

دراسة تحليله اقتصادية للقدرات التنافسية لمنتج العنب الطازج السوري في الأسواق الدولية

د/ تيسير فؤاد حاتم

م/ كاتيا زهير دوه جي

مهندسة في مديرية الاقتصاد الزراعي

وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي - دمشق - سوريا.

مقدمة:

يعتبر نمو وتطور التجارة العالمية من أهم مقومات نجاح وازدهار اقتصاديات الدول، حيث تساهم في تعزيز اقتصاد دولي فعال يتأثر ويؤثر في الطلب والعرض على المستوى العالمي، وبالتالي إمكانية هذه الدول في توفير متطلبات الأسواق الداخلية والخارجية، بالإضافة لدورها الكبير في دعم التنمية الاقتصادية للدولة، واعتبارها مصدراً رئيسياً لتوفير العملات الصعبة للدولة، والذي يساهم في تنمية الدخل القومي لهذه الدول وبالتالي تحسين مستوى التنمية الخاصة بها، وكذلك دورها الإيجابي في تطوير معيشة المواطنين من خلال فتح منافذ جديدة لتأمين دخول جيدة لهم. ويعتبر التركيز على القدرات التنافسية للدولة سواءً على مستوى الدولة ككل، أو على المستوى القطاعي، أو على المستوى السلعي من أهم توجهات التجارة العالمية، وبالتالي دعم قدرات الدولة على المنافسة في إنتاج وتسويق المنتجات في الأسواق العالمية. ومن هنا كان الاهتمام بدراسة أهم مقومات ومحددات القدرة التنافسية للدولة في الأسواق العالمية.

ويعتبر القطاع الزراعي من أهم القطاعات الاقتصادية في الجمهورية العربية السورية نظراً لكونه القطاع الذي يندرج تحته أغلب العاملين في الدولة، ودوره الكبير في استيعاب العديد من الأيدي العاملة، واعتباره أكبر مصدر في تأمين الدخل للمواطنين، بالإضافة لمساهمته الأساسية في الناتج المحلي الإجمالي حيث شكل ما يقارب ١٩,٥% لعام ٢٠١٦.

وقد تناولت هذه الدراسة محصول العنب الذي يعتبر أحد المحاصيل الزراعية التصديرية السورية الهامة، والذي تجود زراعته في معظم الأراضي الزراعية السورية، حيث يزرع العنب في مناطق عديدة أهمها: ريف حمص، ريف طرطوس، ريف اللاذقية، والسويداء التي تحتل المرتبة الأولى في إنتاج أصناف العنب المختلفة. كما يعتبر محصول العنب من المنتجات المتعددة الاستعمالات، حيث يمكن استهلاكه أو تصديره طازجاً أو مجفف، وقدرته على الدخول في العديد من الصناعات التحويلية المتنوعة منها صناعة الدبس، العصائر، الزبيب، الخل، وصناعة المشروبات الروحية، بالإضافة لإمكانية الاستفادة من بقايا صناعة الخمور كعلف للحيوانات وأسمدة عضوية جيدة تساهم في تحسين نوعية التربة، كما تستعمل البذور أحياناً كبديل للثبن وتستخرج منها بعض الزيوت.

مشكلة البحث:

يعتبر منتج العنب من المحاصيل الزراعية التقليدية الهامة في الجمهورية العربية السورية، إلا أن معدلات صادراته مازالت منخفضة وتتجه بالاتجاه غير الصحيح وبالأخص في السنوات الأخيرة، على الرغم من توفر الخبرات التراكمية في إنتاجه، وتوفر سوق واسعة لهذا المنتج في دول الجوار، بالإضافة لتعرض هذا المنتج للعديد من المحددات التسويقية التي تحد من نفاذيته في الأسواق الاستيرادية، وخضوعه لمنافسة شديدة في أسواق الاستيراد مما ينعكس سلباً على المصدرين والمنتجين على حد سواء.

هدف البحث:

يهدف هذا البحث إلى: دراسة إمكانية خلق بيئة تسويقية أكثر تمكينا ومرونة وذات فعالية عالية تتلاءم مع متطلبات الأسواق العالمية، بهدف دعم نمو الاقتصاد السوري ورفع مستوى معيشة الفرد في سوريا. وكذلك تحديد أهم محددات ومقومات التنافسية للمنتج السوري. بالإضافة إلى الاتجاه نحو تبني أفكار ومفاهيم الزراعة التصديرية المتكاملة والتي تتناول كافة جوانب المنتج خلال مراحل الإنتاجية، والتسويقية، بما يضمن وصول منتج منافس وذو جودة عالية في الأسواق العالمية.

اعتمد البحث على أسلوب التحليل الوصفي والكمي من خلال استخدام القياسات المختلفة مثل الاتجاه العام والانحدار، كما استخدمت الدراسة بعض المؤشرات الاقتصادية لمعرفة الوضع التنافسي لمنتج العنب السوري، مثل الميزة النسبية الظاهرية، والوضع التنافسي السعري في أهم الأسواق، ومؤشر النصيب السوقي، ومعامل اختراق الأسواق، ومؤشر قوة التصدير والاعتماد على التصدير. وتم استخدام مايلام التحليل من البرامج الإحصائية.

واعتمد البحث بصفة رئيسية على المتاح والمتوفر من البيانات الثانوية المنشورة والتي تصدرها وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي السورية، والأمم المتحدة. Trade Map ومنظمة الأغذية والزراعة الدولية FAOSTAT.

المؤشرات المستخدمة في الدراسة:

١- مؤشر الميزة النسبية الظاهرة (RCA): Revealed Comparative Advantage

يشير مقياس الميزة النسبية الظاهرية أو المستبانة إلى الفرص المحتملة لتوسيع التجارة ويعطي صورة تقريبية للصادرات المستقبلية للدولة موضع الدراسة، وذلك من خلال مقارنة نصيب الدولة من الصادرات العالمية من سلعة أو محصول معين، مع نصيب الصادرات الكلية أو الزراعية لتلك الدولة من إجمالي الصادرات الكلية أو الزراعية العالمية. وعند زيادة قيمة هذا المؤشر عن الواحد الصحيح فإن ذلك يدل على أن الدولة تتمتع بميزة نسبية ظاهرية أو مستبانة من تلك السلعة أو المحصول، أما إذا قل عن الواحد الصحيح فإن ذلك يشير أن تلك الدولة تعاني من ضعف نسبي في الميزة الظاهرية للسلعة أو المحصول محل الدراسة، ويمكن حساب الميزة النسبية الظاهرية للمحاصيل موضع الدراسة كما يلي:

$$RCA_i = \frac{X_{ji}}{X_{ja}} \bigg/ \frac{X_{wi}}{X_{wa}}$$

حيث أن: X_{ji} : قيمة صادرات الدولة j من السلعة i . X_{ja} : إجمالي قيمة الصادرات الزراعية (a) للدولة j .
 X_{wi} : قيمة صادرات العالم من السلعة i . X_{wa} : إجمالي قيمة الصادرات الزراعية (a) العالمية.
 ويمكن استخدام هذا المؤشر أيضاً على مستوى السلعة ومستوى القطاع الزراعي.

٢- مؤشر النصيب السوقي للصادرات Export Market Share Ratio

يعبر هذا المؤشر عن النسبة التي اكتسبتها صادرات الدولة من سلعة ما في احد أسواقها التصديرية، بالقياس إلى الطاقة الاستيعابية الكلية لهذه السوق. ويعد ارتفاع النصيب السوقي لمحصول ما (صناعة ما) في الأسواق الخارجية، انعكاساً للقدر التنافسية لهذا المحصول، ومدى قدرته على فتح أسواق جديدة.
 ويستخدم مؤشر النصيب السوقي لقياس القدرة التنافسية لمحصول معين في سوق ما، أو في السوق العالمي، و يحسب من المعادلة التالية:

$$MS_{jki} = \frac{X_{jki}}{X_{ki}} * 100$$

MS_{jki} : النصيب السوقي للدولة j في السوق k بالنسبة للسلعة i .

X_{jki} : صادرات الدولة j إلى السوق k من السلعة i . X_{ki} : الواردات الكلية للدولة k من السلعة i .

ويتميز هذا المؤشر، بأنه يعبر عن مدى جاذبية السلعة في السوق الخارجي. ولكن يعاب عليه، تأثره بالتغيرات السعرية للصادرات، لأن ارتفاع سعر السلعة يؤدي لانخفاض نصيبها السوقي، على الرغم من استمرار الميزة التنافسية.

٣- مؤشر التنافسية السعرية The Price Competitiveness Indicator

يعتبر السعر التصديري مؤشرا هاما لإمكانية جذب المزيد من الأسواق الاستيرادية في ظل التقارب النوعي للسلعة المصدرة لنظيرتها بالدول الأخرى المصدرة. وكلما انخفض السعر التصديري بالمقارنة بنظيرتها بالدول الأخرى المنافسة، فإن ذلك يعني وجود ميزة سعرية للسلعة المصدرة وقدرة تنافسية أفضل. والسعر التصديري لا يعكس فقط التكاليف الإنتاجية للسلعة، ولكنه يتأثر بعوامل أخرى مثل تكاليف النقل والضرائب وموعد التصدير وغيرها من التكاليف المرتبطة بعملية التصدير والتي أصبحت أكثر تأثيرا على السعر التصديري من التكاليف الإنتاجية. ويتم حساب هذا المؤشر من خلال:

١- تقدير الوضع النسبي السعري بين أسعار أهم الدول المنافسة لدولة ما في السوق العالمي (أو في سوق ما) وسعر صادرات الدولة المعنية. ويتم ذلك عن طريق حساب النسبة بين المتوسط المرجح لأسعار المحصول المدروس في هذه الدولة بأهم الدول المتنافسة في السوق العالمي ككل (أو السوق الذي تتم دراسته)، إلى سعر تصدير المحصول محل الدراسة بكل دولة من هذه الدول ، وذلك باستخدام المعادلة التالية :

$$PA_j = \frac{P_c}{P_j}$$

حيث أن : PA_j : النسبة بين المتوسط المرجح للأسعار التصديرية بين أهم الدول المتنافسة ككل في السوق العالمي أو (في السوق الذي تتم دراسته) للمحصول محل الدراسة إلى سعر تصدير المحصول في الدولة المعنية بالدراسة في السوق العالمي أو (في السوق الذي تتم دراسته).

P_c : المتوسط المرجح لأسعار تصدير المحصول في أهم الدول المتنافسة ككل سواء في السوق العالمي أو في السوق الذي تتم دراسته.

P_j : سعر تصدير المحصول في الدولة z في السوق العالمي أو في السوق الذي تتم دراسته.

٢- ثم يتم تقدير الوضع النسبي لسعر الدولة المعنية بالدراسة بالنسبة للدول المنافسة لها في السوق العالمي أو (في السوق الذي تتم دراسته) من خلال المعادلة الآتية :

$$RA_j = \frac{PA_j - PA_{\min}}{PA_{\max} - PA_{\min}}$$

حيث أن : PA_j : الوضع النسبي لسعر صادرات الدولة z المعنية بالدراسة، بالنسبة لسعر صادرات الدول المنافسة لها في السوق العالمي (أو في السوق الذي تتم دراسته).

PA_{\max} . PA_{\min} : القيمة القصوى والدنيا للنسبة بين المتوسط المرجح لأسعار المحصول محل الدراسة لأهم الدول المتنافسة ككل، إلى سعر تصدير المحصول في كل دولة من الدول المتنافسة في السوق العالمي أو في السوق المدروس .

وتتحصّر قيمة المعادلة بين صفر، ١، وكلما ارتفعت القيمة الناتجة، دل ذلك على تحسن الوضع

التنافسي السعري لصادرات الدولة z ، والعكس صحيح.

٤- مؤشر تنافسية الإنتاج The Production Competition Indicator

ويتم حساب هذا المؤشر على خطوتين:

أ - حساب الوضع النسبي للإنتاج بين إنتاج الدولة z ، وإجمالي إنتاج أهم الدول المتنافسة داخل السوق العالمي (أو سوق معين) لمنتج ما ، باستخدام المعادلة الآتية :

$$QB_j = \frac{Q_j}{Q_w}$$

حيث أن : QB_j : النسبة بين إنتاج الدولة j إلى إجمالي إنتاج أهم الدول المتنافسة ككل في السوق العالمي أو في السوق محل الدراسة للمحصول محل الدراسة.
 Q_j : إنتاج الدولة j من المحصول محل الدراسة.
 Q_w : مجموع إنتاج المحصول محل الدراسة في أهم الدول المتنافسة داخل السوق العالمي أو في السوق محل الدراسة.

ب- حساب الوضع النسبي لإنتاج الدولة j بالنسبة لأهم الدول المنافسة لها في السوق العالمي أو في السوق محل الدراسة للمحصول الذي تتم دراسته من خلال المعادلة التالية :

$$RB_j = \frac{QB_j - QB_{\min}}{QB_{\max} - QB_{\min}}$$

حيث أن : QB_j : الوضع النسبي لإنتاج الدولة j من المحصول بالنسبة لإنتاج أهم الدول المنافسة لها في السوق العالمي أو في السوق المدروس.
 QB_{\max} : القيمة القصوى والدنيا لإنتاج كل دول متنافسة بالنسبة لإجمالي إنتاج أهم الدول المتنافسة ككل في السوق العالمي أو في السوق المدروس.
 وتتحصّر قيمة المعادلة الناتجة بين صفر ، ١ . و كلما ارتفعت هذه القيمة دل ذلك على تحسن الوضع التنافسي لإنتاج الدولة j من المحصول محل الدراسة، بالنسبة لإنتاج أهم الدول المنافسة لها في السوق العالمي أو في السوق محل الدراسة، والعكس صحيح.

٥- معدل اختراق السوق : Market Penetration Rate

يعرف معدل اختراق السوق، بأنه النسبة بين كمية واردات الدولة من المنتج، وكمية استهلاكها الفعلي من نفس المنتج. ويمكن حسابه من المعادلة التالية :

$$MPR_{ij} = \frac{I_{ij}}{Q_{ij} + I_{ij} - E_{ij}}$$

حيث أن :

MPR_{ij} = معدل اختراق الواردات من المنتج i في الدولة j (السوق) Q_j . = كمية إنتاج الدولة j من المنتج (المحصول) i

I_j = كمية واردات الدولة j من المنتج (المحصول) i = صادرات الدولة j من المنتج (المحصول) i وتتراوح قيمة هذا المؤشر بين صفر (إذا كانت كمية الواردات تساوي صفر) ، وبين ١ (إذا كان الاعتماد على الواردات كاملاً لتغطية الطلب المحلي). وبالتالي كلما زادت القيمة الناتجة دل ذلك على اتساع السوق وسهولة دخوله، نتيجة لاعتماده على الواردات بدرجة كبيرة في إشباع الطلب المحلي، ومن جهة أخرى دليل على تدهور التنافسية الداخلية للاقتصاد القومي للدولة). والعكس صحيح، فانخفاض قيمة هذا المؤشر تشير إلى وجود شركات محلية داخل السوق محل الدراسة ذات تنافسية كبيرة، وقادرة على منافسة الواردات. كما أن انخفاض قيمة المؤشر قد تعد دليلاً على ارتفاع معدل الإنتاجية المحلية للسوق، وانخفاض مستوى الأسعار المحلية، وارتفاع مستوى معيشة الأفراد، ومن ثم ارتفاع القدرة التنافسية الداخلية للدولة.

٦- مؤشري قوة التصدير والاعتماد على التصدير : Export Power & Dependence on Export

حيث يمكن حساب قوة التصدير من المعادلة التالية:

$$\text{قوة التصدير لمحصول ما} = \frac{\text{كمية الصادرات من المحصول}}{\text{كمية الإنتاج المحلي للمحصول}}$$

أما مؤشر الاعتماد على التصدير فيحسب من المعادلة الآتية:

$$\text{الاعتماد على التصدير} = \frac{\text{كمية الصادرات من المحصول}}{\text{كمية الصادرات + الإنتاج المحلي}}$$

أولاً- دراسة الواقع المحلي لمنتج العنب:

يظهر الجدول رقم (١) تطور كل من إنتاج ومساحة وإنتاجية العنب السوري خلال الفترة (٢٠٠٦-٢٠١٦)، حيث تبين المعادلة رقم (١) تطور مساحة العنب السوري خلال هذه الفترة والتي تظهر انخفاض المساحة بلغ معدل التناقص السنوي نحو -٠,٠٢%، وكانت النتائج معنوية احصائياً على مستوى ١%، وبلغت قيمة R^2 نحو ٧٤%، كما تبين المعادلة رقم (٢) إنتاج العنب السوري خلال هذه الفترة والذي سجل اتجاهًا متناقصاً ومعنوي إحصائياً، وبلغ معدل النمو السنوي نحو -٠,٠٥%، وبلغت قيمة R^2 نحو ٤٠%. أما بالنسبة لتطور الإنتاجية والتي تبينها المعادلة رقم (٣) فقد سجلت اتجاهًا متناقصاً، وغير معنوي احصائياً خلال فترة الدراسة (٢٠٠٦-٢٠١٦). وبالتالي يتبين انخفاض المساحة والإنتاج والإنتاجية بشكل واضح خلال فترة الدراسة.

جدول رقم (١) معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور الإنتاج من محصول العنب السوري خلال الفترة

(٢٠٠٦-٢٠١٦)

البيان	المعادلة	R^2	F	رقم المعادلة
المساحة هكتار	$Y1 = 56960 - 1108.5 X_i$ (38) (-5)	0.74	25.5	1
الإنتاج طن	$LN Y2 = 12.8 - 0.05 X_i$ (98) (-2.4)	0.40	6	2
الإنتاجية كغ/طن	$LN Y3 = 8.8 - 0.03 X_i$ (60) (-1.2)	0.13	1.4	3

حيث أن: Y_i : القيمة التقديرية للمتغير التابع ($Y1$: المساحة، $Y2$: الإنتاج، $Y3$: الإنتاجية).

X_i : متغير الزمن، 3.2.1: 11.....i .

المصدر: جمعت وحسبت من المجموعة الإحصائية الصادرة عن وزارة الزراعة السورية، عدة إصدارات.

ثانياً: الوضع التصديري لمنتج العنب السوري:

يبين الجدول رقم (٢) تطور كل من كمية وقيمة الصادرات السورية من العنب الطازج خلال الفترة (٢٠٠٦-٢٠١٦)، حيث كانت أفضل الصور التي مثلت هذا التطور هي الصورة اللوغاريتمية. وبدراسة تطور كمية الصادرات من العنب السوري فتبين أنها غير معنوية إحصائياً .

وبالنسبة لقيمة الصادرات من العنب السوري فأنها لم تكن معنوية احصائياً، وأنه بتغير الزمن بمقدار ١% يؤدي إلى تناقص في قيمة الصادرات من العنب السوري بحوالي ٠,١٩%، وبلغ معامل التحديد ٠,٢٦، $R^2 =$ وقيمة F المحسوبة بلغت حوالي ٣,٢.

٢- التوزيع الجغرافي لمنتج العنب الطازج السوري في الأسواق العالمية:

تم دراسة الهيكل السوقي لصادرات العنب السوري الطازج خلال الفترتين (٢٠٠٦-٢٠١٠). (٢٠١١-٢٠١٦). حيث يتضح من الجدول رقم (٣) الذي يبين التوزيع الجغرافي للصادرات السورية من منتج العنب السوري الطازج بأن أغلب هذه الصادرات تتجه نحو البلدان العربية، ففي الفترة الأولى

١٦١٠ دراسة تحليله اقتصادية للقدرات التنافسية لمنتج العنب الطازج السوري في الأسواق الدولية

(٢٠٠٦-٢٠١٠) احتلت السعودية المرتبة الأولى من الدول المستوردة لمنتج العنب السوري والذي بلغ حوالي ١٦,٤% . ١٧,٦% من قيمة وكمية الصادرات الإجمالية للعنب السوري على الترتيب كمتوسط لهذه الفترة. ثم تأتي الأردن في المرتبة الثانية وشكلت حوالي ٦,٩%، ٧% من القيمة والكمية على الترتيب لنفس الفترة، يليها كل من الإمارات، عمان، الكويت، لبنان، قطر، البحرين بنسب بلغت نحو (٦,٨%، ٧,١%) . (٤,٦% . ٢,٥% . (٣,٩% . ٤,٢% . (٣,٣% . ٣,٦% . (٢% . ٢% . (٠,٦% . ١,١%) على الترتيب لكل منها من قيمة وكمية صادرات سورية من منتج العنب الطازج كمتوسط لنفس الفترة.

جدول رقم (٢) معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور كمية وقيمة الصادرات السورية من محصول العنب

البيان	المعادلة	R ²	F	رقم المعادلة
كمية صادرات العنب	LN Yi= 9.61 - 0.52 LN Xi (10.42) (-0.99)	0.10	0.98	1
قيمة صادرات العنب	LN Yi= 9.62 - 0.19 LN Xi (13.65) (-1.79)	0.26	3.19	2

حيث أن: Yi: القيمة التقديرية للمتغير التابع . Xi: متغير الزمن 3.2.1: i.....11 .

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة الانترنت، قاعدة بيانات الأمم المتحدة، trade map.

وفي الفترة الثانية (٢٠١١-٢٠١٦) فقد احتلت لبنان المرتبة الأولى من الدول المستوردة لمنتج العنب السوري والذي بلغ حوالي ٢٣%، ٢٥,٦% من قيمة وكمية صادرات العنب السوري على الترتيب كمتوسط لهذه الفترة. ثم تأتي السعودية في المرتبة الثانية وشكلت حوالي ١٨%، ٢١,٧% من القيمة والكمية على الترتيب لنفس الفترة، يليها كل من الأردن، الإمارات، الكويت، عمان، قطر، البحرين على الترتيب بنسب بلغت نحو (١٤,٧%، ١٣,٦% . (١٢,٣% . ١٤,٦% . (٨,٨% . ٩,٣% . (٦,٩% . ٦,٨% . (٣,٣% . ٣%) . (١,٧% . ١,٨%) من قيمة وكمية صادرات سورية من منتج العنب الطازج على الترتيب كمتوسط لهذه الفترة.

جدول رقم (٣): التوزيع الجغرافي لمنتج العنب السوري الطازج في أهم الأسواق التصديرية حسب الدول

كمتوسط للفترتين من (٢٠٠٦-٢٠١٠)، (٢٠١١-٢٠١٦)

السوق	القيمة بالألف دولار		الكمية بالطن	
	متوسط الفترة (2010-2006)	متوسط الفترة (2016-2011)	متوسط الفترة (2010-2006)	متوسط الفترة (2016-2011)
الإمارات	957	497.4	1341	814.6
قطر	284.4	133.33	396.6	166.67
البحرين	83.2	74.2	199.8	94.2
السعودية	2299	728.5	3308.8	1209.7
الأردن	972.4	597.2	1230	758.4
الكويت	547.8	355.33	785.8	517.5
لبنان	458.4	943	678.4	1432
عمان	651.4	280.33	470	377.8
باقي دول العالم	7805.2	441.24	10427.2	215.13
الإجمالي	14058.4	4050.5	18837.6	5586

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة الانترنت، قاعدة بيانات الأمم المتحدة، trade map.

٣- الأسعار التصديرية لمنتج العنب الطازج السوري في أهم أسواقه الاستيرادية:

يتبين من الجدول رقم (٤) خلال فترتي الدراسة (٢٠٠٦-٢٠١٠)، (٢٠١١-٢٠١٦) أن السوق العماني قد احتل المرتبة الأولى من حيث قيمة السعر الاستيرادي لمنتج العنب الطازج السوري خلال فترة

الدراسة الأولى (٢٠٠٦-٢٠١٠) حيث بلغ نحو ١,٣ دولار/ كغ كمتوسط لهذه الفترة. وكانت أعلى قيمة له في عام ٢٠١٠ نحو ١,٥ دولار/كغ وأدنى قيمة كانت في عام ٢٠٠٦ بلغت نحو ١,٢ دولار/كغ. يليها السوق الأردني في المرتبة الثانية حيث بلغت قيمة السعر الاستيرادي لمنتج العنب السوري نحو ١ دولار/ كغ كمتوسط لنفس الفترة، وكانت اعلى قيمة له في عام ٢٠٠٩ بلغت نحو ٢ دولار/ كغ، وأدنى قيمة في عام ٢٠٠٦ بلغت نحو ٠,٦ دولار/كغ. ثم يأتي سعر كل من السعودية. الكويت. ولبنان بسعر استيرادي بلغ نحو ٠,٧٣ .٠,٧٢ .٠,٧ دولار/ كغ على الترتيب لكل منها كمتوسط لنفس الفترة .

وفي فترة الدراسة الثانية (٢٠١١-٢٠١٦) تبين من الجدول أن السوق العماني حافظ على المرتبة الأولى من حيث السعر الاستيرادي لمنتج العنب الطازج السوري حيث بلغ نحو ٠,٨ دولار/ كغ كمتوسط لهذه الفترة . وكانت أعلى قيمة له في عام ٢٠١١ نحو ١,٧ دولار/ كغ وأدنى قيمة كانت في عام ٢٠١٢ بلغ نحو ٠,٤٢ دولار/ كغ. يليها السوق الكويتي في المرتبة الثانية حيث بلغت قيمة السعر الاستيرادي لمنتج العنب السوري نحو ٠,٧٧ دولار/ كغ كمتوسط لنفس الفترة . وكانت اعلى قيمة له في عام ٢٠١٤ بلغت نحو ١,٥ دولار/ كغ. وأدنى قيمة في عام ٢٠١٦ بلغت نحو ٠,٥ دولار/ كغ. ثم يأتي سعر كل من الأردن. لبنان. والسعودية بسعر استيرادي بلغ نحو ٠,٧٤ .٠,٦٨ .٠,٦ دولار/ كغ على الترتيب لكل منها كمتوسط لنفس الفترة .

جدول رقم(٤): الأسعار التصديرية لمنتج العنب السوري الطازج في أهم الأسواق الاستيرادية خلال الفترتين (٢٠٠٦-٢٠١٠)، (٢٠١١-٢٠١٦) القيمة: دولار / كغ

السوق	لبنان	الأردن	الكويت	عمان	السعودية
2006	0.36	0.59	0.37	1.18	0.29
2007	0.51	0.63	0.51	1.25	0.47
2008	0.85	0.92	1.3	1.47	0.95
2009	0.87	1.98	0.87	1.29	1.02
2010	0.87	1.09	0.57	1.52	0.94
المتوسط	0.7	1.04	0.72	1.34	0.73
2011	0.86	0.75	0.7	1.69	0.83
2012	0.48	0.5	0.48	0.42	0.47
2013	0.76	0.81	0.65	0.49	0.51
2014	0.6	0.63	1.45	1.13	0.58
2015	0	1	0.83	0	0.57
2016	0	0	0.53	1	0.48
المتوسط	0.68	0.74	0.77	0.8	0.57

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة الانترنت، قاعدة بيانات الأمم المتحدة، trade map.

٤- الميزة النسبية الظاهرية:

يوضح الجدول رقم(٥) مؤشر الميزة النسبية الظاهرية، حيث يبين هذا الجدول تمتع منتج العنب الطازج السوري بميزة نسبية ظاهرية بلغت حوالي (١,٠٣) كمتوسط لفترة الدراسة الاولى (٢٠٠٦-٢٠١٠)، وكانت اعلى قيمة لها في عام ٢٠١٠ بلغت نحو ٢,٠٦، وأدنى قيمة لها كانت عام ٢٠٠٨ بلغت نحو ٠,٢٢، بينما قدرت الميزة النسبية الظاهرية كمتوسط للفترة الثانية (٢٠١١-٢٠١٦) حوالي ١,٠٧، وأعلى قيمة لها كانت في عام ٢٠١٣ بلغت نحو ٢,٤٢، وكانت أدنى قيمة لها عام ٢٠١٢ بلغت نحو ١,٠٩. الأمر الذي يبين تمتع سوريا بميزة نسبية ظاهرية بالنسبة لمنتج العنب الطازج، وبالتالي إمكانية التوسع بصاردات العنب السوري في السوق العالمي.

السنوات	العنب الطازج
2006	0.37
2007	0.72
2008	0.22
2009	1.79
2010	2.06
المتوسط (2010-2006)	1.03
2011	1.21
2012	1.09
2013	2.42
2014	0.42
2015	0.17
2016	1.13
المتوسط (2016-2011)	1.07

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات الأمم المتحدة، trade map. وقاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، FAOSTAT.

٥- مؤشر النصيب السوقي للصادرات: Export Market Share Ratio

٥-١- الأنصبة السوقية لأهم الدول المتنافسة داخل السوق اللبناني:

يشير الجدول رقم (٦) إلى النصيب السوقي لأهم الدول المتنافسة داخل السوق اللبناني خلال فترتي الدراسة الأولى (٢٠٠٦-٢٠١٠) والثانية (٢٠١١-٢٠١٦). حيث تبين أن سوريا هي الدولة الرئيسية والمسيطرة بشكل كبير داخل السوق اللبناني، وذلك خلال هاتين الفترتين، حيث زادت كمية واردات لبنان من منتج العنب السوري من حوالي ٦٧٨،٤ طن، وبنصيب سوقي بلغ حوالي ٧٨،٦٦% خلال الفترة الأولى، إلى نحو ٤٣٢ طن وبنصيب سوقي بلغ نحو ٩١،٦٨% من كمية واردات لبنان من منتج العنب.

وقد جاءت تشيلي في المرتبة الثانية من الدول المصدرة للسوق اللبناني بنصيب سوقي بلغ نحو ٤،٥٩%، ٢،١٠% على الترتيب من إجمالي واردات السوق اللبناني للعنب خلال فترتي الدراسة، ثم جاءت جنوب افريقيا بالمرتبة الثالثة خلال فترتي الدراسة بنصيب سوقي بلغ حوالي ٢،٣٤%، ١،٤٩% على الترتيب.

جدول رقم (٦) النصيب السوقي لأهم الدول المتنافسة داخل السوق اللبناني خلال الفترتين

(٢٠٠٦-٢٠١٠)، (٢٠١١-٢٠١٦) الكمية: طن %

الدولة	متوسط الفترة الأولى		متوسط الفترة الثانية	
	الكمية	النصيب السوقي %	الكمية	النصيب السوقي %
سوريا	678.4	78.66	1432	91.68
تشيلي	39.6	4.59	33	2.10
جنوب افريقيا	20.2	2.34	23	1.45
الاردن	21.2	2.45	0.3	0.01
باقي الدول	124.2	11.96	73.7	4076
الإجمالي	862.4	100	1562	100

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة الانترنت، قاعدة بيانات الأمم المتحدة trade map.

٥-٢- الأنصبة السوقية لأهم الدول المتنافسة داخل السوق الأردني:

يشير الجدول رقم (٧) إلى النصيب السوقي لأهم الدول المتنافسة داخل السوق الأردني خلال فترتي الدراسة الأولى (٢٠٠٦-٢٠١٠) والثانية (٢٠١١-٢٠١٦). حيث يلاحظ انخفاض واردات الأردن من العنب بين فترتي الدراسة، حيث انخفضت واردتها من حوالي ٣٣٨٩ طن في الفترة الأولى، إلى نحو ١٧٢٦،٣ طن

في الفترة الثانية. الامر الذي انعكس على كمية الصادرات الكلية من العنب السوري إلى السوق الأردني. ففي الفترة الأولى جاءت سوريا بالمرتبة الثانية حيث بلغت كمية واردات السوق الأردني من العنب السوري حوالي ١٢٣٠ طن، وبنصيب سوقي بلغ نحو ٣٦,٣% من كمية واردات السوق الأردني لمنتج العنب خلال الفترة الأولى. وفي الفترة الثانية جاءت سوريا بالمرتبة الأولى على الرغم من انخفاض كمية الصادرات إلى السوق الأردني حيث بلغت نحو ٦٣٢ طن وبنصيب سوقي بلغ نحو ٣٦,٦٠% من كمية واردات العنب في السوق الأردني.

وتعتبر لبنان من أهم الدول المنافسة لسوريا داخل السوق الأردني حيث جاءت في المرتبة الأولى خلال الفترة الأولى بنصيب سوقي بلغ نحو ٥٥%، بينما تراجعت للمرتبة الثانية في الفترة الثانية بنصيب سوقي بلغ نحو ٢٨%.

وتبين من خلال الدراسة زيادة النصيب السوقي لكل من إيطاليا وجنوب افريقيا في الفترة الثانية حيث بلغ نحو ١٨%، ١٠% على الترتيب لكل منها.

جدول رقم (٧) النصيب السوقي لأهم الدول المتنافسة داخل السوق الأردني خلال الفترتين

(٢٠١٠-٢٠٠٦)، (٢٠١١-٢٠١٦) الكمية: طن %

الدولة	متوسط الفترة الأولى		متوسط الفترة الثانية	
	الكمية	النصيب السوقي %	الكمية	النصيب السوقي %
سوريا	١٢٣٠	٣٦,٢٩	632	36.60
لبنان	١٨٦٢	٥٤,٩٥	483	27.97
ايطاليا	١٤	٠,٤٠	٣05.83	17.72
جنوب افريقيا	١٠٤	3.05	172.5	9.99
فلسطين	١٠٤	3.05	31.8	1.84
باقي الدول	٧٥	2.26	101.2	5.88
الإجمالي	٣٣٨٩	100	1726.33	100

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة الانترنت، قاعدة بيانات الأمم المتحدة trade map.

٥-٣- الأصبية السوقية لأهم الدول المتنافسة داخل السوق الكويتي:

يوضح الجدول رقم (٨) النصيب السوقي لأهم الدول المتنافسة داخل السوق الكويتي خلال فترتي الدراسة الأولى (٢٠١٠-٢٠٠٦) والثانية (٢٠١١-٢٠١٦). حيث يلاحظ تنوع مصادر واردات العنب في السوق الكويتي، وبالتالي تعدد المنافسين داخل هذا السوق. حيث تبين أنه في الفترة الأولى جاءت لبنان في المرتبة الأولى بنصيب سوقي بلغ نحو ١٧%، ثم جاءت كل من مصر، تركيا، الهند، سوريا، وجنوب افريقيا على الترتيب، وبنصيب سوقي بلغ نحو ١٢,٤%، ١١%، ٩,٥%، ٩%، ٩% على الترتيب.

أما في الفترة الثانية فقد جاءت الهند في المرتبة الأولى بنصيب سوقي بلغ نحو ٢١,٤%، تلتها على الترتيب كل من لبنان، مصر، تركيا، جنوب افريقيا، سوريا بنصيب سوقي بلغ نحو ٢٠%، ١٢%، ١١%، ١٠,٥%، ٥% على الترتيب لكل منها.

٥-٤- الأصبية السوقية لأهم الدول المتنافسة داخل السوق العماني:

يوضح الجدول رقم (٩) النصيب السوقي لأهم الدول المتنافسة داخل السوق العماني خلال فترتي الدراسة الأولى (٢٠١٠-٢٠٠٦) والثانية (٢٠١١-٢٠١٦). حيث يلاحظ تنوع مصادر واردات العنب في السوق العماني، وبالتالي تعدد المنافسين داخل هذا السوق. حيث تبين أنه في الفترة الأولى جاءت الإمارات في المرتبة الأولى بنصيب سوقي بلغ نحو ٤٠%. ثم جاء كل من جنوب افريقيا، الهند، سوريا، لبنان، مصر على الترتيب، وبنصيب سوقي بلغ نحو ١٧,٣%، ١٢,٣%، ١٠,٨%، ٩,٤%، ٣,٨% على الترتيب.

دراسة تحليله اقتصادية للقدرات التنافسية لمنتج العنب الطازج السوري في الأسواق الدولية ١٦١٤

وفي الفترة الثانية فقد جاءت أيضا الإمارات في المرتبة الأولى بنصيب سوقي بلغ نحو ٤٤%، تلتها على الترتيب كل من مصر، لبنان، الهند، جنوب أفريقيا، سوريا بنصيب سوقي بلغ نحو ١٦,٣%، ١٢%، ٨%، ٤,٣%، ٣,٢% على الترتيب لكل منها.

جدول رقم (٨) النصيب السوقي لأهم الدول المتنافسة داخل السوق الكويتي خلال الفترتين (٢٠١٠-٢٠١٦)، (٢٠١١-٢٠١٦) كمية: بالطن %

الدولة	متوسط الفترة الأولى		متوسط الفترة الثانية	
	الكمية	النصيب السوقي %	الكمية	النصيب السوقي %
الهند	832.4	9.49	2401	21.38
لبنان	1494.6	17.04	2233.60	19.89
مصر	1087.8	12.40	1317.5	11.73
تركيا	954	10.88	1262.66	11.24
جنوب أفريقيا	778.8	8.88	1181.17	10.52
سوريا	785.8	8.96	517.5	4.60
باقي الدول	2834.4	32.35	2313.07	20.64
الإجمالي	8767.8	100	11226.5	100

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة الانترنت، قاعدة بيانات الأمم المتحدة trade map.

جدول رقم (٩) النصيب السوقي لأهم الدول المتنافسة داخل السوق العماني خلال الفترتين (٢٠١٠-٢٠١٦)، (٢٠١١-٢٠١٦) الكمية: بالطن %

الدولة	متوسط الفترة الأولى		متوسط الفترة الثانية	
	الكمية	النصيب السوقي %	الكمية	النصيب السوقي %
الإمارات	1774.8	40.79	4298.33	43.99
مصر	165.4	3.80	1597	16.34
لبنان	215	4.94	1177.33	12.05
الهند	536.6	12.33	794.66	8.13
جنوب أفريقيا	751.4	17.27	420	4.30
سوريا	470	10.80	314.83	3.22
باقي الدول	437.4	10.07	1166.85	11.97
الإجمالي	4350.6	100	9769	100

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة الانترنت، قاعدة بيانات الأمم المتحدة trade map.

٥-٥- الأصبية السوقية لأهم الدول المتنافسة داخل السوق السعودي:

يوضح الجدول رقم (١٠) النصيب السوقي لأهم الدول المتنافسة داخل السوق السعودي خلال فترتي الدراسة الأولى (٢٠١٠-٢٠١٦) والثانية (٢٠١٦-٢٠١١). حيث يلاحظ أيضا تنوع مصادر واردات العنب في السوق السعودي، وبالتالي تعدد المنافسين داخل هذا السوق. حيث تبين أنه في الفترة الأولى جاءت لبنان في المرتبة الأولى بنصيب سوقي بلغ نحو ٢٨%. ثم جاء كل من تركيا، الهند، جنوب أفريقيا، سوريا، وتشيلي على الترتيب، وبالنسبة لسوقنا بنصيب سوقي بلغ نحو ١٥,٣%، ١٤,٨%، ١٣,٣%، ١٠%، ٩,٣% على الترتيب. وفي الفترة الثانية جاءت تركيا في المرتبة الأولى بنصيب سوقي بلغ نحو ١٦,٣%، تلتها على الترتيب كل من الهند، جنوب أفريقيا، لبنان، تشيلي، سوريا بنصيب سوقي بلغ نحو ١٥,٥%، ١٥%، ١٤%، ١٩,٩%، ٢,٦% لكل منها.

٦- مؤشري التنافسية السعرية وتنافسية الإنتاج

يوضح الجدول رقم (١١) قيمة كل من مؤشري التنافسية السعرية، وتنافسية الإنتاج للصادرات السورية من العنب إلى أهم الأسواق المستوردة خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠١٠). وبدراسة بيانات الجدول بالنسبة للتنافسية السعرية خلال الفترة الأولى (٢٠١٠-٢٠١٦) تبين ان السوق الاردني قد جاء في المرتبة الأولى من حيث تمتعه بميزة تنافسية سعرية لمنتج العنب السوري خلال هذه الفترة والتي بلغت حوالي (٠,٧)

كمتوسط لهذه الفترة، وكانت اعلى قيمة لها داخل هذا السوق في عام ٢٠٠٧ بلغت نحو ١ وأدنى قيمة كانت في عام ٢٠١٠ بلغت حوالي ٠. ثم يليها السوق الكويتي من حيث وجود ميزة تنافسية سعرية للعنب السوري خلال هذه الفترة والتي بلغت حوالي (٠,٥) كمتوسط لهذه الفترة، وقدرت اعلى قيمة داخل هذا السوق في عام ٢٠٠٩ حوالي ٠,٧٤ وأدنى قيمة في عام ٢٠١٠ حوالي ٠,٣٤، ثم يأتي سوق كل من عمان ولبنان والسعودية على الترتيب من حيث تمتع العنب السوري بميزة تنافسية سعرية داخل هذه الاسواق والتي بلغت حوالي ٠,٤، ٠,٣، و٠,١ على الترتيب كمتوسط لهذه الفترة.

وفي الفترة الثانية (٢٠١١-٢٠١٦) تبين من الجدول احتفاظ السوق الاردني بالمرتبة الأولى من حيث وجود ميزة تنافسية سعرية لمنتج العنب السوري كمتوسط لهذه الفترة حيث بلغت نحو (٠,٨)، وقدرت اعلى قيمة في عامي ٢٠١٢ و ٢٠١٥ حوالي ١، وأدنى قيمة في عام ٢٠١٦ حوالي ٠ داخل هذا السوق.

جدول رقم (١٠) النصيب السوقى لأهم الدول المتنافسة داخل السوق السعودي خلال الفترتين (٢٠٠٦-٢٠١٠)، (٢٠١١-٢٠١٦) الكمية: بالطن %

الدولة	متوسط الفترة الأولى		متوسط الفترة الثانية	
	الكمية	النصيب السوقى %	الكمية	النصيب السوقى %
لبنان	9264.8	28.04	6472.33	14.10
تركيا	5063.8	15.32	7495	16.32
الهند	4883	14.77	7145.33	15.56
جنوب أفريقيا	4384.2	13.62	6923.16	15.08
تشيلي	3084	9.33	4529.5	9.86
سوريا	3308.8	10.01	1209.66	2.63
باقي الدول	3050.6	9.27	12125.52	26.45
الإجمالي	33039.2	100	45900.5	100

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة الانترنت، قاعدة بيانات الأمم المتحدة trade map.

جدول رقم (١١) التنافسية السعرية وتنافسية الإنتاج للصادرات السورية من العنب في أهم الدول المستوردة خلال الفترتين (٢٠٠٦-٢٠١٠)، (٢٠١١-٢٠١٦)

البيان	لبنان		الاردن		الكويت		عمان		السعودية	
	مؤشر التنافسية السعرية	مؤشر التنافسية الإنتاجية	مؤشر التنافسية السعرية	مؤشر التنافسية الإنتاجية	مؤشر التنافسية السعرية	مؤشر التنافسية الإنتاجية	مؤشر التنافسية السعرية	مؤشر التنافسية الإنتاجية	مؤشر التنافسية السعرية	مؤشر التنافسية الإنتاجية
2006	0.3	0	0.99	0.16	0.64	0.31	0.46	0	0.33	0.31
2007	0.3	0	1	0.23	0.41	0.40	0.36	0	0.18	0.42
2008	0.4	0	0.80	0.19	0.14	0.39	0.26	0	0.06	0.41
2009	0	0	0.65	0.10	0.74	0.28	0.50	0	0.02	0.28
2010	0.3	0.08	0	0.05	0.34	0.27	0.33	0	0.08	0.27
المتوسط	0.3	0.02	0.7	0.15	0.5	0.3	0.4	0	0.1	0.3
2011	1	1	0.95	0.23	0.43	0.22	0.38	0	0.14	0.22
2012	1	1	1	0.11	0.69	0.20	1	0	0.59	0.20
2013	0.2	0	0.71	0.13	0.47	0.23	1	0	0.54	0.23
2014	0.3	0	0.96	0.21	0.14	0.21	1	0	0.36	0.34
2015	0	0	1	0.17	0.53	0.27	0	0	0.48	0.29
2016	0	0	0	0	0.98	0.25	0.22	0	0.72	0.25
المتوسط	0.4	0.3	0.8	0.1	0.5	0.2	0.6	0	0.5	0.3

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات الأمم المتحدة، trade map. وقاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، FAO.

ثم يليها السوق العماني من حيث تمتع العنب السوري داخله بميزة تنافسية سعرية حيث بلغت القيمة حوالي (٠,٦) كمتوسط للفترة الثانية، وقدرت اعلى قيمة في أعوام ٢٠١٢ و ٢٠١٣ و ٢٠١٤ حوالي ١، وأدنى

دراسة تحليله اقتصادية للقدرات التنافسية لمنتج العنب الطازج السوري في الأسواق الدولية ١٦١٦

قيمة كانت في عام ٢٠١٥ حوالي ٠.٠ ثم يأتي سوق كل من الكويت والسعودية ولبنان حيث أيضا نلاحظ تمتع سوريا بميزة تنافسية سعرية جيدة لمنتج العنب السوري داخل هذه الأسواق حيث بلغت القيمة حوالي ٠,٥، ٠,٤، ٠,٥ على الترتيب كمتوسط لنفس الفترة.

أما بالنسبة لمؤشر الميزة التنافسية الإنتاجية يتبين من الجدول تمتع سوريا بميزة تنافسية إنتاجية داخل كل من أسواق السعودية والكويت حيث جاءت بالمرتبة الأولى خلال الفترة الأولى (٢٠٠٦-٢٠١٠) وبلغت قيمتها حوالي ٠,٣ كمتوسط لهذه الفترة لكل منها، ثم يليها السوق الأردني بميزة تنافسية إنتاجية بلغت حوالي ٠,٢ كمتوسط لنفس الفترة. أما بالنسبة لكل من لبنان وعمان فإن مؤشر الميزة التنافسية الإنتاجية معدوم نسبيا حيث بلغ حوالي ٠,٠٢ و ٠ على الترتيب كمتوسط للفترة لهذه الفترة.

وفي الفترة الثانية (٢٠١١-٢٠١٦) يتبين من الجدول أن مؤشر الميزة التنافسية الإنتاجية قد ارتفع في السوق اللبناني لتحتل المرتبة الأولى مع السوق السعودي حيث بلغت حوالي ٠,٣ كمتوسط لهذه الفترة، ثم تأتي الكويت في المرتبة الثانية حيث بلغ مؤشر الميزة التنافسية الإنتاجية حوالي ٠,٢ كمتوسط لهذه الفترة، ثم يليها سوق كل من الأردن وعمان بمؤشر ضعيف بلغ نحو ٠,١ و ٠ على الترتيب كمتوسط لنفس للفترة.

٧- مؤشر معدل اختراق الصادرات لمنتج العنب السوري الطازج:

يبين الجدول رقم (١٢) معدل اختراق الصادرات السورية للعنب الطازج في أهم الأسواق المستوردة له حيث تبين انخفاض مؤشر اختراق الصادرات من العنب الطازج في هذه الأسواق خلال فترتي الدراسة (٢٠٠٦-٢٠١٠) و (٢٠١١-٢٠١٦)، ففي الفترة الأولى بلغ مؤشر اختراق الصادرات من العنب الطازج السوري داخل السوق اللبناني حوالي ٠,٠٠٤ كمتوسط لهذه الفترة، وذلك باعتبارها دولة منتجة ومصدرة للعنب على مستوى العالم، بينما جاءت الكويت بالمرتبة الأولى خلال هذه الفترة من حيث قيمة مؤشر اختراق الصادرات حيث بلغ حوالي ٠,٠٦ كمتوسط لهذه الفترة، ثم أتت كل من الأردن، والسعودية بمعدل اختراق بلغ نحو ٠,٠٣ و ٠,٠١ على الترتيب كمتوسط لنفس الفترة.

وفي الفترة الثانية (٢٠١١-٢٠١٦) جاء أيضا السوق الكويتي في المرتبة الأولى من حيث قيمة مؤشر اختراق الصادرات بمعدل بلغ نحو ٠,٠٣ كمتوسط لهذه الفترة يليها كل من لبنان، الأردن، والسعودية بمعدل اختراق بلغ نحو ٠,٠١ و ٠,٠١ و ٠,٠٠٤ على الترتيب كمتوسط لنفس الفترة.

جدول رقم (١٢): معدل اختراق الصادرات السورية من العنب في أهم الأسواق المستوردة خلال الفترتين (٢٠٠٦-٢٠١٠)، (٢٠١١-٢٠١٦)

معدل اختراق الصادرات للعنب الطازج السوري				البيان
السعودية	الكويت	الأردن	لبنان	
0.007	0.046	0.034	0.001	2006
0.013	0.056	0.045	0.007	2007
0.012	0.115	0.041	0.003	2008
0.019	0.047	0.020	0.003	2009
0.017	0.027	0.021	0.008	2010
0.013	0.058	0.033	0.004	متوسط الفترة
0.011	0.061	0.002	0.024	2011
0.004	0.029	0	0.025	2012
0.007	0.054	0.071	0.030	2013
0.001	0.023	0.007	0	2014
0.002	0	0	0	2015
0.001	0.002	0	0	2016
0.004	0.028	0.013	0.013	متوسط الفترة

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات الأمم المتحدة، trade map. وقاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، FAOSTAT.

٨- مؤشري قوة التصدير والاعتماد على التصدير:

تم دراسة مؤشري قوة التصدير والاعتماد على التصدير بالنسبة لمحصول العنب الطازج السوري، حيث يتضح من الجدول رقم (١٣) انخفاض قيمة هذين المؤشرين خلال فترتي الدراسة (٢٠٠٦-٢٠١٠)،

(٢٠١١-٢٠١٦). حيث شكل مؤشر قوة التصدير، ومؤشر الاعتماد على التصدير كمتوسط للفترة الأولى (٢٠٠٦-٢٠١٠) نحو ٠,٠٦ و ٠,٠٥ على الترتيب، بينما في الفترة الثانية (٢٠١١-٢٠١٦) بلغ نحو ٠,٠٢، ٠,٠٢ على الترتيب كمتوسط لهذه الفترة، وهذا يدل على تراجع محصول العنب الطازج من حيث الأهمية النسبية له من مجمل الصادرات الزراعية السورية.

جدول رقم (١٣) مؤشر قوة التصدير والاعتماد للعنب الطازج السوري خلال الفترة من (٢٠٠٦-٢٠١٦):

السنوات	مؤشر قوة التصدير	مؤشر الاعتماد على التصدير
2006	0.01	0.01
2007	0.09	0.08
2008	0.02	0.02
2009	0.09	0.08
2010	0.09	0.08
متوسط	0.06	0.05
2011	0.02	0.02
2012	0.02	0.02
2013	0.04	0.04
2014	0.01	0.01
2015	0.00	0.00
2016	0.01	0.01
متوسط	0.02	0.02

المصدر: جمعت وحسبت من قاعدة بيانات الأمم المتحدة، trade map. وقاعدة بيانات منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، FAOSTAT.

أهم النتائج:

- ١- بينت الدراسة أن إنتاج العنب السوري يعتبر من أهم محددات الطلب عليه سواءً على المستوى المحلي أو على المستوى الدولي، حيث يلاحظ انخفاض كل من مساحة وإنتاج العنب في الجمهورية العربية السورية، وذلك بالرغم من توفر سوق واسعة له في المحيط وبالأخص في السوق العربية، بالإضافة لقدرته على الدخول في العديد من الصناعات الغذائية، واكتسابه لقيم مضافة، ويعزى سبب هذا الانخفاض في الإنتاج إلى توجهات زراعية في غير الاتجاه الصحيح منها التوجه نحو الزراعات البديلة في بعض المناطق مثل زراعة التفاح والحمضيات على حساب محصول العنب.
- ٢- يتمتع منتج العنب السوري بميزة نسبية ظاهرية جيدة، وهذا يدل على توفر الخبرات والإمكانيات في إنتاج وتصدير هذا المحصول في الجمهورية العربية السورية.
- ٣- تمتع منتج العنب السوري بميزة تنافسية سعرية في معظم الأسواق الاستيرادية، وبالتالي قدرة جيدة للعنب الطازج السوري بالدخول إلى هذه الأسواق والتوسع فيها.
- ٤- تعتبر الدول العربية من أهم الوجهات التصديرية بالنسبة للعنب الطازج السوري، وبالتالي توفر سوق واسعة بالمحيط وقريب جغرافياً.
- ٥- انخفاض التنافسية الإنتاجية للعنب الطازج السوري مقارنة مع الدول المنافسة في أهم الأسواق المستوردة، حيث يعتبر الإنتاج من أهم محددات القدرة التنافسية لهذا المنتج، على الرغم من توفر ميزة تنافسية ظاهرية له، الأمر الذي يدل على توفر قدرة إنتاجية جيدة للعنب الطازج في سوريا.
- ٦- انخفاض قيمة مؤشر اختراق الصادرات السورية من العنب الطازج في العديد من الأسواق الاستيرادية وهذا يعزى لانخفاض الإنتاج المحلي من العنب، والمنافسة الكبيرة داخل معظم هذه الأسواق، وتعدد مصادر واردات العنب داخل هذه الأسواق.
- ٧- ضعف مؤشري قوة التصدير والاعتماد على التصدير بسبب انخفاض الإنتاج السوري من العنب الطازج، بالإضافة لتعدد استعمالاته الأمر الذي يؤدي لانخفاض التصدير.

٨- نظراً لتوفر سوق واسعة بالمحيط العربي وتوفر الإمكانيات الزراعية والبيئة الملائمة لإنتاج العنب الطازج في سوريا، فإنه يجب التوجه نحو زراعة تصديرية لمنتج العنب، واعتباره أحد المنتجات التصديرية السورية الرئيسية، وبالتالي إيلاء هذا المنتج أهمية في التخطيط الزراعي من خلال التوسع في زراعته، وتقديم الخدمات والمتطلبات الجيدة له.

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة القدرات التنافسية لمنتج العنب الطازج السوري في السوق العالمية، وفي أهم الأسواق المستوردة له. حيث أظهرت الدراسة أنه على الرغم من توفر سوق عربية واسعة بالمحيط أمام منتج العنب الطازج السوري وتوفر خبرات في إنتاجه، إلا أن مؤشرات القدرة التنافسية كانت بالنسبة له ضعيفة. كما بينت الدراسة تمتع منتج العنب الطازج السوري بميزة نسبية ظاهرية الامر الذي يؤكد على توفر خبرات وقدرات إنتاجية وتصديرية بالنسبة لمنتج العنب السوري. وتمتعه أيضاً بميزة نسبية سعرية جيدة في معظم الأسواق الاستيرادية، وبينت الدراسة أن أهم محددات القدرة التنافسية لمنتج العنب الطازج السوري هو انخفاض الإنتاج المحلي منه. كما تبين حصوله على أنصبة سوقية مرتفعة في كل من لبنان، الأردن، وكانت جيدة في أسواق الكويت وعمان والسعودية، بالإضافة لارتفاع قيمة مؤشر اختراق الصادرات في سوق الكويت والأردن، الامر الذي يدل على القدرة الجيدة بالانفاذ إلى هذه الأسواق وبالتالي زيادة الصادرات لها، وانخفاضها في اسواق السعودية، وعمان، نتيجة المنافسة الشديدة ضمن هذه الأسواق، وتعدد مصادر الواردات من العنب داخلها، أما انخفاضه داخل السوق اللبناني يعزى لارتفاع إنتاج لبنان من العنب. كما تبين انخفاض قيمة مؤشري قوة التصدير والاعتماد على التصدير، الامر الذي يدل على توجهات تصديرية بغير الاتجاه الصحيح نحو إنتاج وتصدير العنب في الجمهورية العربية السورية، واحلال زراعات بديلة للعنب داخلها. لذلك توصي الدراسة بالتوسع في زراعة العنب، وزيادة كميات الصادرات من العنب الطازج لما لهذا المنتج من سوق واسعة في الدول المجاورة، وتمتعه بميزات تنافسية داخل هذه الأسواق، وبالتالي زيادة النصيب السوقي فيها.

المراجع باللغة العربية:

- ١- أشرف كمال عباس (دكتور)، تنافسية أهم الصادرات الزراعية المصرية، المجلة المصرية للعلوم التطبيقية، مجلد ١٥، العدد ٧، يوليو، ٢٠٠٠.
- ٢- تيسير فؤاد حاتم، دراسة اقتصادية للقدرات التنافسية لبعض المنتجات الزراعية التصديرية السورية، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، ٢٠١٠.
- ٣- داليا عبد الحميد يسن، دراسة القدرات التنافسية لبعض المحاصيل البستانية المصرية، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٨.
- ٤- محمد حمدي سالم (دكتور)، وحيد علي مجاهد (دكتور)، مقاييس التنافسية الإطار النظري ونماذج التطبيق، ورقه عمل مقدمة إلى منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، ٢٠٠٧.

المراجع باللغة الانكليزية:

- 5- Al-Kahtani. S. H. Al-hamodi K."Economic Analysis of Potato Demand in Saudi Arabia". Agricultural Economics Department. College of Agriculture.King Saud University. Riyadh. Saudi Arabia.2000.
- 6- FAO Internet web site. www.fao.org.

- 7- Mohamed Khairy El-Ashry (Dr.) . Comparative and Impeditive Advantages of Egyptian vegetables in the World Market. Agricultural Economics dept. Faculty of Agricultural . Suez Canal University . May . 2002
- 8- Porter. M. "The Competitive Advantage of Nations". Free Press. P 14. sophisticated .(1990).
- 9- U N Commodity Trade Statistics Database. Internet web site. www.comtrade.un.org

An Economic Study for the Competitiveness capabilities of Syrian fresh grapes Product

Katia Zuhair Duwaji

**Agronomistin the Directorate
of Agricultural Economics**

Ministry of Agriculture and Agrarian Reform, Damascus. Syria

Dr. Tayseer Fouad Hatem

**Dr. in the Directorate
of Agricultural Economics**

Summary

This research aims to study the competitive capabilities of Syrian fresh grapes in the most important importing markets in the world. It shows us that even if there a large Arabian market for the Syrian fresh grape with experience for producing it. there is a Decrease in exports. The research showed us that there is a good Revealed Comparative Advantage which confirms the availability of experience for productive and exports capabilities. The Syrian fresh grape has an excellent share market in each of Lebanon. Jordan it was good in Kuwait. Oman. and Saudi Arabia market In addition to high index of breakthrough exports in each of Kuwait and Jorden which shows the ability to increase exports in these markets. but in other way the index of breakthrough exports is dropping in each of Saudi Arabia and Oman because of high competition in these markets. The decline in the Lebanese market aims to the high production of Lebanon grapes. There is a good Price Competitiveness Indicator in the most importing markets and the one of the most important determinants of competitiveness of the Syrian fresh grape producer is the decline of local production. where the value of the index of competitiveness of productivity is low. It also shows

the low value of the index of export power and dependence on exports. which indicates the direction of exports without the right direction towards the production and export of grapes in the Syrian Arab Republic. and the replacement of grapes to other crops. Therefore. the study recommends expanding the cultivation of grapes and increasing the quantities of exports of fresh grapes because of this product from a large market in the neighboring countries. and enjoy competitive advantages within these markets. thus increasing the market share.