تلبي احتياجات الأسواق العالمية،وتساعد في ذات الوقت على تحقيق ارتفاع في متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي لرعايا الدولة المعنية والعمل على الحفاظ على هذا الارتفاع واستمرارية [6] .

مفهوم التنافسية في إطار التجارة الخارجية:

قبل أن نوضح تعريف التنافسية وفق أوضاع التجارة الخارجية لا بد من تسليط الضوء ولو بشكل مختصر على أهمية التنافسية في التجارة الخارجية ثم نعرض أهم التعاريف وفقاً لأوضاع التجارة الخارجية:

أهمية التنافسية في التجارة الخارجية

في الماضي القريب لم تول نظريات وسياسات التجارة الخارجية أهمية كبيرة لمفهوم التنافسية، حيث افترضت النظرية التقليدية للتجارة الخارجية أن كل الدول وكل الشركات داخل الدولة تمتلك التكنولوجيا ذاتها ولها نفس ظروف الإنتاج في إطار منافسة تامة، وبالتالي فإن التخصص في تصدير السلع مبني على أساس وفرة الموارد الاقتصادية التي تحدد الميزة النسبية للدول. وعلى هذا الأساس تخلص النظرية التقليدية للتجارة الخارجية إلى أن هناك دائماً فائدة لكل الدول من الإنتاج والاتجار وأن التنافسية وحدها لا تؤدّي دوراً كافياً في تحديد توزيع منافع التجارة بين هذه الدول. وفي المقابل أقرت النظرية الحديثة للتجارة الخارجية أن الميزة النسبية أو التنافسية لا يمكن أن تقوم فقط على أساس وفرة الموارد الاقتصادية بل يمكن أن تقوم كذلك بناءً على اختلاف في تقنيات الإنتاج المستخدمة أو اختلاف في أذواق المستهلكين. وأعارت هذه النظريات أهمية أكبر لدور اقتصاديات الحجم ودور المعرفة والابتكار في توليد الميزة النسبية

أو التنافسية. عليه، ومن خلال دور اقتصاديات الحجم فانه هناك مجالاً للتدخل من قبل الحكومات والشركات لتحسين وضعها التنافسي في الأسواق الدولية وأن التجارة بين الدول لا تقع ولا تنحصر فقط في سلع الصناعات المختلفة بل أيضاً وبشكل متزايد بين السلع داخل الفرع الصناعي الواحد [7] .

مفهوم التنافسية المستندة إلى أوضاع التجارة الخارجية للدول:

وفق هذا المفهوم يتم ربط مفهوم التنافسية بأوضاع الميزان التجاري للدولة، حيث يدل الفائض فيه على قوة تنافسية الدولة، ولكن البعض يرى أنه لا يمكن تعميم تعريف التنافسية استناداً إلى وضع الميزان التجاري في جميع الحالات، حيث إنّ الفائض في الميزان التجاري قد يشير في بعض الأحيان إلى تدهور تنافسية الدولة، وعلى العكس فان وجود العجز في الميزان التجاري يعنى علامة قوة للاقتصاد[8] .

ومن هذه التعاريف وفقاً لهذا المفهوم يعرّف المجلس الأمريكي للسياسة التنافسية على أنها: "قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تنافس في الأسواق العالمية وفي نفس الوقت تحقق تحسناً مستمراً في مستويات المعيشة على المدى الطويل" [9] .

وتعرّف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) التنافسية على أنها: "المدى الذي تستطيع من خلاله الدولة أن تنتج وفي ظل شروط السوق الحرة والعادلة–، سلعاً وخدمات تنافس في الأسواق العالمية، وفي نفس الوقت يتم تحقيق زيادة مستمرة في الدخل الحقيقي لأفرادها على المدى الطويل".ومن وجهة نظر التنافسية الدولية بأنها: "القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اختبار المزاحمة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على نمو الدخل المحلي الحقيقي". [10]

مما سبق نجد أن معظم تعريفات التنافسية تشترك في نقاط عديدة أهمها قدرة المؤسسات على النفاذ إلى الأسواق الخارجية بمنتجات عالية الجودة وبأقل التكاليف، ويظهر أثر ذلك في تحسن الناتج المحلي الإجمالي والذي يجب أن ينعكس إيجاباً على تحسين الظروف المعيشية للمواطنين، لذلك يمكننا القول إنّ التنافسية ما هي إلا قدرة الدول والحكومات على توفير الظروف الملائمة التي تمكّن مختلف المؤسسات العاملة فيها من الوصول بمنتجاتها إلى الأسواق المحلية والخارجية، بما يساهم في زيادة معدلات النمو في الناتج المحلي الإجمالي واستدامتها مترافقة بإعادة توزيع أكثر عدالة للدخل.

النتائج والمناقشة:

الصادرات السورية في إطار خطط التنمية الحكومية:

إن خطط التنمية تقوم على أساس صياغة تصورات يمكن أن تأخذ شكل أهداف وسياسات وإجراءات هدفها تنمية المجتمع وتطوره، الأمر الذي جعل مفهوم التنمية مرتبطاً بضرورة استخدام التخطيط من أجل الوصول إلى الأهداف [11] .

انطلاقاً من ذلك تسعى سورية من خلال خططها التنموية إلى الاهتمام بكافة مناحي الاقتصاد ومن ضمنها الاهتمام بقطاع التصدير وتطويره من أجل رفع القدرة التنافسية للسلع السورية في الأسواق المحلية والخارجية كان آخرها من خلال الخطة الخمسية العاشرة التي هدفت في هذا المجال إلى تنويع الصادرات سلعياً وجغرافياً ووضع خطط ترويجية لفتح أسواقاً جديدة وتطوير الخدمات الرئيسية لدعم التجارة وتوسيعها، وتحرير النظام التجاري تدريجيا" من أجل تطوير الاقتصاد السوري بحيث تكون سورية مركزاً مالياً.

من أجل ذلك عملت سورية على تنويع الصادرات ووضع الخطط الترويجية والتسويقية للحفاظ على الأسواق التقليدية وفتح أسواق جديدة من خلال دعم الصناعات السورية المتوجهة نحو التصدير وتحسين الصادرات من خلال توفير حوافز خاصة للصناعات التي تنتج السلع المعتمدة على الموارد المحلية، والقيام بالدراسات الضرورية لتوفير المواد الأولية وتصنيعها محلياً لخدمة الصناعات المتوجهة نحو التصدير.ودعم الصناعات المحلية التي تعتمد على رفع القيمة المضافة للمنتجات السورية ذات الميزة النسبية ومنها / الصناعات الغذائية – المنسوجات – الملابس – الصناعات الحرفية والتقليدية– الأدوية والأعشاب الطبية – الجلدية /، والاستثمار في زيادة الإنتاجية من خلال نقل التقانة وتوطينها، والعمل من أجل تهيئة المناخ السياسي والاقتصادي للأسواق الواعدة للصادرات السورية عن طريق تحديد الأسواق الجديدة الواعدة للمنتجات السورية وعقد الاتفاقيات الاقتصادية والتجارية وإيجاد آليات وقنوات اتصال يمكن من خلالها إتاحة الفرصة للصادرات السورية للنفاذ للأسواق الخارجية، والعمل على تفعيل الاتفاقيات المبرمة وإزالة المعوقات التي تحول دون تنفيذها (منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، منطقة التجارة الحرة مع تركيا)، والاهتمام بالأسواق التقليدية للمنتجات السورية والعمل على تنميتها، والعمل على وضع البرامج الترويجية والتسويقية للمنتجات السورية، وتطوير التشريعات الناظمة لأحكام التجارة الخارجية. وتطوير الخدمات الرئيسية لدعم وتوسيع التجارة (النقل، الاتصالات، التسويق، التمويل وضمان مخاطر الصادرات) [12] .

السياسات والقرارات المتبعة في مجال التصدير:

من خلال تتبع ملامح الاقتصاد السوري خلال مراحله السابقة نجد أن الاقتصاد السوري حتى قيام الوحدة بين سورية ومصر في عام 1958، كان يتبع نمط الاقتصاد الحر (اقتصاد السوق) ثم بدأ بالاتجاه نحو نمط الاقتصاد الموجّه، حيث تم البدء بإعداد الخطط الخمسية منذ العام 1961، ثم راح الاقتصاد السوري منذ العام 1970 يتوجه نحو تحرير أكثرَ للنشاط الاقتصادي، وإفساح المجال أمام القطاع الخاص للمساهمة في تنمية الاقتصاد، واستمر الأمر كذلك حتى نهاية الثمانينيات. إلا انه منذ نهاية التسعينيات من القرن الماضي بدا هذا التوجه واضحاً في خطاب الفريق الاقتصادي الحكومي من خلال الدعوة إلى التحديث والتطوير وإصلاح القطاع العام وتصحيح، مساره بدلاً من بيعه، وفتحت باب الاستيراد والتصدير[13] ثم حددت القيادة السياسية في المؤتمر العاشر للحزب (عام 2005) وقررت انتهاج ما يسمى (باقتصاد السوق الاجتماعي)، في محاولة منها للتماشي مع سيرورة تطور الاقتصاد العالمي واتجاهاته، شرط الحفاظ على مكتسبات الطبقات الاجتماعية المختلفة وحقوقها.لكن على الرغم من التحولات الجارية في نمط الاقتصاد السوري خلال المراحل السابقة تميزت الفترة الماضية بعدم وجود أية سياسة أو إستراتيجية واضحة المعالم لموضوع التصدير، هذا وقد اعتمدت الحكومة لتطوير التصدير في سورية العديد من الإجراءات والخطوات التحفيزية منها [14] :

- إلغاء كافة الموافقات المسبقة لتصدير معظم المواد (باستثناء عدد قليل منها)
- إلغاء مبدأ الحصول على إجازات وموافقات التصدير.
- إصدار العديد من القرارات في مجال تحرير الصادرات وإلغاء عمولات مؤسسات التجارة.
- السماح للقطاع الخاص بتصدير كافة منتجات القطاع العام الصناعي التابع لوزارة الصناعة باستثناء مادة القطن المحلوج ومخلفاتها، وفي هذا السياق لا بد من الإشارة إلى أن بعض منتجات القطاع الصناعي لا تزال حكراً على القطاع العام عدا الأقطان، منها التبغ والتنباك من خلال قانون يحصر تصنيعها وتصديرها بالمؤسسة العامة للتبغ والتنباك.

- إعفاء الصادرات الزراعية من ضريبة دخل الأرباح
- السماح للمصدرين بالتنازل عن حصيلة القطع الأجنبي الناجم عن التصدير.
- إنشاء هيئة تنمية وترويج الصادرات [15] :

لقد تم إحداث هيئة تنمية وترويج الصادرات بموجب المرسوم التشريعي رقم /6/ لعام 2009 من أجل تطوير وترويج الصادرات السورية ،وتحسين المنتجات السورية ورفع مستوى تنافسيتها. وتخفيف تكاليف وأعباء الصادرات السورية.فالهيئة لا تهدف الهيئة إلى الربح بل إلى ترويج الصادرات السورية في الأسواق الدولية وهي تعمل كصلة وصل بين الموردين الأجانب والمصدرين السوريين وتقدم المساعدة لكلا الطرفين من خلال تقوية العلاقات فيما بينهما وتقديم رجال الأعمال السوريين إلى الشركاء والمستثمرين الأجانب وتزويد الموردين الأجانب بمعلومات تفصيلية عن الظروف الاقتصادية وتطلعات السوق وبيانات عن المصدرين والقوانين والأنظمة في سورية.

وتعمل الهيئة في العديد من المجالات مثل: البحث والتطوير والتدريب وإعداد وتحديث المعلومات التجارية والإعلان والترويج والعلاقات الدولية ومن أهم مهامها : القيام بالأبحاث المتعلقة بالشركات والتدريب والمعلومات التجارية والخدمات الترويجية محليا ودوليا بهدف تعزيز تنافسية الشركات السورية عالميا لضمان التنمية المستدامة للصادرات السورية. وتطويرها باستمرار.

-إنشاء اتحاد المصدرين [16] :

تم إحداث اتحاد المصدرين بموجب المرسوم التشريعي رقم 27 لعام 2009 من أجل تمثيل المصدرين وتبني قضاياهم والدفاع عن مصالحهم ،وتنظيم العمل التصديري وتنمية وترويج الصادرات، وتطوير البيئة التشريعية والإدارية والتنظيمية التي تمكن من تعزيز القدرات التنافسية للصادرات، ورفع الكفاءات والقدرات التسويقية للمصدرين. حيث يمارس الاتحاد لتحقيق غايته وأهدافه مجموعة من المهام أهمها:

1- المساهمة في تنظيم وإدارة العمل التصديري والمشاركة في إعداد الإستراتيجية التصديرية
2- المشاركة في اللجان العليا المشتركة وفي اللجان التي تساهم في رسم سياسة التجارة الخارجية
3- الترويج للصادرات والمشاركة في المعارض والمؤتمرات والندوات
4- إيجاد الفرص التصديرية
5- إعداد الكوادر البشرية وتأهيلها من خلال إقامة البرامج التدريبية والتعليمية
6- إبرام اتفاقيات التعاون مع الجهات المماثلة للاتحاد في عمله
7- تقديم الخدمات الاستشارية والفنية للمؤسسات والشركات والمصدرين
8- إعداد الدراسات عن الأسواق المحلية والعالمية والبيئة التشريعية والتنظيمية للتصدير وتقديمها للمصدرين لتحقق أهدافهم وتنمي قدرتهم التصديرية

- إصدار العديد من القرارات في مجال تحرير الصادرات وإلغاء عمولات مؤسسات التجارة.
- صدور مراسيم تشريعية متعددة ومتوالية لتخفيض التعريفة الجمركية المتناسقة ونسب الرسوم الجمركية والضريبية الموحدة لتتوافق مع بنود المنظمة العالمية للجمارك ومع التعريفة الجمركية المنسقة ومع معايير منظمة التجارة العالمية والشراكات والاتفاقيات التجارية الثنائية الموقعة.
- مزيد من الانفتاح على العالم الخارجي من خلال:

▪ توقيع الاتفاقيات الاقتصادية والتجارية والتشجيع والحماية المتبادلة للاستثمار ومذكرات التفاهم مع العديد من الدول أهمها (اتفاقية الشراكة السورية التركية، التجارة التفضيلية مع إيران....) والتي سيكون لها أثر ايجابي في زيادة حجم الاستثمارات والتبادل التجاري.

▪ انضمام سورية للعديد من الاتفاقيات الدولية (اتفاق لاهاي للرسوم والنماذج الصناعية –الاتفاقية الدولية لتسوية منازعات التجارة والاستثمار– الاتفاقية الناظمة للمعارض الدولية باريس).

▪ الاهتمام بالمعارض الدولية والداخلية المتخصصة /قطاع عام وخاص/ وتنظيم البعثات الترويجية للصادرات السورية في جميع الدول والكتل المستهدفة للصادرات السورية.

البنية الهيكلية للصادرات السورية:

يعبر التركيب السلعي للصادرات عن طبيعة التركيب الهيكلي الإنتاجي، بالاستناد إلى تنوع مكونات الصادرات السلعية، وتوزع أهميتها النسبية إلى أكبر عدد من السلع المصدَّرة، وعلى عكس ذلك، كلما انخفض عدد المكونات السلعية للصادرات؛ وارتفعت درجة تركزها، دلَّ ذلك على ضعف الهيكل الإنتاجي[17] . كما يعكس التركيب السلعي للصادرات– إلى حد ما– موقع الدولة في تقسيم العمل الدولي.

وكلما تم توظيف استثمارات في مجال الصناعات كثيفة المعرفة (مراحل متقدمة في السلسلة التكنولوجية)، زاد معدل القيمة المضافة المتحققة، وهذا ما نلحظه في اقتصاديات الدول المتقدمة التي تمتاز بالتنافسية القوية والتي تضع مسألة الجودة وتنافسية سلعها في مقدمة أولوياتها[18] .

يتم تحليل الهيكل السلعي للصادرات من خلال تصنيف الصادرات حسب طبيعة المواد والاستخدام، وكذلك تحليل التوزيع الجغرافي لها باعتبار أن هذه الجوانب تعتبر من الأركان الأساسية في تحليل الصادرات.

الصادرات السورية حسب طبيعة المواد:

لتوضيح الهيكل السلعي للصادرات حسب طبيعة المواد نورد الجدول التالي الذي يبين الأهمية النسبية للصادرات السورية حسب طبيعة المواد [19]:

الجدول رقم (1) الأهمية النسبية للصادرات السورية حسب طبيعة المواد (%)

البيان	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
خام	81.7	81.9	77.9	77.3	59.9	60.7	47.4	44.3	40.7
مصنوعة	13.0	13.4	17.2	16.4	25.3	24.2	38.3	40.6	39.4
نصف مصنوعة	5.3	4.7	4.9	6.3	14.8	15.1	14.3	15.1	19.9
المجموع	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ملاحظة: حسبت هذه النسب من قبل الباحث بالاستناد الى المجموعات الاحصائية السورية للاعوام (2001–2008)– فصل التجارة الخارجية جدول الصادرات حسب طبيعة واستخدام المواد.

نلاحظ من الجدول أعلاه انخفاض الصادرات من المواد الخام من 81.7% عام 2000 إلى 40.7% عام 2008 مقابل زيادة الصادرات من المواد المصنوعة من 13% عام 2000الى 39.4% عام 2008. وان هذا التحسن في الصادرات من المواد المصنوعة كان على حساب الانخفاض في نسب المواد الخام كما هو موضح في الجدول أعلاه. و الصادرات من المواد نصف المصنعة من 5.3% عام 2000إلى 19.9% عام 2008، وهنا لابد من

الإشارة إلى الانخفاض في صادرات المواد الخام كنسبة من الصادرات بدأت بشكل واضح منذ عام 2005 وكذلك التحسن في نسب المواد المصنوعة ونصف المصنوعة المصدرة بدأ منذ نفس العام. ويعود ذلك إلى الانخفاض في الصادرات النفطية السورية وزيادة الصادرات من السلع المصنوعة ونصف المصنوعة ابتداءً من عام 2005. وهنا من الأهمية بمكان الإشارة إلى أن أهم صادراتنا من المواد الخام هي النفط والقطن، ومن المواد المصنوعة المنتجات القطنية والنسيجية وبعض أنواع الأفران والأجهزة الكهربائية، ومن المواد نصف المصنعة الألواح والصفائح المعدنية.

الصادرات السورية حسب نوع الاستخدام:

لتوضيح الهيكل السلعي للصادرات حسب نوع الاستخدام نورد الجدول التالي الذي يبين الأهمية النسبية للصادرات السورية حسب نوع الاستخدام [20]:

الجدول رقم (2) الاهمية النسبية للصادرات السورية حسب نوع الاستخدام (%)

البيان	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
سلع نهائية	11.6	12.2	13.1	11.3	27.1	28.0	37.7	40.7	36.6
سلع وسيطة	88.2	87.4	86.3	88.2	72.5	71.6	61.8	58.4	62.5
سلع رأسمالية	0.2	0.4	0.6	0.5	0.4	0.4	0.5	0.9	0.9
المجموع	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ملاحظة: حسبت هذه النسب من قبل الباحث بالاستناد إلى المجموعات الاحصائية السورية للاعوام (2001-2008)- فصل التجارة الخارجية جدول الصادرات حسب طبيعة واستخدام المواد

نلاحظ من الجدول أعلاه أنَّ هناك تحسناً ملحوظاً في تركيبة الصادرات السورية حسب نوع الاستخدام حيث ارتفعت نسبة السلع النهائية والتي يقوم القطاع الخاص بتصدير القسم الأعظم منها من إجمالي الصادرات من 11.6 عام 2000 إلى 40.8% عام 2007 ثم تراجعت إلى 36.6% عام 2008 أما حصة السلع الوسيطة التي يقوم القطاع العام بتصدير القسم الأكبر منها فقد انخفضت نسبتها من 88.2%عام 2000 إلى 58.3% عام 2007 ثم ارتفعت إلى 62.5% عام 2008 أما الصادرات الإجمالية المصنعة من السلع الرأسمالية فما تزال منخفضة جداً والتي لا تشكل أكثر من 0.9 % عام 2008 مقابل 0.2% عام 2000.

وهنا من الأهمية بمكان الإشارة إلى أن أهم صادراتنا من السلع النهائية هي الأغذية والخضار والفواكه والمنسوجات، ومن السلع الوسيطة بعض المنتجات النفطية، ومن السلع الرأسمالية الآلات والتجهيزات الالكترونية.

التوزع الجغرافي للصادرات السورية:

اتجهت الصادرات السورية إلى الدول الأوروبية مع انهيار المعسكر الاشتراكي مما جعل من دول الاتحاد الأوروبي من أهم الشركاء التجاريين لسورية. وحالياً تسعى الحكومة السورية لتعزيز تبادلاتها التجارية مع الدول العربية والاستفادة القصوى من اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى

لتوضيح التوزيع (التركز) الجغرافي للصادرات السورية نورد الجدول التالي [21] :

الجدول رقم (3) التوزيع الجغرافي للصادرات السورية (%)

البيان	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
البلدان العربية	16.2	15.4	22.1	19.7	30.0	16.2	37.4	39.3	50.8
دول الاتحاد الأوربي	65.0	64.3	54.1	57.1	53.9	44.6	40.5	39.8	33.6
دول أوربية أخرى	2.1	2.5	2.0	1.4	2.1	1.1	2.0	2.0	0.7
البلدان الأمريكية	1.3	1.5	2.1	4.2	3.6	3.6	2.5	3.0	2.8
بلدان آسيوية مختلفة	13.0	11.2	8.3	11.6	10.0	4.1	4.7	6.0	5.5
بلدان أخرى	2.4	5.1	11.4	6.0	0.4	30.4	12.9	9.9	6.6
المجموع	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ملاحظة: حسبت هذه النسب من قبل الباحث بالاستناد الى المجموعات الاحصائية السورية للسنوات (2001–2008) فصل التجارة الخارجية –جداول التجارة الخارجية حسب البلدان والكتل الدولية.

نلحظ من الجدول:

-زيادة نسبة الصادرات السورية إلى الدول العربية حيث ارتفعت نسبة الصادرات إلى الدول من /16.2%/ عام 2000 إلى /50.8%/ عام 2008. وان هذا التحسن الواضح يعود إلى الدور الايجابي الذي لعبته منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى منذ الإعلان عنها في بداية عام 1998 واكتمال تنفيذها بداية عام 2005.

-تراجع نسبة الصادرات السورية إلى دول الاتحاد الأوربي من 65% عام 2000 إلى 33.6% عام 2008. مع تراجع طفيف في حجم الصادرات إلى الدول الأوربية الأخرى من 2.1%عام 2000 إلى 0.7 عام 2008.

- تطور بطيء للصادرات السورية إلى الدول الأمريكية من 1.3% عام 2000 إلى 2.8% عام 2008.

- انخفاض في حجم الصادرات إلى البلدان الأسيوية من 13% عام 2000 إلى 5.5% عام 2008 مع ملاحظة ازدياد طفيف في حجم الصادرات السورية إلى البلدان الأسيوية منذ عام 2005 إنما يعود ذلك إلى تحسن العلاقات التجارية مع تركيا.

مما سبق نجد أن هناك تركيزاً مرتفعاً للصادرات السورية، وان الشركاء الرئيسيين لسورية في مجال التصدير هم الدول المتقدمة الاتحاد الأوروبي بسبب الصادرات النفطية، وتحسين العلاقات الاقتصادية بين سورية والاتحاد الأوربي، بالإضافة إلى الدول العربية بسبب وجود العديد من الاتفاقيات الثنائية والمتعددة الأطراف مع مختلف الدول العربية والتي أهمها اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى التي اكتملت في بداية عام 2005 والتي كان لها الأثر الواضح في تسهيل التبادل التجاري وتعزيزه بين الدول العربية.

مؤشرات تنافسية الصادرات السورية في الأسواق الدولية*:

في هذه الفقرة سوف نستعرض أهم المؤشرات الملائمة لبحثنا هذا التي يمكن استخدامها للتعبير عن الوضع التنافسي لصادرات سورية :

*** حسبت هذه المؤشرات من قبل الباحث بتطبيق المعادلات الموجودة ضمن متن البحث على جداول (Excel) بالاستناد إلى قاعدة البيانات في منظمة التجارة العالمية بالإضافة إلى المجموعات الإحصائية السورية(2001–2008) .**

مؤشر نسبة التجارة داخل نفس الصناعة(Intra-Industry Trade(IIT:

يعبر هذا المؤشر عن درجة التخصص في صناعة معينة وبالتالي مدى القدرة على اقتحام أسواق جديدة نتيجة هذا التخصص، ويقاس هذا المؤشر بدرجة التجارة داخل صناعة ما (أي تصدير واستيراد سلع داخل نفس المجموعات السلعية) بالمقارنة مع إجمالي التجارة في نفس الصناعة، حيث إنَّ القيمة الصفرية للمؤشر تدل على انعدام وجود تجارة داخل صناعة ما لسلعة واحدة ولمجموعة من السلع مما يعني ضعف التخصص في هذه الصناعة وعدم القدرة على المنافسة في السوق المحلية والعالمية[22]. أي عند عدم وجود تجارة داخل نفس الصناعة فإن الصادرات من السلعة أو الواردات من السلعة تكون صفرية وعلية تكون قيمة مؤشر نسبة التجارة داخل نفس الصناعة صفرية.

يتم حساب هذا المؤشر وفق العلاقة التالية [23] :

$$IIT_i = \frac{\left[(X_i + M_i) - |X_i - M_i|\right]}{(X_i + M_i)}$$

حيث أن:

X_i: الصادرات من السلعة (الصناعة) i.

M_i: الواردات من السلعة (الصناعة) i.

$|X_i - M_i|$: يمثل التجارة بين الصناعات.

$(X_i + M_i)$: إجمالي قيمة التجارة.

$\left[(X_i + M_i) - |X_i - M_i|\right]$: قيمة التجارة داخل نفس الصناعة.

$IIT = 0$: عدم وجود تجارة داخل نفس الصناعة.

وبالرجوع إلى الإحصائيات التي تعبر عن قيم التبادل التجاري حسب زمر التصنيف الاقتصادي الواردة في المجموعات الإحصائية السورية للأعوام المدروسة (الأغذية والمشروبات، المواد الضرورية للصناعة غير مصنفة، والوقود والزيوت المعدنية، الآلات والأدوات الأخرى الرأسمالية(عدا النقل) وقطعها التبديلية، آلات النقل وقطعها التبديلية، البضائع الاستهلاكية غير الغذائية، والبضائع غير المصنفة) نلاحظ أن قيمة مؤشر نسبة التجارة داخل نفس الصناعة تبلغ وفق ما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (4) مؤشر نسبة التجارة داخل نفس الصناعة

المؤشر	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
نسبة التجارة داخل نفس الصناعة	0.2 67	0.269	0.30	0.32	0.36	0.51	0.66	0.70	0.75

ملاحظة: حسبت هذه النسب من قبل الباحث بالاستناد الى المجموعة الاحصائية السورية للسنوات (2000-2008)-فصل التجارة الخارجية – الاحصاءات الواردة فيالتجارة الخارجية حسب اقسام وفصول التصنيف الدولي الموحد للتجارة الخارجية. وتطبيقها على الصيغة الرياضية للمؤشر .

نلاحظ من الجدول السابق أن هذه النسبة كانت في عامي 2000و2001 تقريبا متقاربة ثم بدأت بالتحسن لتصل إلى 0.51 عام 2005، والى 0.66 عام 2006 والى 0.75 عام 2008. وهذا مؤشر جيد على زيادة مستوى التخصص الصناعي داخل نفس الصناعة وزيادة قدرتها التنافسية في الأسواق المحلية والدولية.

مؤشر نسبة تركز الصادرات Export Concentration Ratio:

يعبر هذا المؤشر عن درجة اعتماد صادرات بلد معين على عدد محدد من السلع، وتقاس عادة نسبة تركز الصادرات بعدة مؤشرات من أهمها مؤشر هيرشمان (Hirschman Index(H))، حيث يقع هذا المؤشر بين الصفر والواحد الصحيح فإذا اقتربت قيمة هذا المؤشر من الواحد الصحيح فهذا دليل على أن الصادرات منحصرة في عدد قليل من السلع، أما إذا اقتربت من الصفر فهو دليل على وجود تنوع في هيكل الصادرات. يتم حساب هذا المؤشر وفق العلاقة التالية :[24]

$$H=\frac{\sqrt{\sum_{i=1}^{I}(\frac{xi}{X})\text{^}2}-\sqrt{\frac{1}{I}}}{1-\sqrt{\frac{1}{I}}}$$

xi: قيمة الصادرات من السلعة i.

X: إجمالي الصادرات.

I: إجمالي عدد السلع الممكن تصديرها.

من خلال هذا المؤشر أمكن حساب مؤشر نسبة تركز الصادرات السورية، وذلك بالاعتماد الأرقام الواردة في جداول التجارة الخارجية حسب أقسام وفصول التصنيف الموحد للتجارة الخارجية ضمن المجموعات الإحصائية السورية للأعوام المدروسة. على البيانات الواردة حيث بلغت وفق ما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول(5) نسبة تركز الصادرات وفق مؤشر هيرشمان

المؤشر	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
نسبة تركز الصادرات وفق مؤشر هيرشمان	0.73	0.69	0.67	0.68	0.64	0.51	0.35	0.34	0.28

ملاحظة: حسبت هذه النسب من قبل الباحث بالاستناد الى المجموعات الاحصائية السورية للسنوات (2001-2008)-فصل التجارة الخارجية – الاحصاءات الواردة في جداول التجارة الخارجية حسب أقسام وفصول التصنيف الموحد للتجارة الخارجية وتطبيقها على الصيغة الرياضية للمؤشر.

نلاحظ أن الصادرات السورية كانت متركزة في عدد قليل جداً من السلع كالمنتجات الزراعية والنفط الخام ومنتجاته مما انعكس سلباً على قيمة هذا المؤشر عام 2000 حيث بلغ 0.73 ، ولكن ما لبث أن أخذ بالتحسن ليصل إلى 0.35 عام 2006 والى 0.34 عام 2007 والى 0.28 عام 2008 مع العلم أن عدد السلع التي يتم تصديرها تقريبا ثابتة، ولعل الأمر الذي أدى إلى تحسن هذا المؤشر هو الزيادة التدريجية في قيم الصادرات من بعض السلع التي لم تكن تصدر بكميات كبيرة سابقاً.

مؤشر التوافق التجاري Trade Correspondence Index:

يقيس هذا المؤشر درجة توافق الهيكل السلعي لصادرات دولة معينة i مع الهيكل السلعي لواردات دولة (أو مجموعة دول) أخرى j.

وكون أن الصادرات السورية تتمتع بتركز كبير، وان الشركاء الرئيسيين لسورية في مجال التصدير هم دول الاتحاد الأوروبي والدول العربية، كما تبين لنا من خلال البحث، لذلك سنحسب مدى توافق الصادرات السورية مع كلاً من الاتحاد الأوربي والدول العربية.

نطبق قانون مؤشر التوافق التجاري (جيب التمام) كما يلي [25] :

$$Cosine_{ij} = \frac{\sum_k X_{ik} \cdot M_{jk}}{\sqrt{\left(\sum_k X_{ik}^2\right) \cdot \left(\sum_k M_{jk}^2\right)}}$$

Xik: صادرات القطر i من السلعة k.

Mjk: واردات القطر أو المنطقة j من السلعة k.

حيث يقع هذا المؤشر بين الصفر والواحد الصحيح حيث إذا كانت قيمة المؤشر (صفر (Cosine = 0)) تدل على عدم تطابق هيكل صادرات البلد مع هيكل واردات البلد أما إذا كانت قيمته تساوي الواحد الصحيح Cosine (1=) فتدل على تطابق تام.وتكمن أهمية هذا المؤشر في أن ارتفاعه يدل على توافق أكبر مع الطلب العالمي أو أسواق دولية بينما تدل على عكس ذلك إذا انخفضت قيمته.

من خلال هذا المؤشر أمكن حساب مؤشر التوافق التجاري، وذلك بالاعتماد الأرقام الواردة في قاعدة منظمة التجارة العالمية وفق تصنيفها المعتمدة حسب تجارة السلع (كالأغذية والمنتجات الزراعية، المصنوعات، الحديد والصلب، المواد الكيميائية، الأغذية، منسوجات، الملابس، الآلات ومعدات النقل..) خلال السنوات المدروسة.

الجدول رقم (6) مؤشر التوافق التجاري

البيان	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
مؤشر التوافق التجاري لسورية مع دول الاتحاد الأوربي (27)	0.24	0.19	0.24	0.27	0.29	0.36	0.65	0.66	0.64
مؤشر التوافق التجاري لسورية مع الدول العربية	0.22	0.16	0.22	0.24	0.26	0.31	0.61	0.61	0.54

ملاحظة: حسبت هذه النسب من قبل الباحث بالاستناد الى قاعدة بيانات منظمة التجارة العالمية [26] واستخدام الصيغة الرياضية للمؤشر.

نلاحظ من الجدول السابق أن مؤشر التوافق التجاري تحسن مع دول الاتحاد الأوربي فقد بلغ 0.24 في عام 2000 ليصل إلى 0.66 في عام 2007 ولينخفض إلى 0.64 في عام 2008 وان هذا التحسن يدل على توافق اكبر مع هذه الدول، على الرغم من تحسن هذا المؤشر إلا إن ؟ أهميته ضعيفة لا نعول عليه كثيرا لأن معظم صادراتنا إلى دول الاتحاد الأوربي هي من النفط الخام والمنتجات الزراعية ذات القيمة المضافة المنخفضة وفي ظل تراجع إنتاجنا من النفط وتصدير الفائض فقط من المنتجات الزراعية.. وبالنسبة للتوافق مع الواردات العربية فقد بلغ 0.22 في عام 2000 ليصل إلى 0.61 عام 2007 ولينخفض إلى 0.54 في عام 2008 .

ويتبين أن تأقلم الصادرات السورية مع واردات دول الاتحاد الأوربي تنمو بشكل أفضل من واردات الدول العربية ويعزى ذلك بدرجة كبيرة إلى تشابه هيكل الصادرات السورية مع منتجات الدول العربية. حيث إنَّ معظم اقتصاديات الدول العربية تتشابه بهياكل إنتاجها فأغلبها من المواد الخام والوقود المعدني، والأغذية والمشروبات، والمواد الكيماوية، والمصنوعات.

الميزة النسبية للصادرات السورية(Revealed Comparative Advantage (RCA:

يقيس هذا المؤشر حصة صادرات بلد I من السلعة k من إجمالي صادرات نفس البلد نسبة إلى حصة صادرات العالم من السلعة i في إجمالي الصادرات العالمية. فإذا كانت قيمة المؤشر أكبر من الواحد الصحيح ($RCA > 1$) فهذا دليل أن صادرات السلعة تحت الدرس تحتل مكانة أكبر في صادرات البلد أكثر من مكانة نفس السلعة في العالم. وفي هذه الحالة يقال إنّ البلد يتمتع بميزة نسبية ظاهرة في تلك السلعة.

ولمعرفة هذا المؤشر بالنسبة إلى سورية، نحسب قيمة الصادرات السورية وقيم الصادرات الكلية للعالم أو للمجموعات والتكتلات الاقتصادية الدولية، ثم نحسب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة كما يلي [27] :

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_{iT}}{X_{wk} / X_{wT}}$$

حيث أن:

X : قيمة الصادرات– (i : مؤشر البلد)–(T : مؤشر يفيد إجمالي القيمة)–(w: مؤشر نسبة إلى العالم).

Xik: صادرات سورية من السلعة المدروسة غالى العالم.

XiT: إجمالي صادرات العالم من السلعة المدروسة.

XWk: صادرات العالم من السلعة المدروسة.

XwT: إجمالي صادرات العالم من السلعة المدروسة.

الجدول رقم (7) الميزة النسبية الظاهرة (RCA)

الميزة النسبية الظاهرة (RCA)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
المنتجات الزراعية	1.73	1.39	2.02	2.02	2.35	2.23	2.91	2.91	1.64
الأغذية	1.45	1.02	1.98	2.06	2.35	2.21	3.24	3.39	1.45
منتجات الوقود و التعدين	6.40	7.29	6.67	6.05	5.31	4.32	2.53	2.38	2.57
الوقود	8.16	9.44	8.50	7.58	6.73	5.26	3.17	3.02	3.12
المصنوعات	0.12	0.04	0.11	0.16	0.17	0.21	0.54	0.55	0.55
الحديد والصلب	0.00	0.00	0.00	0.05	0.32	0.24	0.13	0.11	0.07
المواد الكيميائية	0.04	0.01	0.04	0.10	0.15	0.32	0.55	0.54	0.62
المستحضرات الصيدلانية	0.04	0.01	0.03	0.05	0.10	0.19	0.25	0.39	0.51
الآلات ومعدات النقل	0.00	0.00	0.01	0.02	0.02	0.03	0.15	0.15	0.09
المكاتب ومعدات الاتصال	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
بيانات التجهيز الالكتروني والمعدات المكتبية	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

معدات الاتصالات السلكية واللاسلكية	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
الدوائر المتكاملة والمكونات الالكترونية	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
منتجات السيارات	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.02	0.01	0.01
المنسوجات	1.55	0.67	1.24	1.95	1.79	1.95	4.78	5.62	5.97
الملابس	1.00	0.24	0.78	0.74	0.66	0.87	3.59	3.64	3.91

ملاحظة: حسبت هذه المؤشرات من قبل الباحث بالاستناد إلى قاعدة بيانات منظمة التجارة العالمية واستخدام الصيغة الرياضية للمؤشر.

نلاحظ من خلال النتائج السابقة أن سورية تمتلك ميزة نسبية ظاهرة في صناعة المنسوجات وهذه الميزة تزداد سنوياً حيث بلغت قيمة هذا المؤشر 1.55 عام2000 ثم ازدادت لتصل إلى 5.97 في عام 2008، وتأتي الملابس في المرتبة الثانية حيث بلغت قيمته 1 عام 2000 ثم ازدادت إلى 3.91 عام 2008. وفي المرتبة الثالثة الوقود و في المرتبة الرابعة ومنتجات الوقود والتعدين مع ملاحظة انخفاض قيمة هذين المنتجين منذ عام 2000 حيث بلغت قيمتهما بالترتيب 8.16 و6.40 عام 2000 لتنخفض إلى 3.12 و 2.57 عام 2008 ويرجع ذلك إلى تراجع الصادرات السورية من منتجات الصناعة الاستخراجية وبشكل أساسي النفط. وفي المرتبة الخامسة المنتجات الزراعية حيث بلغت قيمة هذا المؤشر 1.64 عام 2008،وفي المرتبة السادسة الأغذية حيث بلغت قيمته 1.45 في عام 2008. أما فيما يتعلق ببقية السلع فلا تمتلك فيها سورية أية مزايا نسبية وفق هذا المؤشر.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

– امتلاك سورية ميزة نسبية في بعض المنتجات منها المنسوجات والملابس والوقود والمنتجات الزراعية.

– توافق(تطابق) أكبر للهيكل السلعي للصادرات السورية مع واردات دول الاتحاد الأوربي والدول العربية،أي توافق أكبر للصادرات السورية مع الطلب في الاتحاد الأوربي والدول العربية.

– تركز الصادرات السورية في عدد قليل جداً من السلع أكثرها من المواد الأولية والخام.

– اتسام هيكلية الصادرات السورية بغلبة قطاع المواد الخام والصادرات الزراعية التي تتمتع بالميزة النسبية وبدرجة تخصص عالية.

– تحسن مؤشر نسبة التجارة داخل نفس الصناعة الذي يعبر عن درجة التخصص في صناعة معينة وبالتالي القدرة على اقتحام أسواق جديدة نتيجة هذا التخصص، وتحسن نسبي في القدرة التنافسية لبعض المنتجات الصناعية السورية في الأسواق الدولية كالمنتجات النسيجية .

– تم خلال السنوات العشر الأخيرة اتخاذ خطوات جادة من أجل تحسين القدرة التصديرية السورية وتطويرها من خلال جملة القرارات والإجراءات المتخذة وتحسين أحكام التجارة الخارجية في سورية. تم تأسيس اتحاد المصدرين، وإنشاء هيئة تنمية وترويج الصادرات.

التوصيات:

- العمل على الدخول في اتفاقيات دولية وإقليمية وثنائية تساهم في زيادة حجم الصادرات السورية والاستفادة من المزايا والإعفاءات الضريبية والجمركية والمعاملات التمييزية مما يمكن السلع السورية من المنافسة العالمية.

- التنسيق مع فعاليات القطاع الخاص من خلال اتحاد المصدرين وهيئة تنمية الصادرات وترويجها من أجل تشجيع التصدير والترويج للمنتج الوطني من خلال إعداد الدراسات والأبحاث الضرورية لتشجيع الصادرات وإعداد الدراسات للسلع والمنتجات السورية القابلة للتصدير، وإقامة المعارض المحلية والخارجية.

- العمل على تفعيل دور الملحقيات التجارية في السفارات السورية بالخارج، ودراسة ومعالجة قضايا الملحقيات التجارية وتسيير ومتابعة أمورها مع الجهات المعنية المختصة، وتزويد الملحقيات التجارية في البلدان العربية والأجنبية بالبيانات والإحصاءات والمعلومات الخاصة بسياسة الدولة للتجارة الخارجية والمنتجات الوطنية..

– إنشاء مراكز لمراقبة منشآت التوضيب والمنتجات المجهزة للتصدير: وذلك بهدف فحص جودة المنتجات السورية والتأكد من وضع شهادات المطابقة المقبولة دولياً عليها.

– تدعيم وبناء قدرات الأجهزة الوطنية المسؤولة عن وضع ومراقبة قواعد المنشأ و حالات الدعم والإغراق.

– الاستخدام الأمثل للموارد والطاقات والعمل على تحسين مواصفات وجودة المنتج السوري للوصول إلى منتج محلي بجودة عالية وكفاءة تنافسية وبأقل التكاليف الممكنة.

– استكمال إجراءات تحرير التجارة الخارجية وتبسيط الإجراءات الناظمة لعمليات التصدير واستكمال صياغة مجموعة أحكام التجارة الخارجية السورية،والعمل على تنظيم عمل المؤسسات المسؤولة عن سياسة القطاع الخارجي باتجاه زيادة الكفاءة و تسهيل الإجراءات و رفع مستوى التنسيق.

– تطوير بنية الصادرات وتنويع هيكلها، والبحث عن أسواق جديدة للتصدير إليها وتفعيل الاتفاقيات العربية والدولية والربط مع شركات التسويق و الإنتاج العالمية.

– تعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد السوري والسعي الجاد لتحويل صادراتنا التقليدية إلى المنتجات المصنعة الجاهزة وذات القيمة المضافة العالية وذلك من خلال العمل على رفع كفاءة الاستثمار وتحسين نوعيته.

– إجراء دراسة متعمقة للميزات النسبية السورية مقارنة مع شركائها التجاريين (العرب – أوربا) وتوجيه الاستثمارات نحو قطاعات التصدير نظرا لتوفر هذه المقومات.

المراجع:

1–التقرير الوطني الأول لتنافسية الاقتصاد السوري 2007 رئاسة مجلس الوزراء–هيئة تخطيط الدولة–مشروع دعم الجاهزية التنافسية، 2007، 22.

2–د.وديع، محمد عدنان – 2000– محددات القدرات التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية ،بحوث ومناقشات ورشة عمل عقدت في تونس:19–21 يونيو –جون 2000، 26–27.

3– التقرير الوطني الأول لتنافسية الاقتصاد السوري، مرجع سبق ذكره،24.

4–د. وديع، محمد عدنان، "القدرة التنافسية وقياسها"، سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت، العدد الرابع والعشرون،2003 ، 3.

5- MICHALE PORTER. the competitive advantages of Nations, the free press Edition America-New-York .1985- 3-6.

6- PAUL KRUGMA POP. Internationalism, the Mit press Cambridge, Massachusetts London England.1996. 7.

7-د. وديع، محمد عدنان – الحاج ،حسن -2005- التنافسية تحدي الاقتصادات العربية- المعهد العربي للتخطيط- الكويت، 92.
8-نوير، طارق- 2002- دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة مصر-المعهد العربي للتخطيط – الكويت 5.
9- المرجع السابق 5-6.
10- التقرير الوطني الأول لتنافسية الاقتصاد السوري، مرجع سبق ذكره ، 25.
11- د. العمادي، محمد- 2004-تطور الفكر التنموي في سورية-مكتبة دار طلاس-سورية 2004، 301.
12- الخطة الخمسية العاشرة،(2006-2010) – فصل السياسات الاقتصادية الكلية- رئاسة مجلس الوزراء- هيئة تخطيط الدولة – سورية- 146-155.
13- د. الغرير، موسى-2003 -التطور الاقتصادي والاجتماعي والتخطيط في ظل التعددية الاقتصادية في سورية. بحث مقدم في مؤتمر التنمية والتخطيط في ظل المتغيرات العالمية والإقليمية -دمشق -22-2003/10/23.
14- أوراق عمل غير منشورة. رئاسة مجلس الوزراء في سورية- هيئة تخطيط الدولة- إدارة تنمية الاقتصاد الكلي.
15- الموقع الرسمي لهيئة تنمية وترويج الصادرات (www.edpa.gov.sy) تاريخ الدخول 2010/7/22.
16- الموقع الرسمي لغرفة تجارة دمشق (www.dcc.sy.com) تاريخ الدخول 2010/7/22.
17- د. الحمش، منير- 1997، الاقتصاد السوري على مشارف القرن الحادي والعشرين، سلسلة دار الرضا للمعلومات، دمشق، 62.
18- سيد أحمد. هناء وآخرون-2005 تحليل واقع التجارة الخارجية السورية، مجلة جامعة تشرين، العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد 1، 138.
19- المكتب المركزي للاحصاء- المجموعات الاحصائية السورية للاعوام (2001-2009)- فصل التجارة الخارجية جداول الصادرات حسب طبيعة واستخدام المواد.
20- المرجع السابق- فصل التجارة الخارجية جداول الصادرات حسب طبيعة واستخدام المواد.
21- المرجع السابق -فصل التجارة الخارجية -جداول التجارة الخارجية حسب البلدان والكتل الدولية.
22- د. نجوم، أسامة -2007 تقرير تنافسية قطاع التجارة الخارجية في سورية-مشروع دعم التنافسية- برنامج الأمم المتحدة بالتنسيق مع هيئة تخطيط الدولة في سورية- 30.
23- د. وديع، محمد عدنان – الحاج ، حسن – مرجع سبق ذكره، 98.
24- المرجع السابق، 99.
25- -المرجع السابق، 100.
26- قاعدة بيانات منظمة التجارة العالمية (statistics database)- (www.wto.org).تاريخ الدخول للموقع.2010/2/3.
27- د.وديع ، محمد عدنان – الحاج، حسن – مرجع سبق ذكره، 98.