



ورقة عمل حول:

دور المنظمات الداعمة للأعمال في تطوير القطاع الخاص السوري  
(نموذج الشركات الصغيرة والمتوسطة)

مقدمة إلى:

احتفالية جمعية العلوم الاقتصادية السورية

تحت شعار

((رؤية شبابية للاقتصاد السوري))

دمشق 2005/7/30

إعداد: عامر خربوطلي \*

\* ماجستير في الاقتصاد - معاون مدير غرفة تجارة دمشق - مسؤول قسم الدراسات .

## تساؤلات مشروعة:

لماذا يبقى الناتج المحلي السوري معادلاً للناتج في لبنان أو تونس رغم فارق الإمكانيات وعدد السكان؟ .

ولماذا تتراجع معدلات الاستثمار للدخل القومي عن النسب المطلوبة لتحقيق معدلات نمو اقتصادي تفوق النمو السكاني؟ .

ولماذا نقوم بالتنظير كدولة كبرى ونعمل كدولة صغيرة؟ .

وهل توضحت الرؤية المستقبلية للاقتصاد السوري والقطاع الخاص بصورة لا تحتمل التأويل أو الاجتهاد؟ .

ولماذا نحتاج لقطاع أعمال خاص قوي وفعال ونشط؟ .

ولماذا نحتاج لرجال أعمال يستطيعون تحريك النمو الاقتصادي كما وصفهم الاقتصادي النمساوي (شومبتر) بدلاً من رجال مال يديرون أموالهم ولا يبادرون لخلق أعمال جديدة؟ .

وهل القطاع الخاص المراد إعطاؤه الدور الجديد قادر فعلاً في هذه المرحلة على قيادة عملية التنمية بعد أن تم تحجيمه ومنعه وتقييده لسنوات طويلة؟ .

وما هي الصعوبات التي تعترض سبيل عودته؟ .

وهل تم توفير شروط المنافسة الكاملة التي يتطلبها اقتصاد السوق؟ .

ولماذا نحتاج لمنظمات داعمة للأعمال إن لم يكن مناخ العمل الاقتصادي مشجعاً ومنافساً؟ .

وما هي الفائدة من دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة دون الكبيرة؟ .

وهل باستطاعتنا اللحاق بما وصلت إليه الدول المجاورة لنا لا المتقدمة بعد كل هذا التأخر والتأخير باتخاذ قرار التحول الحاسم؟ .

لا أدعي أنني أملك قدرة الإجابة على جميع هذه التساؤلات ضمن هذه الورقة بقدر ما هي فاتحة نقاش وحوار، ولكنني أعتقد جازماً ومن منطلق النقاول بالمستقبل (أنه يمكننا القيام بأي شيء نتصوره إذ آمنة تماماً بإمكانية القيام به وكان لدينا الإيمان الكامل بأنه يمكننا التغلب على أي شيء) فعندما توجد الإرادة يوجد السبيل.

## مقدمة:

إذا كان الاقتصاد كهدف نهائي هو علم رفاهية المجتمع فإن التنمية وحدها هي التي ستحقق تلك الرفاهية التي تعني مستويات أكبر من الدخل الفردي.

ومن هذا المنطلق لا معنى لأية سياسات نقدية ومالية واقتصادية إذا لم تساهم في تحقيق معدلات نمو أكبر، فالسياسات ليست مطلوبة لذاتها بل لتحقيق تلك الغايات، وكلما كان مخرجات أي عمل اقتصادي نقوم به أكبر من مدخلاته كلما خلقنا قيمةً مضافةً أكبر تساعدنا على تحقيق معدلات أكبر من نمو الدخل وعدالة توزيعه.

والاقتصاد السوري الذي لا يتجاوز ناتجه المحلي /20/ مليار دولار وبمستوى دخل فردي لا يتجاوز 1089 دولار سنوياً يصنف ضمن الاقتصاديات النامية ذات الدخل المنخفض، أي أن هناك جموداً وتباطؤاً في تحقيق معدلات النمو التي لم تتجاوز معدلات النمو السكاني والبالغة 2.7% وهنا تكمن المشكلة !! .

ولمعالجة هذه الأزمة تم الاعتراف رسمياً بالقطاع الخاص كقطاع رئيسي في قيادة عملية التنمية في إطار نهج اقتصاد السوق الاجتماعي رغم أن هذا القطاع لم يحتج في جميع مراحل التنمية السورية إلا أن مشاركته قد تأرجحت صعوداً وهبوطاً في إطار الدور الذي كان مناطاً به.

فهل سيستطيع هذا القطاع القيام بهذا الدور الجديد؟ وهل ستسهم الشركات الصغيرة والمتوسطة بالمعايير السورية التي تشكل 90% من عمالة واستثمارات القطاع الخاص السوري في تحقيق هذا الدور؟ وهل المنظمات الداعمة للأعمال بالتطور والشمولية الذي يؤهلها للعب هذا الدور !!

إن القطاع الخاص الذي يسهم بـ 63% من الناتج المحلي الإجمالي بحاجة اليوم لإعادة تأهيله بالشكل الذي يمكنه من ممارسة دوره .

ولعل احتياجات قطاع الأعمال السوري لتمكينه من المنافسة والانفتاح في الأسواق

المحلية والعالمية على حدٍ سواء، وزيادة قدرته التنافسية تتطلب :

- بنية تحتية متطورة ومؤهلة.
- بنية تشريعية مرنة ومشجعة.
- خدمات داعمة للأعمال (تدريب- معلومات- استشارات- تمويل- تأهيل).

وهنا تبرز أهمية المنظمات الداعمة للأعمال لتقديم هذه الخدمات، لأنه لا يمكن ضمان نجاح أي عمل تصنيعي أو خدمي أو تسويقي أو تصديري دون جهات راعية وحاضنة فالجهد الفردي للشركات والجهد الحكومي لا يكفيان لوحدهما في تأمين هذه الخدمات ولا بد من جهد جماعي وتشاركي على مبدأ أن (الفائدة تعم الجميع) والوطن هو الرابح في النهاية.

### نظرة إلى الوضع العالمي:

قبل الدخول في تحليل الوضع الراهن للمنظمات الداعمة للأعمال والقطاع الخاص والشركات الصغيرة والمتوسطة في سورية يمكن إيجاز الصورة في البلدان المتقدمة ذات الاقتصاد الحر بالتالي: -

- تتوقع إحدى الدراسات أنه في عام /2015/ ستكون نصف المنتجات في أوروبا غير معروفة حالياً (نتيجة عمليات التطوير والإبداع) وستأتي هذه المنتجات من شركات صغيرة ومتوسطة.
  - يشهد العالم المتقدم اهتماماً متزايداً بالشركات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES والتي تستخدم من (1-50) مستخدماً باعتبارها المحرض الأساسي للنمو الاقتصادي ولتحقيق الكفاءة الإنتاجية وهي تمثل حجم مشاركة القطاع الخاص في الحياة الاقتصادية لهذه البلدان. ويختلف تصنيف شركات الصناعة عن الخدمات فمثلاً:
  - شركات الصناعة في أوروبا من 1-50 عامل (صغيرة) ومن 51-250 عامل (متوسطة) وفوق (250) عامل كبيرة.
  - أما شركات الخدمات فهي من 1-20 عامل (صغيرة)، ومن 21-95 عامل (متوسطة)، وفوق 96 عامل (كبيرة).
- حيث تمثل المؤسسات التي تضم أقل من (50) مستخدماً حوالي 70% من فرص العمل في أوروبا.

تعتبر إيطاليا التي يشكل ناتجها القومي 13% من الناتج الأوروبي وصادراتها 34% من الناتج المحلي نموذجاً ناجحاً لهذا النوع من الشركات، فهي تشكل 90% من الشركات الإيطالية وهي ليست بالضرورة عائلية وإنما هي شركات أشخاص وبعضها شركات أموال وهي تعمل ضمن نظام مؤسساتي فعّال تدعمه تجمعات خاصة للأعمال واتحادات أعمال وخدمات وجمعيات

مصدرين ومصنعين وغرف تجارة وصناعة وزراعة وحرف وحاضنات أعمال ومراكز تجارة خارجية وفروع للغرف في الخارج (...).

وهي تهدف إلى تطوير عمل هذه الشركات وتشجيعها على دخول الأسواق العالمية وتقوية قدرتها التنافسية، نظراً لكون أغلب هذه الشركات لا تمتلك أقساماً متخصصة في التسويق والتصدير.

وقد ارتفعت نسبة التصدير إلى رقم الأعمال بالنسبة لهذا النوع من الشركات من 41.8% عام /98/ إلى 49% عام /2001/ ويوجد في إيطاليا حالياً /3.300.000/ شركة من هذا النوع 90% منها رقم أعمالها لا يتجاوز (15) مليون دولار ولا يزيد مستخدميها عن (5) مستخدم.

وتتميز الشركات الصغيرة عادةً بالعناصر التالية:-

- وجود حافز تحريضي للإبداع والابتكار قابل للنمو والارتفاع.
- قابلية كبيرة للمرونة.
- مستويات أقل من البيروقراطية الداخلية.
- أما الشركات المتوسطة فتتميز بمعدل دورات أقل للمستخدمين ومرونة أكبر في الابتكار والتجديد وفق متطلبات السوق.
- أما المزايا التي تتفوق فيها الصناعات الصغيرة والمتوسطة عن الكبيرة فهي : -
- باعتبارها مكثفة للعمل ومستخدمه لفنون إنتاج بسيطة نسبياً فإنها تتواكب مع وفرة العمل وندرة رأس المال.
- أقل تكلفة في خلق فرصة العمل لإنخفاض تكاليفها الاستثمارية.
- تعتبر أكثر كفاءة في استخدام رأس المال وتعبئة المدخرات والمهارة المنظمة والتكيف مع المتغيرات.
- تعتبر مورداً وديفاً للصناعات الكبيرة وتتولى القيام بالطلبات التي يستخف بها أحياناً وبصورة أكثر كفاءة، بالإضافة لتحقيقها للتكامل المباشر مع الصناعات الكبيرة من خلال علاقات تعاقدية تكون منتجات المشروعات الصغيرة مدخلات للمشروعات الكبيرة.

- قدرتها على النجاح في خدمة أسواق محددة أو متخصصة قد لا تجذب إليها الصناعات الأكبر.
- تعتبر هذه الشركات مشتتاً للمهارات المنظمة ومختبراً لصناعات جديدة غير نمطية. تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة عامة صعوبات عديدة وهناك احتمال 50% أن تعاني هذه الشركات انهياراً تاماً بعد إنشائها إذا لم تعمل ضمن معايير واضحة ومرنة للكفاءة.
- والمشكلتان الأساسيتان اللتان تواجهان هذا النوع من الشركات تتمثلان في:
  - مشكلة الحصول على رؤوس الأموال للتمويل.
  - مشكلة الحصول على المعلومات والاتصالات.
- حيث تسعى أغلب الدول وفي مقدمتها الأوروبية على تجاوز هاتين المشكلتين بإنشاء مراكز للإنشاء والإبداع على شكل (حاضنات أعمال) لمساعدة هذا النوع من الشركات بالإضافة لاعتمادها على مراكز خدمات (تجمعات خاصة- غرف تجارة وصناعة) من أجل تزويدها بمعلومات عن الأسواق الخارجية وتقديم خدمات النصح والاستشارة في المجالات الإدارية والتسويقية والمالية والفنية والتقنية والتدريبية كما تم إنشاء مؤسسات إقراضية متخصصة لتمويل مثل هذا النوع من الشركات وتقديم الائتمانات المختلفة.
- وتتركز عادة احتياجات التمويل لهذا النوع من الشركات على:-
  - البدء بإنشاء المؤسسة.
  - المساعدة في تحقيق كفاءة أكبر من العمل.
  - تخفيض تكلفة رأس المال المبادر.
  - وتستخدم المؤسسات التمويلية في إيطاليا مثلاً: -
- استراتيجيات تمويل تعتمد على:-
  - تمويل رأس المال العامل.
  - زيادة التمويل الطويل الأجل.
  - التمويل التأجيري.
- أما الضمانات التي تتطلبها عمليات التمويل فتعتمد على غرف التجارة واتحادات الأعمال ومصارف الشركات الصغيرة والمتوسطة، وعادةً ما يقوم البنك بإعداد دراسة الجدوى للمشروع المطلوب تمويله وإعادة تقييم المشروع بعد أخذ ملاحظته من

مرجعيتيه في غرف التجارة من خلال عدة معايير منها (العمالة الجديدة) بالنسبة إلى الاستثمار الإجمالي وتطبيق معدلات فائدة مشجعة.

فمثلاً هناك مشروع أوروبي - إيطالي لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة يدعى (ECIP) لتشجيع الاستثمار في دول أوروبا الشرقية يقدم دعماً مالياً بنسبة 50% لدراسة الجدوى و50% للتدريب الفني والتقني وخدمات دعم في مجال الترويج والنصح والإرشاد والتطوير والابتكار بالإضافة إلى التسهيلات المصرفية والضمانات الائتمانية.

وأحد هذه المشاريع الأوروبية لدعم وتطوير هذا النوع من الشركات هو شبكة INTEGRA للتواصل المعلوماتي بين الدول المتوسطة ودول البلقان وبين مراكز الخدمات الإيطالية ومؤسسة (Mondimpresa) التي تشرف عليها بهدف دعم أداء هذه الشركات وتحسين فرص دخولها للأسواق الخارجية بتنافسية أكبر من خلال تدريب كوادر غرف التجارة والصناعة ومراكز الخدمات على تقديم معلومات وخدمات لتلك الشركات.

وجميع هذه المشاريع وغيرها تهدف لتجاوز المشكلتين اللتين غالباً ما تتعرض لهما مثل هذه الشركات في مجال التمويل والمعلومات وجعلها في حدودهما الضيقة.

#### الواقع الراهن في سورية:

يمكن تصنيف المنظمات الداعمة للأعمال الموجودة في سورية على النحو التالي:

- **هيئات خاصة ذات نفع عام:** تخضع لقانون عام ولا تهدف إلى الربح مثل غرف التجارة والصناعة والزراعة والسياحة واتحاداتها وهي من خلال انتشارها الجغرافي في جميع المحافظات السورية تقوم بالأدوار التالية: -

○ **الدور التنظيمي:** من خلال استيعاب أغلب قطاعات الأعمال الخاصة وتنظيمها وتنشيطها والدفاع عن مصالحها.

○ **الدور الاستشاري التنموي:** من خلال المساهمة في تقديم المقترحات والآراء في مجمل الأوضاع الاقتصادية.

○ **الدور الخدمي:** عبر الانتقال من الخدمات والأنشطة التقليدية للغرف كتصديق الوثائق والشهادات والتحكيم إلى إقامة المعارض وتشكيل الوفود وتقديم خدمات المعلومات والاستشارات والتدريب .

وترتبط خمسة غرف تجارة وصناعة رئيسية في دمشق وحلب وحمص ببرامج تطوير وإعادة تأهيل مع مركز الأعمال السوري الأوروبي لتعزيز دورها في مجال خدمات دعم الأعمال مثل: (التدريب- نشرة الفرص التجارية- مركز المعلومات الأوروبي- المكتب الأمامي لخدمة الزبائن- المعارض الخارجية- مكتب الترويج الخارجي).

- **مراكز دعم قطاع الأعمال:** كمركز الأعمال السوري الأوروبي الذي يهدف لتعزيز القدرة التنافسية للشركات والمؤسسات من خلال تقديم جميع الخدمات التي يحتاجها قطاع الأعمال والحاضنات التي تم إنشاؤها بمبادرات منه، مثل (جمعية رواد الأعمال الشباب- مورد - بداية - وغرفة التجارة الفتية بالإضافة إلى غرفة التجارة الدولية - فرع سورية وغيرها من الجمعيات التخصصية.

- **المراكز الحكومية:** كمركز البحوث والاختبارات الصناعية- مركز تطوير الإدارة والإنتاجية ومراكز التدريب المهنية- هيئة المواصفات والمقاييس- مركز التجارة الخارجية- مكتب الاستثمار- هيئة مكافحة البطالة .

- **اتحادات الحرفيين:** والتي تقدم خدمات اجتماعية وتنظيمية لأعضائها .

- **المراكز الخاصة:** وهي في أغلبها مبادرات فردية لتقديم خدمات الاستشارات والمعلومات والتدريب التي تحتاجها الشركات الخاصة وقد تزايدت في الآونة الأخيرة نتيجة الحاجة لمثل هذه الخدمات.

والملاحظ في الوضع السوري غياب لمنظمات داعمة مثل: -

- نقابات المهن التجارية (وقد كانت موجودة في فترة ما بعد الاستقلال).

- جمعيات الأسواق التجارية.

- جمعيات رجال الأعمال.

- جمعيات المصدرين والمصنعين.
- مراكز دعم الصناعات (الغذائية والنسجية).
- اتحادات للشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال الخدمات والتجارة والسياحة.
- الغرف السورية - الخارجية المشتركة.
- هيئة تنمية وترويج الصادرات (قيد الإنشاء).
- هيئة ترويج الاستثمارات.

يلاحظ من هذا الاستعراض السريع أن سورية مازالت بحاجة لمنظمات جديدة غير موجودة تدعم قطاع الأعمال (كما هو موجود في أغلب البلدان المتطورة وبخاصة الموجهة خدماتها للشركات الصغيرة والمتوسطة من ناحية التمويل والضمان والمعلومات) بالإضافة لحاجتها لتطوير وتوسيع خدمات المنظمات والمراكز الموجودة حالياً.

والسؤال الذي يتبادر للذهن في هذا المجال أنه لماذا لم تبادر تلك المنظمات الموجودة حالياً بتطوير خدماتها بالشكل المطلوب، ولعل الجواب يكمن في كون القطاع الخاص وهو الذي يشكل محور الطلب على هذه الخدمات لم يكن بالتطور ولا بالتوسع الذي أصبح عليه الآن ولم تكن المنافسة قد دخلت بشكل جدي نتيجة نهج الحماية والحصص والتقييد والمنع الذي جعل القطاع الخاص في حدوده الضيقة.

أي أن خدمات المنظمات الداعمة وهو محور العرض سوف يتزايد باستمرار مع تزايد احتياجات قطاع الأعمال لهذه الخدمات .

إذا انتقلنا لواقع القطاع الخاص السوري فيمكن تلخيصه بالتالي: -

- يشارك بحوالي 63% من الناتج المحلي الإجمالي عام /2003/ بعدما كان يساهم بـ 50% فقط عام 1980 .
- إذا تم استبعاد قطاع النفط فإن مساهمته تصل إلى 90% من GDP وتزداد إذا ما تم إضافة القطاعات غير المنظمة التي يصعب تقديرها بشكل دقيق والمشكلة ليست في حجم المشاركة وإنما في قيمتها المطلقة التي تعكس ضعفاً في المخرجات.

- إن 30% من هذه النسبة تعود للقطاع الزراعي الذي يهيمن عليه القطاع الخاص.
- تشكل مشاركة القطاع الخاص الصناعي بـ 28.7% من الإنتاج الصناعي الإجمالي و 49.8% من إنتاج الصناعات التحويلية عام /2003/.
- أما مشاركته في القطاعات الخدمية (تجارة داخلية وخارجية ونقل واتصالات وسياحة....) فتشكل النسبة المتبقية وهي نسبة كبيرة تعكس مشاركته في قطاع الخدمات المحرر في أغلبه أمام القطاع الخاص .
- يساهم القطاع الخاص بـ 54% من إجمالي الصادرات بدون النفط و 22.5% من إجمالي الصادرات عام /2003/ وبحوالي 76% من إجمالي المستوردات.
- يتصف النسيج الصناعي الخاص بطابعة العائلي وهيمنة المؤسسات الفردية وشركات الأشخاص على حساب شركات .
- حتى عام /2003/ كان هناك حوالي (26437) ألف شركة صناعية تحويلية خاصة صغيرة ومتوسطة الحجم تستخدم (140) ألف مستخدم أي بنسبة 22.6%، أما الصناعات الحرفية الصغيرة جداً فتشكل 76.9% من إجمالي مشاريع الصناعات التحويلية والبالغة (116720) شركة، أما الشركات الكبيرة فتشكل 0.3% .

ماذا يمكن الاستنتاج من هذه الأرقام والإحصائيات: -

- إن القطاع الخاص وبحكم عدم السماح له بدخول جميع المشاريع الاستثمارية التي يرغب بإقامتها بدون أي قيود في المرحلة السابقة لم تتجاوز مساهمته في التكوين الرأسمالي عن 34% وهي نسبة ضعيفة ولا تشير إلى وجود قطاع خاص ذي شأن (حتى عام 1988 كانت أغلب الصناعات التحويلية الرئيسية والهامة محصورة بالقطاع العام ولا يسمح بمزاولتها من قبل القطاع الخاص قرار وزير الصناعة 4322 تاريخ 1988/12/3)..

- إن القطاع الخاص لم يكن يجازف بدخول قطاعات ذات معدلات استرداد طويلة لأسباب تتعلق بضعف التمويل ومعدلات الضريبة المرتفعة والصعوبات الإدارية والتكلفة التي تتطلبها عمليات الترخيص.
- باختصار لم يكن القطاع الخاص في المرحلة السابقة يمثل إمكانيات القطاع الخاص السوري وكانت المشاركة في حدودها الدنيا (أقرب للهامشية).
- لأسباب تتعلق بعدم قدرته على المنافسة من ناحية أعباء التكاليف التي يتحملها وعدم تطور البنية المصرفية والخدمية بالشكل المنافس حتى الآن أمام الدول المجاورة أو المشابهة لظروفنا الاقتصادية فإن حجم مشاركته مازالت دون المستويات المطلوبة.
- أما بالنسبة للشركات الصغيرة المتوسطة فالوضع الراهن على النحو التالي:
  - لا يوجد حتى الآن في سورية تعريف رسمي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة مقارنة مع التعريفات الشائعة عموماً في أوروبا. فالمفوضية الأوروبية تعرف المشروعات الصغيرة والمتوسطة على أنها الشركة التي تشغل أكثر من 10 أشخاص وأقل من 250 شخصاً، والتي يتجاوز حجم مبيعاتها 2 مليون يورو ويقل عن 50 مليون، وميزانيتها الإجمالية تزيد عن 2 مليون يورو وتقل عن 43 مليون يورو.
  - إن الإحصائيات المتوفرة حول حجم القطاع الخاص في سورية غير دقيقة. حيث يمكن تقدير أن 99% من المؤسسات الخاصة التي يمكن تصنيفها ضمن فئة المشروعات الصغيرة جداً، تشغل أقل من عشر أشخاص، وتهيمن عليها الملكية الفردية والشراكة، إضافة إلى ذلك، هناك قطاع كبير غير رسمي ومتناثر على حد سواء في المناطق الحضرية والريفية، ويقدر حجم اليد العاملة التي يشغلها بحوالي 43%.
  - تشكل الشركات الصغيرة والمتوسطة في سورية أكثر من 90% من عمالة واستثمارات القطاع الخاص وتختلف نسبتها حسب القطاعات والنشاطات الاقتصادية فهي تصل إلى 80% في قطاع التجارة السياحة و 50% في قطاع الزراعة والبناء وإلى 30% في قطاع الصناعة وتتراجع إلى 20% في قطاع النقل والمواصلات.

ورغم ذلك فإن مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي مازالت متواضعة ولا تتناسب مع قدراتها الكامنة لو تم دعمها وتشجيعها وبخاصة في مجالي الإنتاج الصناعي والتصدير.

- أما الأمر اللافت في هذا النوع من الشركات فهو اعتماده على الصيغ العائلية أو الفردية على حساب الأشكال الأخرى التعاقدية (كشركات الأشخاص والتوصية البسيطة ومحدودة المسؤولية وحتى شركات الأموال الخاص) مما يجعلها أقل قدرة على الاستجابة لمتطلبات التطوير والابتكار والكفاءة الإدارية والإنتاجية.
- في سورية يعتمد على عدد المستخدمين دون التركيز على رقم الأعمال السنوي أو المبيعات أو الأرباح لصعوبة تقديرها حيث يدخل في هذا التصنيف الحرف اليدوية بجميع أشكالها.
- من ناحية أخرى، هناك تصنيف مستخدم على نحو واسع للمشاريع ذات الملكية الخاصة في سورية يمكن اعتماده كمرجع لتلك المشروعات التي تعتبر كمشروعات صغيرة جداً وصغيرة ومتوسطة.
- كل الصناعات الحرفية المرخص لها وفق القانون /47/ لعام 1954 لديها حوالي 5 عمال. في المقابل معظم الصناعات التحويلية المرخصة وفق القانون /21/ لعام 1958 حيث يمكن اعتبار غالبيتها كمشروعات صغيرة ومتوسطة الحجم، ويمكن اعتبار كل الصناعات المحدثة وفق قانون الاستثمار رقم /10/ كمشروعات متوسطة وكبيرة.

شكل (1): شركات الصناعات التحويلية الخاصة حسب الحجم (2003/12/31)

النسبة	عدد العمال	النسبة	عدد المشروعات	الحجم / الترخيص
57.42%	218541	76.96%	89838	حرفيين (صغيرة جداً)
37.52%	142806	22.64%	26437	صناعية (صغيرة ومتوسطة)

%5.06	19202	%0.4	445	قانون الاستثمار رقم /10/
%100	380549	%100	116720	المجموع:

المصدر: التقرير السنوي لمديرية القطاع الخاص والحرف، وزارة الصناعة /2003/.

شكل (2): شركات الصناعات التحويلية الخاصة حسب النشاط (2003/12/31)

النشاط	عدد المشروعات	النسبة	عدد العمال
صناعات نسيجية	21851	%10.72	76266
صناعات كيميائية	17600	%15.07	65576
صناعات غذائية	14376	%12.31	59463
صناعات أخرى (من ضمنها الهندسية)	62893	%53.88	179244
المجموع	116720	%100	380549

المصدر: التقرير السنوي لمديرية القطاع الخاص والحرف، وزارة الصناعة /2003/.

- من بين ما يزيد على 116 ألف شركة، هناك فقط 26 ألف يمكن تصنيفها كشركة صغيرة ومتوسطة أي بنسبة 22.64%، أما 76.9 منها فهي صغيرة جداً.
- وكما يبين الجدول التالي، فإن غالبية تلك المشروعات تعمل في القطاعات النسيجية والكيميائية والغذائية، ويضم بند كل الصناعات الأخرى جميع أنواع المشروعات الهندسية.

شكل (3): شركات الصناعات التحويلية الخاصة

(المشروعات الصغيرة والمتوسطة المصنفة وفق القانون /21/ لعام /1958/)

النشاط	عدد المشروعات	النسبة	عدد العمال
النسيج	10054	%38.03	40044
الكيميائيات	5077	%19.20	34372
الغذائية	4513	%17.7	27139
كل الصناعات الأخرى	6793	%25.69	41251
المجموع	26437	%100	142806

المصدر: التقرير السنوي لمديرية القطاع الخاص والحرف، وزارة الصناعة /2003/.

تعاني هذه الشركات من مشكلات وصعوبات عديدة حالت وتحول حالياً دون انطلاقها وتعزيز دورها في حركة العمل الاقتصادي الخاص ومن هذه الصعوبات: -

1 - غياب السياسة المالية والضريبية الداعمة لهذا النوع من الشركات: حيث تخضع هذه الشركات إلى القوانين الضريبية نفسها التي تطبق على المنشآت الكبيرة بعكس ما هو معمول في أغلب دول العالم.

وكمثال على ذلك فإن شركة من هذا النوع تشغل تسعة عمال ورقم أعمالها السنوي 90 ألف دولار منه (25) ألف دولار كأرباح تدفع من الضرائب والرسوم ما يقارب (7620) دولاراً يشكل ما نسبته 30% من الأرباح و 8.4% من رقم الأعمال السنوي وهي تشمل (رسم الترخيص الإداري- ضرائب عقارية- رواتب وأجور- رسم السجل التجاري والصناعي- ضرائب دخل- تأمينات اجتماعية ورسوم سيارات....) (ملخص دراسة قام بها مركز الأعمال السوري - الأوروبي - حزيران 2002) .  
ومن الواضح أن هذه الأعباء غير مشجعة في ظروف المنافسة .

2 - غياب فرص الابتكار التكنولوجي: حيث يتم التعامل مع التكنولوجيا الجديدة على أنها آلات جديدة تخضع للضريبة وليس بصفتها عامل في زيادة الإنتاجية.

3 - غياب الإعفاءات الضريبية مقابل خلق فرص العمل.

4 - غياب النظام المالي والمصرفي المناسب والتكاليف المرتفعة للإقراض حيث أن تكاليف القروض الصغيرة قد تصل إلى 10% من قيمة القرض بالإضافة إلى خدمات القرض مما يؤثر على قدرة تلك المنشآت على التطوير والتوسيع والتصدير.

5 - ضعف خدمات التدريب وتطوير المهارات.

6 - ضعف قنوات الحصول على معلومات الأسواق الخارجية وخدمات الدعم الاستشاري والنصح.

إن جميع تلك الصعوبات حالت دون أن تلعب هذه الشركات دوراً مهماً وأساسياً في دعم النشاط الاقتصادي بصورة أكثر فاعلية.

### تحديات لابد من مواجهتها:

لنحاول اعتماد تحليل SOWT على المستوى الاستراتيجي لمعرفة نقاط القوة والضعف للقطاع الخاص السوري والفرص التي يمتلكها والتهديدات التي يتعرض لها.

وقبل ذلك لابد من التأكيد على نقاط ثلاث: -

- إن حجم تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية إنما يعتمد على درجة تطور القطاع الخاص وقدرته على إقامة المشاريع الجديدة وامتلاكه للوسائل والأدوات الكفيلة بإنجاز مهماته بأقصى درجات الكفاءة والفاعلية ويكمن دور الدولة هنا باستخدام سياساتها الاقتصادية الكلية لتأمين الجو الملائم للعمل الاقتصادي وضمان منظومة الأمن الاجتماعي وعدم تكرار تجارب الدخول في العمل التجاري والصناعي المباشر.

- إن القطاع الخاص يتجه عادةً بصورة تلقائية نحو النشاطات الأكبر ربحية والأجدي ربحية وخلال هذا السعي يحقق أهدافاً اجتماعية عديدة كامتصاص العمالة وإدخال تقنيات جديدة وخلق مجالات تصديرية واسعة.

- إن اقتصاد السوق وهو النقيض المباشر لاقتصاد التخطيط المركزي يترك الحرية للأفراد والمؤسسات للعمل في إطار قواعد عامة تضعها الدولة وتنظمها باتجاه ضمان وجود حالة المنافسة الكاملة والاستفادة القصوى من إمكانيات هذا القطاع، فنظام السوق من خلال آلية السعر يؤدي إلى تحقيق نقطة الكفاءة القصوى في استخدام الموارد النادرة للاقتصاد من خلال التعادل الحدي للأسعار والنفقات.

في العودة لتحليل SOWT يمكننا إيراد ما يلي: -

على المستوى الداخلي: نقاط القوة STRENGTH تتمثل في: -

- وجود مدخرات محلية وخارجية كبيرة غير مستثمرة بالشكل الأمثل.

- امتلاك المرونة في التعامل مع الأسواق المحلية والخارجية وسرعة في التجاوب.

- امتلاك ميزات المشاريع الصغيرة والمتوسطة من ناحية سرعة اتخاذ القرار والابتكار وخفض التكاليف .

- تراكم مجموعة من الخبرات في إدارة الأعمال الناجحة قد تكون مغتربة في الوقت الحالي.

- التحرك بدافع الربحية والأمان والقدرة على إنجاز الأعمال بكفاءة إنتاجية عالية (قلما تحصل خسارات).
- أما نقاط الضعف الموجودة **WEAKNESS** فيمكن تلخيصها بـ :-
- ضعف التنافسية أمام الانفتاح على الأسواق الخارجية من ناحية أعباء التكاليف وأساليب الترويج.
- الافتقار لنظم التدريب والتأهيل الملبيبة لاحتياجات المشاريع القائمة.
- الاعتماد على الصيغ العائلية والفردية التي قد لا تؤمن استمراراً للمشاريع.
- عدم وجود تميز في التسهيلات والإعفاءات بين المشاريع الاستهلاكية البسيطة والمشاريع الاستراتيجية ذات معدلات الاسترداد الطويلة.
- ضعف التكنولوجيا المستخدمة وفنون الإدارة الحديثة والافتقار لنظم البحث والتطوير.
- عدم تلقي الشركات لدعم استشاري وتدريب ومعلوماتي من مراكز الدعم بالشكل المطلوب.
- ضآلة الضخ التمويلي لإقامة المزيد من المشاريع.
- أما على المستوى الخارجي فإن الفرص **OPPORTUNITY** فتنتمثل في :-
- إقرار مبدأ اقتصاد السوق وبالتالي فإن جميع التشريعات القادمة ستخدم دخول استثمارات جديدة داخلية وخارجية.
- السماح له بالدخول في أغلب المشاريع والقطاعات التي كانت حكرًا على القطاع العام سابقاً.
- إمكانية استثمار المدخرات الفردية المحلية في مشاريع مساهمة ضمن سوق مالية واعدة.
- تخفيض أعباء التكاليف بعد إنشاء مدن صناعية تضم خدمات بنية تحتية مشتركة وإعادة النظر بالتكاليف التي تجعلها منافسة للدول المجاورة ومن ضمنها التكاليف الإدارية والمالية والتسويقية للمشروع نفسه.

- انفتاح الأسواق العربية والأوروبية على المنتجات السورية عبر اتفاقيات التجارة الحرة وإمكانية الاستفادة منها بالإضافة لنظام الأفضليات المعمم GSP للدخول بدون جمارك لأسواق دول متقدمة.
- وجود منظمات عريقة داعمة للأعمال كخرف التجارة والصناعة قادرة بمزيد من التطوير على تلبية احتياجات وخدمات هذه الشركات وبخاصة معلومات الأسواق الخارجية بعد أن تم ربطها بمراكز المعلومات الأوروبية.
- إمكانية استقطاب فروع لشركات عالمية عبر شركات قابضة بعد إقرار القانون الخاص بذلك.
- إمكانية الحصول على تمويل بشروط مشجعة من وحدة تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة في بنك الاستثمار الأوروبي.
- الاستفادة من خدمات مؤسسة دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي ستكون بديلاً لمركز الأعمال السوري- الأوروبي وإنشاء هيئة لترويج الصادرات.

#### أما التهديدات المتوقعة **THREAT** فيمكن ذكر ما يلي: -

- عدم القدرة على المنافسة وتلبية متطلبات الجودة وارتفاع تكلفة المنتج المصدر في ضوء تلقي منتجات أغلب الدول الأخرى للدعم والتشجيع المباشر.
- عدم القدرة على استقطاب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة أمام وجود منافسات استثمارية أكثر تنافسية في أغلب دول العالم.
- عدم تلقي الشركات الصغيرة والمتوسطة الدعم التمويلي والاستشاري الكافي للاستفادة من ميزات وجودها.
- عدم الإسراع بإنجاز مؤسسات مشتركة تدعم القطاع الخاص مثل (مؤسسات ترويج الصادرات- تدريب وتأهيل- إبداع صناعي وتجاري وبحوث- اختبار جودة المنتج- سوق الأوراق المالية- ترويج الاستثمارات- ضمان انتماء الصادرات الاستثمارية وصناديق ضمان القروض الصغيرة والمتوسطة) .

#### الدور المستقبلي:

المطلوب أن يكون القطاع الخاص قطاعاً مؤسستياً منظماً عبر تسهيل الانتقال للصين التشاركية وشركات الأموال وتوفير البيئة التشريعية والخدمية التي تضمن له الدخول في جميع

المشاريع التي يرغب بإقامتها مع تشجيعه بإعفاءات إضافية للدخول في مشاريع استراتيجية تخدم عملية التنمية وتخلق فرص عمل واسعة.

كما يؤمل لهذا القطاع وعبر أساليب تشجيعية حكومية وخاصة من دخول اقتصاد المعرفة وإقامة المشاريع ذات المكوّن المعرفي والتكنولوجي الأعلى لخلق قيم مضافة أكبر. أن ترعى شؤون هذا القطاع بالإضافة للمؤسسات الحكومية بعد تطوير خدماتها مراكز أهلية داعمة للأعمال من غرف تجارة وصناعة وزراعة وسياحة وجمعيات واتحادات وحاضنات ترتقي به إلى مستوى المنافسة والانفتاح واستيعاب فنون الإدارة والتقانات الحديثة وتلقي خدمات النصح والمشورة والتدريب والتمويل، وفي هذه الحالة فقط ستتعاظم مخرجاته بالقيم المطلقة لا النسبية وتكون حجم استثماراته بالنسبة التي تتيح الوصول إلى معدلات نمو لا تقل عن 6% ومضاعفة الدخل القومي خلال السنوات العشر القادمة.

#### آفاق تطور المنظمات الداعمة للأعمال (نماذج دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في

#### إيطاليا):

تتلقى هذه الشركات مجموعة من أساليب الدعم حسب نوع المنظمات الداعمة من (غرف واتحادات وجمعيات وحاضنات) وسوف أحاول التركيز على نموذج متميز من أساليب هذا الدعم يقوم به المركز الخارجي لغرف التجارة في منطقة (VENETO) الإيطالية والذي اطلعت عليه ميدانياً من خلال دورة دراسية وتدريبية في إطار مشروع أوروبي- إيطالي INTEGRA وهو شبكة تواصل معلوماتي بين الدول المتوسطة ودول البلقان من أجل دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال لتطوير عمل غرف التجارة ومراكز الخدمات الأخرى وتدريب كوادر هذه المراكز لتطور تلك الشركات، ومحاولة إسقاط هذا النموذج على البيئة السورية والاستفادة من أنواع الخدمات والنشاطات التي يقدمها لشريحة هذه الشركات وفي تطوير قطاع الأعمال الخاص نظراً لتمييز ونجاح النموذج الإيطالي على المستوى العالمي ولكونه الأقرب بيئياً للنموذج السوري.

وقبل الدخول في عرض هذا النموذج وإمكانية تطبيقه مستقبلاً لدى غرف التجارة

السورية لابد من ذكر بعض النقاط التمهيديّة: -

يوجد في إيطاليا مجموعة واسعة من المنظمات الداعمة للأعمال منها على سبيل المثال

في منطقة VENETO:-

- غرف التجارة والصناعة والزراعة والحرف (بصورة مجتمعة) ( CAMERA DEL ) (COMMERCO).
- الاتحاد الإيطالي في مجال الخدمات والسياحة والتجارة (COMFOCOMMERCIO).
- تجمع مصدري VERONA .
- تجمع صناعي فينيسيا من أجل التصدير INVEXPORT .
- تجمع الشركات الصغيرة والمتوسطة في مدينة VICENZA (API) .
- تجمع شركات ومصنعي فينيسيا.
- اتحاد المهن اليدوية (COMFORTISANAT) .
- اتحاد الخدمات الثقافية (CMFOCULTURA) .
- معهد التجارة الخارجية الإيطالي (ايتشه) تابع للحكومة.
- الغرف الإيطالية تشمل (التجارة والصناعة والزراعة والحرف مجتمعة) وهي مؤسسات شبه رسمية تخضع لقانون عام يحدد صلاحياتها ومسؤولياتها وتشرف على السجل التجاري والتسجيل فيها إلزامي لجميع الأفراد والشركات التي تزاول عملاً اقتصادياً مما يمنحها موارد كبيرة منتظمة لتقديم خدمات ونشاطات عديدة، في حين أن الغرف السورية يفترض أن تقوم بخدمات وأنشطة جديدة لتطوير قطاع الأعمال ولكن دون أن تمتلك الموارد المطلوبة (كون التسجيل فيها غير إلزامي ولعدم إشرافها على السجل التجاري كما هو الحال في الغرف الإيطالية).
- تنتمي الغرف الإيطالية إلى النظام الأوروبي من غرف التجارة الذي تعتبر بموجبه الغرف مؤسسات عامة تشرف على السجل التجاري والتسجيل منها إلزامي في حين أن النظام الانجلوساكسوني للغرف والذي تتبع له غرف إنكلترا وبلجيكا تكون الغرف مؤسسات خاصة غير مشرفة على السجل التجاري، أما الغرف السورية فتعتبر قطاعاً مختلطاً.
- إحدى أهم وظائف الغرف الإيطالية هي المرجعية والتمثيلية أي أن الغرف تمتلك قاعدة بيانات لجميع الشركات العاملة في المجال الاقتصادي فهي مرجع معلوماتي

لها وهي بنفس الوقت تمثل أصحاب المهن والاختصاصات وتعبر عن رأيهم كون التسجيل فيها إلزامي للجميع.

في حين أن هاتين الوظيفتين لا تستطيع الغرف السورية تأديتهما بفاعلية كاملة لعدم إشرافها على السجل التجاري والصناعي لجميع العاملين في الحقل الاقتصادي (أي أن الوظيفة مقسمة بين غرف التجارة والصناعة وبين السجل التجاري التابع لوزارة الاقتصاد والتجارة).

- قامت الغرف الإيطالية بتأسيس مؤسسات ومراكز خدمات خاصة تابعة للغرفة من بينها (مراكز لترويج الصادرات - مراكز للتجارة الخارجية - مدارس تجارية - مدارس مهنية - مؤسسات لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة - مراكز معارض - مراكز للفحص والاختبارات - بورصة عقارات)، وذلك بهدف تقديم خدمات جديدة لأعضائها بشكل مستقل عن وظائف غرف التجارة التقليدية، في حين أن الغرف السورية ورغم أن القانون /131/ لعام 1959 قد خولها في المادة (59) إحداث وإدارة المؤسسات ذات الصيغة التجارية التي من شأنها خدمة التجارة والدعاية لها كالمعارض الدائمة والأسواق وغيرها.

وكلمة (غيرها) الواردة في القانون يمكن أن تشمل جميع المراكز التجارية والمؤسسات والمدارس التي سبق ذكرها أنفاً التي أقامتها الغرف الإيطالية.

- تقوم الغرف الإيطالية بالإضافة للأعمال الروتينية للغرف من تسجيل وتصديق بربط شبكة المعطيات التي تستخدمها إلى الشركات المسجلة لديها، كما تقوم بتحليل المعلومات المتاحة لديها ونشرها بصورة دورية. وهي تتعاون في مجال الدراسات والأبحاث مع الجامعات والمراكز العلمية الخاصة، كما تقوم بتنظيم دورات للتخضير من أجل التقدم لامتحان الحصول على تسجيل المهن التجارية.

- تعتمد الغرف الإيطالية في الحصول على المعلومات عن الأسواق الخارجية وفي دعم المشاركة في المعارض وتنظيم البعثات التجارية على غرف التجارة الإيطالية - الأجنبية المشتركة والتي تضم (38) غرفة مشتركة في الخارج تتبع لاتحاد الغرف الإيطالية وهي بذلك تعتبر نوافذ خارجية للغرف الإيطالية بهدف ترويج الصادرات الإيطالية.

في سورية يمكن الاستفادة من تنظيم مجالس رجال الأعمال السورية - العربية والأجنبية المشتركة لتحقيق نفس الأهداف السابقة من خلال تفعيلها وتحويلها لنقاط ارتباط معلوماتي مع الخارج.

- يوجد في إيطاليا بحدود (104) غرفة تجارة، تشمل جميع المدن التي يزيد عدد سكانها عن (200) ألف نسمة تقريباً، كما يوجد اتحاد للغرف في كل منطقة يتبع في النهاية لاتحاد الغرف الإيطالية ومقره روما.

- تقوم الغرفة في كل مدينة إيطالية حتى ولو كانت صغيرة بعدد سكانها مثل غرفة تجارة فينيسيا بفتح فروع لها في مناطق جغرافية ضمن الحدود الإدارية لمنطقة المدينة تقدم خدمات التسجيل والتصديق للشركات المتواجدة في المنطقة المعنية. وجميع هذه الفروع تتبع المركز الرئيسي في المدينة وهذا ما يساعد في تقديم الخدمات بصورة أسهل، في حين أن الغرف السورية تتركز في المدن الأكثر سكاناً في المحافظة مما يؤدي لصعوبة الوصول إلى خدمات الغرفة (وبخاصة في غرف المحافظات السورية).

- مواقع الغرف الإيطالية على شبكة الانترنت يتم تحديث معلوماتها يومياً وهذا ما يجعلها أكثر جاذبية للدخول إليها والحصول على المعلومات المطلوبة.

- يعتمد تصنيف الشركات في إيطاليا وفي تحديد الرسوم السنوية على نوع الشركة القانوني (مؤسسة فردية - شركات أشخاص - شركات أموال) وليس على قدم الشركة أو سمعتها.

- أغلب المؤسسات والتجمعات الخاصة للمصدرين أو للمنتجين الموجودة في إيطاليا لديها علاقات تعاون وثيق مع غرف التجارة الإيطالية رغم كونها مؤسسات خاصة 100% باعتبار أن الغرف الإيطالية تشجع إقامة مثل هذه الهيئات مادامت تهدف لدعم وتطوير الشركات الإيطالية.

- أغلب خدمات الغرف التجارية غير التقليدية مثل الدورات والاستشارات والمعلومات يتم تقديمها للشركات المسجلة ضمن رسم معين، أي أن عضوية الغرفة لا تخول

الشركة الحصول على جميع الخدمات والنشاطات بصورة مجانية وذلك بهدف استمرار وجود موارد مادية للغرفة لإقامة مشاريع وخدمات جديدة.

- رغم أن غرف التجارة الإيطالية بحكم قانون تأسيسها لا تهدف إلى الربح إلا أن جميع نشاطاتها وخدماتها مأجورة لتغطية تكاليف إقامة مثل هذه الخدمات، وأن هدف عبارة (لا تهدف إلى الربح) هو أن لا يكون الهدف الرئيسي من تقديم الخدمة هو الربح المادي فقط بل أن يكون الهدف من ذلك هو تقديم الخدمة بحد ذاتها فإن كانت هذه الخدمة رابحة (أو مغطية لتكاليفها) فإن ذلك يكون أمراً مستحسنًا.

#### المركز الخارجي للغرف التجارية في منطقة VENETO وخدماته الرئيسية:

تم تأسيس هذا المركز عام /1986/ بإشراف وتمويل من سبع غرف تجارية في منطقة VENETO وبدعم من الحكومة المحلية واتحاد الغرف الإيطالية ووزارة الاقتصاد وهذه الغرف هي (بيللونو - بادوفا - روفيجو - تريفيزو - فينيسيا - فيرونا - فيشينزا) وهو بمثابة وكالة محلية لترويج التجارة والمركز يعمل مع التنظيمات الاقتصادية المحلية لترويج مشاريع التجارة الدولية وتزويد رجال الأعمال العاملين في أسواق التصدير بالمساعدة والاستشارة وذلك بهدف تعزيز تواجد أعمال منطقة VENETO في الأسواق الخارجية من خلال فتح الآفاق نحو فرص جديدة وتطوير التعاون ومن ضمنه التعاون الصناعي مع الشركات الخارجية، ويقوم قسم التسويق الدولي وهو القسم الرئيسي في المركز بالخدمات التالية: -

- المشاركة في المعارض التجارية الدولية المتخصصة.
- تنظيم الندوات واللقاءات وورشات العمل المتخصصة بالتصدير.
- تنظيم البعثات التجارية واستقبال الوفود التجارية الخارجية وتنظيم زيارات الوفود التجارية الخارجية وتحضير برامج الاجتماعات.
- تقديم المعلومات والاستشارات والتدريب للشركات المحلية.
- إصدار نشرة نصف شهرية تهتم بالفرص التصديرية والبحث عن شركاء تسمى (VENETO EXPORT).

والمركز مستقل بخدماته عن غرف التجارة في منطقة فينيتو ويرأسه حالياً رئيس غرفة تجارة (روفيجو) وللمركز شبكة تعاون معلوماتي مع العديد من الدول من خلال نقاط ارتباط تدعى (VENETO HOUSES) منتشرة في أكثر من (32) بلد في العالم يهدف إلى تجميع معلومات عن أسواق الدول الأخرى وتزويدها للشركات الصغيرة والمتوسطة المسجلة في المركز أو في غرف VENETO، كما يضم المركز مراكز معلومات عن دول معينة مثل الصين (CHINA DESK) يضم جميع المعلومات التي تحتاجها الشركات الإيطالية عن الأسواق الصينية، كما يضم المركز معلومات عن حوالي (5000) شركة متواجدة في منطقة VENETO مثل رقم الأعمال - المبيعات - العنوان - النشاطات.....، ويقوم المركز في كل عام بوضع برنامج سنوي لنشاطاته وخدماته مثل (دورات تدريبية- معارض- وفود- ...) ويتم توزيع هذا البرنامج على الشركات المهمة، وهذا لا يعني أن البرنامج نهائي وإنما قد يتم تعديله وفق رغبات واهتمامات الشركات المسجلة مثل المعارض والدورات والندوات.

هناك حوالي 450 ألف شركة مسجلة في (7) غرف تجارية في منطقة VENETO. ولا يتم تنظيم الوفود التجارية الخارجية أو المشاركة في المعارض من قبل الغرف السبعة إلا من خلال هذا المركز وبالتنسيق معه. يعمل في المركز حوالي (27) موظفاً موزعين ضمن أقسام متخصصة وفي كل قسم هناك شخص واحد مسؤول وتوزيع أقسام إدارة التسويق الدولي يتم حسب أهمية الدول بالنسبة لإيطاليا فهناك أقسام: -

- الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.
- شمال أمريكا وكندا.
- دول الاتحاد السوفييتي سابقاً.
- دول الاتحاد الأوروبي.
- دول شرق آسيا والصين.
- شرق أوروبا ووسطها والبلقان.

وهناك لكل قسم كادر مساعدة إدارية مؤلف من موظفين للمساعدة في أعمال الطباعة أو الترجمة... بالإضافة إلى (3) موظفين سكرتارياً لمدير عام المركز.

وهناك قسم خاص للصناعات الغذائية نظراً لأهمية منطقة VENETO في هذا المجال. كما يوجد مركز معلومات أوروبي ضمن بناء المركز وهناك تعاون مستمر بينهما. يقوم المركز بإعداد ندوة تعريفية قبل إقامة أي نشاط مثل معرض خارجي أو وفد خارجي للتعريف بذلك البلد وقوانينه التجارية وأنظمتها الاقتصادية ومجالات المنافسة فيه يتم دعوة المهتمين إليها ومن ثم يتم تنظيم الوفد أو المعرض (حدث ذلك في الوفد الإيطالي المتوجه إلى إيران - الجناح الإيطالي في معرض طرابلس في ليبيا -...).

والتقسيم الجغرافي لا يعني إلغاء منطقة معينة في العالم وإنما تم التركيز عليها نظراً لأهميتها بالنسبة لمنطقة VENETO أكثر من غيرها وهو تقسيم للمساعدة في التخصص وإعطاء المعلومات للشركات الإيطالية بصورة مباشرة.

وهذا الغنى في مراكز الخدمات لمنطقة VENETO أوصل مستوى ناتجها المحلي إلى الناتج المحلي لدولة مثل الأرجنتين أو لدولتين مثل البرتغال واليونان، وهذه المنطقة التي تقع في شمال شرق إيطاليا ولا يزيد عدد سكانها عن (4.5) مليون نسمة. تعتبر حالياً واحدة من أقوى المناطق اقتصادياً في أوروبا (رغم أنها كانت في مطلع القرن العشرين ضعيفة وفقيرة) ويصل حالياً ناتجها المحلي إلى 74.1 مليار يورو عام /2001/، وهو يشكل 9.85% من الناتج المحلي الإيطالي، وهو ينمو بمعدل يزيد عن 2,2% سنوياً، ويعود الفضل في تحقيق هذه النتائج الاقتصادية المؤثرة إلى الطاقة الإنتاجية الضخمة التي تتمتع بها هذه المنطقة، حيث يوجد فيها حوالي 447626 شركة (باستثناء الزراعة) وهذا يعادل شركة واحد لكل 10.1 شخص مقيم، أو شركة لكل شخص ناشط اقتصادياً.

هذا وقد بلغت قيمة الصادرات الإجمالية لمنطقة VENETO حوالي 38.9 مليار يورو، وتشكل 14.5% من الصادرات الإيطالية.

ولمحاولة إسقاط خدمات هذا المركز على ما يمكن أن تقوم به الغرف أو المؤسسات المحدثة التابعة لها في مجال دعم قطاع الأعمال يمكن اقتراح المشاريع التالية والتي يمكن تنفيذها بصورة تدريجية وفق تنامي احتياجات الشركات التنافسية وبشكل يُضاف للخدمات والنشاطات التي تقوم بها حالياً:-

## المشروع الأول:

### إنشاء قسم استشاري لدعم وتطوير الشركات الصغيرة والمتوسطة:

- تقديم خدمات استشارية لأصحاب هذه الشركات في مجالات عديدة منها:
- المساعدة في حل المشاكل الإدارية والمالية والتسويقية التي تعترضها .
- تصميم هياكل إدارية ذات كفاءة.
- المساعدة في عملية نقل التكنولوجيا المناسبة.
- المساعدة في عمليات الحصول على تراخيص الامتياز والوكالات.
- المساعدة في تحضير خطة العمل والبيانات المالية لإعداد ملف الإقراض.
- تقديم خدمات نصح في إنشاء العقود مع الجهات الخارجية في مجال (الاستيراد - التصدير - التعاون الفني والتقني - التدريب...).
- تقديم معلومات عن الأسواق الخارجية (اتجاهات الطلب- السلع المنافسة - عادات الاستهلاك...).
- تقديم معلومات عن كيفية البدء بإنشاء مشروع تجاري أو صناعي أو خدمي جديد والقطاعات والمشاريع الأكثر جدوى ومردودية.
- إعداد دراسة جدوى تمهيدية لتسهيل حصول المشروع على التمويل من قبل المصارف، وذلك بهدف تحسين القدرة التنافسية لهذه الشركات داخل وخارج القطر نظراً لعدم امتلاكها لأقسام متخصصة لتحضير مثل هذه المعلومات.

## المشروع الثاني:

### إنشاء نقاط ارتباط معلوماتية للغرفة في الخارج (قاعدة معلومات عن الأسواق الخارجية)

## DAMASCUS HOUSES

### الأهداف:

- الحصول على معلومات عن الأسواق الخارجية تضم ما يلي: -
- معلومات عامة واقتصادية عن البلد المعني.
- اتجاهات الطلب على السلع السورية في ذلك البلد.
- هيكل السلع المنافسة وأسعارها.
- عادات الاستهلاك.

- مستويات الدخل.
- المعارض الدولية والتخصصية وكيفية الاشتراك فيها.
- عناوين الهيئات الاقتصادية وغرف التجارة والصناعات وتجمعات رجال الأعمال.
- عناوين السفارات السورية في تلك البلدان.
- أسماء وعناوين ونشاطات الشركات العربية والأجنبية الموجودة في كل بلد.
- أنظمة التجارة وهيكل الرسوم الجمركية والضرائب الأخرى.
- شروط التصدير والاستيراد والمواصفات المطلوبة.
- طرق الشحن الرئيسية / مرافئ - مطارات /....
- أسعار العملات في كل بلد وقوانين تداول العملة فيها.
- ملخص عن الحياة الاجتماعية والثقافية في كل بلد.
- توقيع اتفاقية تعاون معلوماتي بين الغرفة وبين غرف التجارة لأهم الدول التي يوجد تعاون اقتصادي أو تجاري أو صناعي بينها وبين سورية حالياً أو مستقبلاً، ومن خلال تحضير COUNTRY PROFILE عن سورية ومبادلته مع الدول الأخرى.
- افتتاح نقطة ارتباط معلوماتي في الغرفة العربية أو الأجنبية الخارجية باسم (DAMASCUS HOUSS) وبشكل متبادل مع الغرفة مع تحديد الدول والغرف التي سيتم توقيع اتفاقيات افتتاح نقاط ارتباط معلوماتي .
- يتم تبادل المعلومات بشكل مباشرة وسريع عن طريق البريد الإلكتروني E-MAIL أو عن طريق إنشاء موقع فرعي ضمن موقع الغرفة على الانترنت بعنوان (فروع المعلومات الخارجية) يتم الدخول إليها من قبل الجهات الخارجية المتعاونة لتبادل المعلومات من خلال PASSWORD /خاص/.

### المشروع الثالث:

#### مركز تدريب الغرفة (TRAINING CENTER): (تم بدء العمل به)

##### الأهداف:

- رفع كفاءة أداء العاملين في المجال التجاري والصناعي والخدمي من الشركات المسجلة في الغرفة من خلال إطلاعهم وتدريبهم على أحدث التقنيات والأساليب الإدارية والتسويقية والمالية المستخدمة في مجال عملهم، مما يحقق ريعية إضافية للشركة من خلال ارتفاع إنتاجية العامل أو الموظف أو المدير أو صاحب العمل نفسه.
- منح شهادات تدريب من قبل الغرفة للجهات المتدربة وهذه الميزة منتشرة في أغلب غرف التجارة في العالم.

### المشروع الرابع:

#### الغرفة الإلكترونية E- CHAMBER :

##### الأهداف:

- إنجاز جميع الأعمال من (تسجيل- اشتراك- تصديق- إضافة معلومات- تسديد رسوم بصورة إلكترونية دون الحاجة لمراجعة الغرفة مما يوفر جهداً ووقتاً).
- تسهيل وتسريع دخول الأعضاء المسجلين في الغرفة بصورة إلكترونية فورية إلى قاعدة المعلومات لدى الغرفة عبر الدخول إلى موقع الغرفة على شبكة الانترنت من أجهزة الكمبيوتر الموجودة لدى كل شركة أو صاحب عمل مسجل لدى الغرفة، والحصول على المعلومات التي يريدها من:-
  - خدمات الغرفة.
  - نشاطاتها.
  - الأسئلة التي يود طرحها أو المواضيع التي يرغب الإطلاع عليها.

## المشروع الخامس:

### نشرة الصادرات السورية (SYRIAN EXPORTS):

#### الأهداف:

- إصدار نشرة كل شهرين مرة يتم توزيعها ونشرها عبر الانترنت وبشكل ورقي داخل وخارج القطر بهدف الإعلان عن الصادرات السورية وعناوين الشركات السورية الراغبة بالتصدير إلى الخارج.
- المساهمة في الترويج للصادرات والمنتجات السورية.
- وتحضير الأقسام الرئيسية للنشرة باللغتين العربية والإنكليزية والتي تتألف من:-
  - صفحة تتضمن أخبار اقتصادية عن الأسواق الخارجية.
  - صفحة تتضمن تحليلاً لوضع اقتصادي معين يؤثر على عملية الصادرات السورية للخارج.
  - صفحة تتضمن في كل عدد معلومات عن قطاع تصديري معين في سورية.
  - صفحة تتضمن أسماء وعناوين بعض الشركات السورية الراغبة بتصدير سلع معينة على النحو التالي: -
    - اسم الشركة.
    - العنوان.
    - أنواع السلع التي ترغب بتصديرها.

## المشروع السادس:

### نشرة الاستثمار في سورية (INVESTMENT IN SYRIA):

#### الأهداف:

- إصدار نشرة شهرية ورقية وعلى الانترنت للمساهمة في ترويج العمل الاستثماري في سورية من خلال عرض لمناخ الاستثمار والفرص الاستثمارية المتاحة وعناوين الشركات المحلية الراغبة بالتعاون الاستثماري، وتضم:-
  - صفحة عن واقع الاستثمار العالمي (مؤشرات عامة).

- صفحة عن مناخ الاستثمار في سورية (قوانين- تشريعات - مؤشرات).
- صفحة عن القطاعات الاقتصادية الأكثر جاذبية للاستثمار في سورية وفرص الاستثمار المتاحة (صناعة- تجارة- خدمات - سياحة).
- صفحتان تتضمنان أسماء وعناوين الشركات السورية الراغبة بالتعاون الاستثماري مع الشركات الخارجية أو التعاون الفني أو التقني أو التدريبي.

بالإضافة إلى مشاريع أخرى تخدم قطاع الأعمال مثل:-

- مركز تحكيم تجاري لفض النزاعات التجارية بصورة ودية.
- مركز للتجارة الخارجية بمشاركة مجموعة من الغرف لترويج الأعمال التصديرية وتنظيم المعارض والوفود ومعلومات الأسواق الخارجية (بشكل مشابه لنموذج مركز VENETO).
- مركز لفحص واختبار المنتجات المعدة للتصدير بصورة اختيارية.
- مركز لتنمية الإبداع الصناعي والتجاري بالتعاون مع الجامعات والمعاهد ومركزا للبحوث بهدف تقديم أفكار وفرص استثمارية غير تقليدية وتحليل المشاكل.

## المراجع:

- 1- اقتصاديات الصناعة والتصنيع مع اهتمام خاص بدراسات الجدوى الاقتصادية .
  - 2- تنظيم المشروعات.
  - 3- منشآت الأعمال الصغيرة- اتجاهات في الاقتصاد الكلي.
  - 4- قرار التحول إلى القطاع الخاص- غايات عامة ووسائل خاصة .
  - 5- اقتصاد السوق .
  - 6- مقالات ودراسات منشورة في النشرة الاقتصادية لغرفة تجارة دمشق.
  - 7- تعريف وصياغة برنامج دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية .
  - 8- تقرير الدورة التدريبية الإطلاعية حول مشروع تدريب كوادر مراكز الخدمات من أجل تطوير الشركات الصغيرة والمتوسطة في دول المتوسط والبلقان INTEGRA .
  - 9- تقرير الدورة الدراسية حول التجارة الخارجية في الخدمات.
  - 10- تقرير الجولة الإطلاعية على غرف التجارة الأوروبية.
- د. محمد محروس إسماعيل - مؤسسة شباب الجامعة - الإسكندرية /1992/
- د. روبرت هينررتش- مركز الكتب الأردني /1991/
- جالن سبنسرهل- الدار الدولية للنشر والتوزيع - القاهرة /1989/
- جون - د. درناهيو - الجمعية المصرية /1991/
- د. حسين عمر - دار الكتاب الحديث- القاهرة /1999/
- التقرير النهائي (آذار 2005) - الاتحاد الأوروبي و DFC إيطاليا من : 2002/11/22 - 2003/2/15
- إيطاليا من : 2002/3/29-4
- هولندا- بلجيكا- بريطانيا 1/22 - 1999/2/4