مقدمة :

أعطت دول العالـــم اهتماماً كـــبيراً لقضـــية تنمية صادراتها – وذلك باعتبار أن التصدير للخارج يعد الوسيلة المتاحة لاستغلال الطاقات الإنتاجية الوطنية ، ولتخفيض معدلات البطالة لديها ، ولتحسين ميزان المدفوعات والميزان التجارى الخاص بها .

ولقد لجأت بعض الدول – وبصفة خاصة الدول الأوروبية إلي تكوين التحالفات الاقتصادية – مثل السوق الأوروبية المشتركة ، وما ترتب على ذلك من تخصص كل دولة أو أكثر فى تصدير منتجات معينة بالذات ، هذا بالإضافة إلى إصدار اتفاقية الجات (منظمة التجارة الدولية) .

وأدى ذلك إلى ضرورة إتخاذ التدابير اللازمة من جانب الدول المختلفة – وبصفة خاصة الدول النامية ، وذلك لإعادة هيكلة نظم التجارة بها – وخاصة فى الدول التى تزيد فيها معدلات وخسائر الطاقة غير المستغلة – نتيجة عدم كفاية حجم الطلب المحلى على منتجاتها مقارنة بالطاقة الإنتاجية المتاحة بها .

هذا ، ولقد أصبح لزاماً على مجموعة الدول النامية – إتخاذ التدابير اللازمة لتأهيل منتجاتها بحيث تصير هذه المنتجات ذات مركز تنافسى متقدم بالسوق الخارجى – وذلك للحصول على حصة كافية اقتصادياً من إجمالى السوق الخارجى لمنتجاتها – ويتأتى ذلك فى حالة اكتساب تلك المنتجات المزايا التنافسية فى ضوء المعايير والمقاييس الدولية الخاصة باجتياز تلك المنتجات لاختبارات المطابقة والفحص اللازمين لقبولها بالأسواق الخارجية .

وتهدف الدراسة فى هذه الكراسة المستقبلية ... إلى توضيح الرؤى من وجهة النظر العلمية والعملية والواقعية فيما يتعلق بأهم الأساليب الاقتصادية والمحاسبية والبيئية والفنية التى يمكن الاعتماد عليها لأغراض تأهيل المنتجات الصناعية لإجادة جودتها وتأكيد هذه الجودة بأسواق التصدير إلي الخارج ، وذلك في إطار المعايير والمقاييس المحليةوالعالمية ، وأيضاً فى ضوء محددات إدارة شركات ومؤسسات الأعمال والتي تهدف إلى تعظيم الربح Profit Maximization ، والمحددات الدولية للصادرات والتي تهدف إلى منع التلوث البيئى Pollution Prevention الناتج عن المنتجات المستوردة ، وتخفيض كمية مخلفات استخدام هذه المنتجات Product Residual ، ومع الأخذ فى الاعتبار تأكيد جودة Quality Assurance تلك المنتجات أيضاً .

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة – ثم تقسيمها إلي الأجزاء الآتية :

أولاً : العوامل المؤثرة في المزايا التنافسية .

ثانياً : تأكيد الجودة الفنية للمنتجات .

ثالثاً : دراسة دورة حياة المنتج لأغراض تأهيل المنتجات للتصدير .

رابعاً : الأسعار والتكاليف والتنمية المتواصلة .

خامساً : الحوافز الضريبية للصادرات .

د. احمد فرغلى
يناير ٢٠٠٢