

الباب الأول الاستعراض المرجعي والإطار النظري

يتناول هذا الباب في فصلين عرضاً وافياً لكل من المفاهيم المرتبطة بالتجارة الخارجية ومؤشرات القدرة التنافسية ، كما يتناول من ناحية أخرى المحاور الأساسية للبحوث والدراسات والرسائل والتقارير العلمية ذات الصلة بهذه المفاهيم ، وتتبع ما تضمنته من تحديد للمشكلات واقتراح للأهداف واستخدام للمناهج البحثية العلمية المختلفة ، وكذا أهم ما جاء بها من نتائج وتوصيات خاصة في مجال الطلب الخارجي ، ويستهدف هذا العرض الإلمام بأكبر قدر من الأفكار والمعلومات والمفاهيم والمناهج ذات الصلة بموضوع الدراسة ، والتي تعتبر حجر الأساس في إنجاز وتحقيق أهداف الدراسة ، باعتبارها امتداداً للدراسات التي أجريت في مجال التجارة الخارجية بصفة عامة ، وللسلع والمنتجات الزراعية والغذائية بصفة خاصة . ليس هذا فقط ، بل يتناول هذا الباب كذلك الإطار النظري لبعض الجوانب والمفاهيم المرتبطة بالتحليل الاقتصادي لقضايا التجارة الخارجية والتكتلات الدولية ذات العلاقة بموضوع الدراسة .

وقد خصص الفصل الأول من هذا الباب للاستعراض المرجعي للدراسات والبحوث السابقة التي عالجت موضوعات ترتبط بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بالدراسة الحالية ، بينما خصص الفصل الثاني بالإطار النظري للدراسة .

الفصل الأول

الاستعراض المرجعي

يعتبر الاستعراض المرجعي خطوة أساسية لأي دراسة علمية وذلك لمساهمته في وضع المنهج العلمي وأسلوب عرض ومناقشة النتائج الذي تعتمد عليه أي دراسة أخرى في هذا المجال ، ومن ثم تأتي هذه الدراسة كحلقة متصلة ومكملة للدراسات والبحوث السابقة ونظراً لندرة الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال الطلب العالمي على المنتجات الغذائية المصنعة من الخضر والفاكهة فإن الجزء التالي من الدراسة يتناول أهم الدراسات والبحوث المتعلقة بالمنتجات الغذائية المصنعة من الخضر والفاكهة بصفة عامة ، لأنه لا يمكن دراسة السوق الخارجي بمعزل عن السوق المحلي وذلك بغية التعرف على :

1- أوجه القصور التي لم تستطع معظم الدراسات السابقة تغطيتها

2- استخدام الطرق المختلفة لتوصيف وتحديد أهم المتغيرات الاقتصادية وكذا الأساليب القياسية المستخدمة في تقدير دوال الطلب الخارجي على هذه المنتجات .

3- مقارنة النتائج المتحصل عليها بالنتائج السابقة .
ومن ثم فقد تم تصنيف هذه الدراسات والبحوث وفقاً للجوانب التي تناولتها الدراسة إلى قسمين:

1- الرسائل والبحوث العلمية.

2- الدراسات الخاصة بمكاتب التمثيل التجاري ومجلس الوزراء والجهات الأخرى.

وقد روعي الترتيب الزمني للدراسات والبحوث السابقة داخل كل قسم على حده وفيما يلي استعراضاً لهذه الدراسات .
أولاً: الرسائل والبحوث العلمية .

أوضح جاد الله⁽¹⁾ أن صناعة تجفيف البصل لاقت نجاحاً كبيراً في جمهورية مصر العربية وذلك لأنها تعتمد على تحويل البصل النقصه والمتخلف عن التصدير إلي بصل مجفف، وقد بدأت صناعة التجفيف قبل الحرب العالمية الثانية وبدأ تصدير البصل المجفف منذ أوائل الأربعينيات، ومما ساعد على تطور هذه الصناعة انخفاض تكاليف العمالة في مصر وبالتالي زيادة قدرتها على التنافس هذا فضلاً عن زيادة الطلب على البصل المجفف المصري نظراً لأهميته في صناعة الحفظ بالعلب في أوروبا والولايات المتحدة.

وتعتبر إنجلترا وألمانيا الغربية من أهم الدول المستوردة للبصل المصري المجفف والتي منها هولندا وسويسرا. وقد كان البصل المصري المجفف يستحوذ على نحو 80% من واردات الدول الأوروبية حتى عام 1963، ثم تعرض البصل المصري المجفف بعد ذلك للمنافسة السعرية من جانب دول الكتلة الشرقية في أسواقه التقليدية وذلك نتيجة اتباع الأساليب التكنولوجية الحديثة في الإنتاج. وفيما يختص بإجمالي صادرات مصر من البصل المجفف فإنه يتضح أن الكميات المصدرة إلي الأسواق العالمية أخذت تتذبذب ما بين الزيادة والنقصان فقد كانت الكمية المصدرة حوالي 1569 طن عام 1952 بلغت ذروتها عام 1959 حيث بلغت جملة الصادرات حوالي 7209 طن بينما أخذت الكمية المصدرة بعد ذلك في التذبذب حتى وصلت 4926 طن وذلك عام 1969.

(1) فارس عياد شاكر. جاد الله ، دراسة اقتصادية تحليلية لإنتاج وتسويق البصل في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، 1972

كما بينت الدراسة أن الأهمية النسبية للمملكة المتحدة في صادرات مصر للبطصل المجفف قد انتابها التباين ما بين فترة وأخرى فقد كانت تستورد حوالي 34.4% من إجمالي صادرات البطصل المجفف وذلك خلال الفترة 1952-1956 ثم انخفضت إلى 28.6% خلال الفترة 1958-1963 بينما وصلت إلى 42.4% وذلك خلال الفترة 1965-1969 .

وبدراسة الأهمية النسبية لألمانيا لصادرات مصر من البطصل المجفف تبين أن هناك انخفاض ملحوظ فقد كانت 22% من إجمالي صادرات البطصل المجفف خلال الفترة 1952-1957 ثم أخذت في الانخفاض بعد ذلك حتى بلغت 19.3% خلال الفترة 1958-1963 وصلت بعد ذلك إلى 3.6% خلال الفترة 1965-1969. ويعزي هذا التباين في الأهمية النسبية إلى تزايد عدد الدول المستوردة للبطصل المجفف المصري وكذا تزايد الكميات المصدرة لكل منها كما يعزي أيضا إلى ظهور الإنتاج المنافس لدول الكتلة الشرقية وبالأسعار المنافسة دون النظر إلى أسعار التكلفة مع الاعتماد على التطورات التكنولوجية الحديثة مما أتاح لها منافسة قوية في أسواق البطصل المصري التقليدية هذا بالإضافة إلى ارتباط التجارة الدولية بالنواحي السياسية والعسكرية .

كما توصل بدوي⁽¹⁾ إلى أن زيادة الطلب العالمي على البطصل المجفف حذى بالكثير من دول العالم إلى الاهتمام بهذه الصناعة، سواء كانت دول منتجة لمحصول البطصل الطازج أو مستوردة له بغرض تصنيعه، سواء كان إنتاج البطصل المجفف للسوق المحلي أو للتصدير الخارجي. وعلى الرغم من ذلك فإن الصادرات المصرية من البطصل المجفف لا تمثل نسبة كبيرة من إجمالي الصادرات المصرية من البطصل بنوعيه الطازج والمجفف، بما لا يتمشى مع التطور العالمي للطلب على البطصل، حيث لا زال الجانب الرئيسي من الصادرات المصرية من البطصل يرتكز أساساً على صادرات البطصل الطازج.

فمن الملاحظ أن قيمة صادرات مصر من البطصل المجفف ضئيلة نسبياً بالمقارنة بقيمة صادرات البطصل الطازج، حيث لم ترتفع النسبة المئوية لقيمة صادرات البطصل المجفف عن حوالي 29% من إجمالي قيمة صادرات مصر من محصول البطصل بنوعيه عام 1963.

كما أشارت الدراسة لتطور إجمالي كمية الصادرات المصرية من البطصل المجفف على مستوى أهم الدول المستوردة له، حيث تبين تركيز الصادرات

(1) محمد سعيد مصطفى أحمد بدوي ، دراسة تحليلية للطلب العالمي على البطصل المصري ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، 1974.

بصفة أساسية خلال الفترة 1950 - 1972 في دول غرب أوروبا، وكانت أهم الدول المستوردة طبقاً للأهمية النسبية لإجمالي الكمية المصدرة للدولة لإجمالي كمية الصادرات المصرية خلال فترة الدراسة كانت المملكة المتحدة بأهمية نسبية بلغت حوالي 35%، تليها ألمانيا الاتحادية بأهمية نسبية بلغت 13% ثم هولندا بأهمية نسبية بلغت نحو 11%، فسويسرا بأهمية نسبية بلغت حوالي 11% .
وتبين أيضاً أن ترتيب الدول وفقاً للأهمية النسبية لكمية الصادرات إليها من البصل المجفف لإجمالي كمية الصادرات المصرية لم يكن في صورة مستقرة على مدار سنوات فترة الدراسة، وتغير هذا الترتيب وتغيرت الأهمية النسبية من سنة لأخرى، فالاختلاف في الأهمية النسبية لكمية الصادرات إلي جميع الدول كان واضحاً تماماً خلال سنوات الدراسة، فيما عدا المملكة المتحدة التي ظلت محتفظة بنسبة مرتفعة من إجمالي كمية الصادرات المصرية من البصل المجفف على مدار سنوات فترة الدراسة - باستثناء عامي 1957، 1958، للظروف السياسية في ذلك الوقت- كما أوضح تطور إجمالي قيمة الصادرات المصرية من البصل المجفف وعلى مستوى أهم الدول المستوردة له مرتبة طبقاً للأهمية النسبية لإجمالي قيمة الصادرات إلي تلك الدول بالنسبة لإجمالي قيمة الصادرات المصرية خلال الفترة 1950-1972 فكانت المملكة المتحدة متصدره جميع الدول المستوردة للبصل المصري المجفف بأهمية نسبية بلغت نحو 34% من إجمالي قيمة الصادرات المصرية خلال نفس الفترة، تليها ألمانيا الاتحادية بأهمية نسبية قدرها حوالي 12% ثم سويسرا بأهمية نسبية بلغت نحو 10.5% فهولندا بأهمية نسبية قدرها حوالي 10.3% وهذه هي أهم الأسواق التي تتركز بها صادرات مصر من البصل المجفف بصفة أساسية .

في حين قامت نجلاء والي⁽¹⁾ عام 1975 بدراسة التجارة الخارجية للأغذية المصرية المحفوظة حيث أوضحت الدراسة أن هناك طلب عالمي متزايد على الأغذية المعلبة والمجمدة المصرية ، وخاصة بالأسواق العربية بل أن الجودة والنظافة والعناية بالتعبئة والتغليف وانتظام ورودها إلى الأسواق وفي الأوقات المناسبة والإعلان والترويج والتعرف على العوامل المؤثرة على الطلب الخارجي لأهم ثلاث مجموعات من المعلبات المصرية وهي العصير والخضر والبقول باعتبارهم من السلع غير التقليدية ، وذلك من خلال سلاسل

(1) نجلاء محمد والي ، التجارة الخارجية للأغذية المصرية المحفوظة ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة عين شمس ، 1975 .

زمنية وأخرى نصف سنوية للتعرف على مستقبل هذه السلع كسلع تصديرية غير تقليدية وعلى المتغيرات المستقبلية التي تحدد الدوال الطلبية العالمية لهم وخاصة الأسعار للوقوف على مدى تأثير الكميات المصدرة بالتغيرات التي تحدث بها . وقد اعتمدت الدراسة في تقدير الدوال الطلبية العالمية للمجموعات الثلاث من المعلبات موضع الدراسة على بيانات إجمالي الكميات المصدرة إلى الأسواق العالمية والتي تعتبر الدول العربية أهمها حيث تستحوذ على 81 % من متوسط إجمالي الكميات المصدرة من المعلبات خلال الفترة من عام (1969 - 1973) وذلك لعدم توافر سلاسل زمنية منتظمة لكل سوق على حده ولفترة زمنية مناسبة للتحليل الإحصائي ومتوسط سعر الطن من كل مجموعة من هذه المجموعات، ولقد أوضحت النتائج عدم استجابة الكمية المطلوبة للتغيرات السعرية بالنسبة للبقول المحفوظة حيث لم تستجيب الكميات المطلوبة من البقول للتغيرات السعرية ، كما أوضحت الدراسة أيضاً أن متوسط سعر الطن الحقيقي لهذه المجموعات الثلاث من المعلبات في السوق العالمي ليس هو العامل المحدد الرئيسي للكمية المصدرة منها بل أن هناك عوامل أخرى من أهمها العوامل السياسية ، والكميات المنتجة تعتبر من أهم العوامل المحددة للكميات المصدرة بالإضافة إلى جودة ونظافة الصناعة والتعبئة والتغليف وتوفير وسائل النقل اللازمة في الأوقات المناسبة حتى يمكن توفيرها في الأسواق الخارجية في الزمان والشكل المناسب للمستهلك .

كما قدم إسماعيل⁽¹⁾ في عام 1979 دراسة عن الكفاءة التسويقية لبعض الزروع الخضرية في جمهورية مصر العربية ، وذلك بهدف تحليل الحقائق المحيطة بكفاءة النظام التسويقي للطماطم ، وتطبيق بعض المؤشرات لقياس الكفاءة التسويقية وتحديد العلاقات القائمة بين مختلف أجزاء النظام ، والأسس التي يمكن من خلالها تحسين الكفاءة التسويقية للطماطم ولقد تبين من هذه الدراسة أن تصنيع الطماطم يعد مسلكاً تسويقياً يبني عليه آمال مرجوة في تنظيم عرض هذه السلعة ، وإن كان لا يمثل أهمية تذكر بالنسبة لكمية إنتاج الطماطم . وتتضح أهمية تصنيع الطماطم في ظل مشاكل تخزين الثمار الطازجة ومحدودية المصدر منها لعدم تحملها طول فترة الشحن ، وتواجه صناعة الطماطم في جمهورية مصر العربية بوضعها الحالي عديد من المشاكل التي تجعل دورها

(1) صبحي محمد السيد اسماعيل ، الكفاءة التسويقية لبعض الزروع الخضرية الهامة في جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، 1979 .

محدوداً ، في تقليل التقلبات العنيفة في أسعار الطماطم ، وأهم تلك المشاكل اعتمادها في التعليب على الصفيح الذي يستورد بأسعار مرتفعة ، وارتفاع أسعار القصدير والكاوتش السائل والتي تعتبر من المواد الأولية الهامة ، وما يترتب على ذلك من ارتفاع تكلفة إنتاج الصلصة بما يحول دون التوسع في تصنيعها . لذلك كله فإن التصنيع يلعب دوراً محدوداً في تنظيم عرض الطماطم ومنتجاتها في جمهورية مصر العربية. وبدراسة تكلفة إنتاج صلصة الطماطم بشركتي قها وأدفيينا وفقاً لمختلف عبواتها لوحظ انخفاض نسبة تكلفة مستلزمات الإنتاج من إجمالي التكلفة بصفة عامة بزيادة حجم العبوة حيث بلغت هذه النسبة نحو 81 % في العبوة زنة 70 جرام وأخذت في التناقص بصفة عامة حتى بلغت 74 % في العبوات زنة 375 ، 400 جرام ، وقد يرجع ذلك بصفة أساسية إلى تزايد قيمة المستلزمات وخاصة العبوات الصفيح بمعدلات تقل عن معدلات زيادة حجم العبوة وأوضحت الدراسة أيضاً أن سعر الطماطم الطازجة الداخلة في التصنيع هو العنصر الأساسي الذي يؤثر على تكاليف الإنتاج ، وبالتالي هو أهم العوامل المؤثرة على سعر الصلصة. وبالنسبة لصلصة الطماطم المنتجة محلياً فهناك ثلاثة مستويات لأسعارها هي :

1- سعر البيع من شركات الإنتاج إلى شركات تجارة السلع الغذائية بالجملة .
2- سعر البيع من شركات تجارة السلع الغذائية بالجملة إلى شركات المجمعات الاستهلاكية وتجارة التجزئة والبقالين التعاونيين والمجمعات التعاونية الطائفية .

3- سعر البيع للمستهلك بجميع الجهات وتحددها جبرياً لجنة يمثل فيها وزارة التموين والأمانة الفنية للصناعات الغذائية ، وجهاز تخطيط الأسعار، وشركتي قها وأدفيينا ، وأقترح تحديد هذه المستويات السعرية في ضوء المستوى العام لتكاليف الإنتاج وبإضافة نسبة ربح تبلغ 5 % للشركات المنتجة ، 5 % لشركات الجملة ، 10 % لتجار التجزئة .

وارجع عبد الرحمن ⁽¹⁾ أهمية الصادرات من الخضر المجففة لعاملين أساسيين أولهما مرتبط بأهمية التصدير لمصر كدولة نامية لما تمثله حصيلة الصادرات من مورد محلي بالعملة الأجنبية، ومن جهة أخرى نظراً لما تتمتع به الخضروات المجففة المصرية من قبول بالأسواق الخارجية حيث بلغت صادراتها 51.6% من إجمالي صادرات قطاع حفظ الأغذية إلي الأسواق الخارجية سنة

(1) عمرو محمد النقي عبد الرحمن ، دور الصناعات التحويلية في تنمية الصادرات المصرية، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس، 1989.

1983، وبذلك تؤدي هذه الصناعة إلى رفع القيمة الاقتصادية للإنتاج الزراعي بحفظه وإعادة عرضه في غير مواسم توفره حيث تفتقر البلاد الأوروبية إلى الخضر الطازجة خلال موسمي الربيع والشتاء مع تمتع الإنتاج المصري بالنكهة الجيدة المرغوبة في الأسواق الدولية. وبتحليل هيكل الصادرات المصرية من الخضروات المجففة يلاحظ أنه يتم توجيه معظم الإنتاج إلى الأسواق الخارجية حيث يعتمد الاستهلاك المحلي على الإنتاج الطازج من الخضر بصفة أساسية.

وبالنسبة للتوزيع الجغرافي تعد أسواق أوروبا الغربية هي الأسواق الرئيسية للصادرات المصرية من الخضر المجففة حيث تبين أن سوق المملكة المتحدة هو السوق الرئيسي للبصل المجفف المصري وذلك عامي 1980، 1981 يليه سوق ألمانيا الاتحادية ثم هولندا، أما عام 1982 احتل سوق ألمانيا الغربية المركز الأول من بين الأسواق التقليدية للبصل المصري المجفف يليه إنجلترا ثم هولندا. وقد كان نصيب سوق المملكة المتحدة من إجمالي الصادرات المصرية 58.7%، 41.2%، 18.6% للسنوات 80، 81، 1982 ونصيب ألمانيا الاتحادية 17%، 26.4%، 36.6% ونصيب هولندا 16.1%، 13.8%، 7.9% خلال نفس الفترة، وبذلك استحوذت هذه الأسواق الثلاثة على معظم صادرات مصر من البصل المجفف. وعام 1983 يلاحظ احتلال المملكة المتحدة المركز الأول لإجمالي صادرات البصل المجفف المصري ثم هولندا ثم ألمانيا الاتحادية بنسبة 39.7%، 20.7%، 17.3% على الترتيب من إجمالي الصادرات. أما عام 1984 احتلت المملكة المتحدة المركز الأول من إجمالي الصادرات بنسبة 57.9% ثم ألمانيا الاتحادية بنسبة 14.7% ثم هولندا بنسبة 10%.

وبالنسبة للثوم المجفف تعد المملكة المتحدة هي السوق الرئيسي سنة 83 وحتى 1984/11 وتعتبر أمريكا من أسواق التصدير المصرية للثوم المجفف سنة 1983، وبلجيكا وألمانيا الاتحادية وهولندا إلا أن التصدير ليس سنويا إلى تلك الأسواق ويتميز بالتقلب نظرا للمنافسة الشديدة في الأسواق العالمية من الولايات المتحدة الأمريكية والصين والهند وكندا. كما أوضح أن المنتجات الأخرى من المجففات وتشمل البامية المجففة والكرات والبطاطس والجزر المجفف تصدر بكمية ضئيلة بالمقارنة بصادرات البصل المجفف، وتواجه صادرات الكرات المجفف بمنافسة دول أوروبا الشرقية وأسبانيا وتركيا والمغرب كما تواجه صادرات الجزر المجفف بصادرات إسرائيل وجنوب أفريقيا وأمريكا.

وأوضحت نجوى⁽¹⁾ أن كمية الصادرات من البصل المجفف بشركة النصر تراوحت بين حد ادني بلغ نحو 2218 طن عام 1979 وحد أعلى بلغ نحو 5762 طن عام 1981/80. كما قدر كمية المصدر من البصل المجفف عام 1975 بنحو 4879 طن انخفض لنحو 4260 عام 1982/81 ويمثل نحو 87% من إنتاج عام 1975. أما عام 1989/88 فقدرت الصادرات بنحو 3252 طن مقابل نحو 4764 طن عام 1986/85. ويلاحظ أن الصادرات في حالة تناقص نتيجة لنقص الإنتاج من البصل المجفف وتعزوه الشركة لنقص البصل الطازج وعدم توافره بالموصفات المطلوبة وارتفاع أسعاره، كما بينت أن كمية صادرات البصل المجفف بشركة النصر لتجفيف المنتجات الزراعية خلال الفترة 1975-1989/88 تأخذ اتجاهها عاما متناقصا بمعدل سنوي بلغ نحو 110 طن تمثل نحو 2.6% من متوسط كمية الصادرات بالشركة خلال فترة الدراسة والمقدرة بنحو 4148 طن ولم تثبت معنويتها الإحصائية .

وبدراسة تطور متوسط سعر طن الصادرات من البصل المجفف لشركة النصر خلال فترة الدراسة تبين وجود زيادة مضطربة في متوسط سعر الطن حيث قدر بنحو 684 جنيه عام 1975 ارتفع لنحو 1059 جنيه عام 1981/80 بزيادة تقدر بنحو 55% ثم لنحو 1611 جنيه عام 1986/85 واستمر في الارتفاع حتى بلغ 3748 جنيه عام 1989/88 بزيادة تقدر بحوالي 448% من عام 1975، ويلاحظ أن السعر قد تضاعف حوالي 5 مرات خلال فترة الدراسة. وبدراسة الاتجاه العام لمتوسط سعر طن صادرات البصل المجفف بشركة النصر تبين أن هناك اتجاهًا عامًا متزايدًا بمعدل سنوي بلغ نحو 195 جنيه يمثل نحو 11.9% من متوسط سعر طن صادرات البصل المجفف بالشركة خلال فترة الدراسة والمقدر بنحو 1644 جنيه.

كما أشارت دراسة نجوى⁽²⁾ إلى صغر حجم الكمية المصدرة من الثوم المجفف المصري خلال فترة الدراسة 1980-1995، فقد تراوحت بين حدين حد أعلى بلغ نحو 528 طن عام 1983 بلغت قيمتها نحو 369 ألف جنيه وحد ادني بلغ نحو 140 طن عام 1981 بلغت قيمتها نحو 130 ألف جنيه، كما أوضحت أن كمية صادرات الثوم أخذت اتجاهها عاما متناقصا معنويا إحصائيا بمعدل

(1) نجوى مسعد العجرودي ، اقتصاديات تصنيع بعض محاصيل الخضار ، رسالة دكتوراه ،

قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة قناة السويس ، 1991 .

(2) نجوى مسعد العجرودي، اقتصاديات إنتاج وتصنيع وتصدير الثوم في مصر ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد السادس ، العدد الأول، مارس 1996 .

تتناقص سنوي بلغ نحو 5.18 طن يمثل نحو 3.5% من متوسط الكمية المصدرة خلال فترة الدراسة والبالغ نحو 150 طن، بينما متوسط سعر الطن من الثوم المجفف اخذ في الزيادة خلال فترة الدراسة فبلغ نحو 817 جنيه عام 1980 ازداد إلي 1615 جنيه عام 1987 ثم اخذ في الزيادة حتى بلغ نحو 6713 جنيه عام 1994، وبينت أيضا أن متوسط سعر الطن أخذ اتجاهاً عاماً متزايداً بمعدل معنوي إحصائياً بلغ نحو 337.5 جنيه سنوياً يمثل نحو 15.3% من متوسط سعر الطن خلال فترة الدراسة والبالغ نحو 2211 جنيه .

وقد خلصت الدراسة إلي أن صادرات الثوم المجفف سجلت اتجاهاً عاماً متناقصاً بمعدل بلغ نحو 5.18 طن سنوياً على الرغم من تزايد متوسط سعر الطن من الثوم المجفف خلال فترة الدراسة بنحو 7.1% وأرجعت ذلك إلي تناقص إنتاج الثوم بشركة النصر لتجفيف المنتجات الزراعية بنحو 7.2 طن سنوياً خلال فترة الدراسة وكذلك تناقص صادرات الشركة من الثوم المجفف خلال فترة الدراسة بمعدل بلغ نحو 1.99 طن سنوياً. في الوقت الذي ازداد فيه سعر الطن من صادرات الثوم المجفف من نحو 1159 جنيه عام 1981/80 إلي نحو 7147 جنيه عام 1995/94 .

وفي دراسة أبو العينين عن الاقتصاد السياسي للتصنيع الموجه للتصدير في كوريا الجنوبية⁽¹⁾ أوضحت الدراسة أن نجاح استراتيجية التصنيع الموجه للتصدير أو استراتيجية النمو الموجه للسوق العالمي يعتمد بدرجة أقل على العوامل الخارجية مثل فرص الحصول على تمويل خارجي وتعتمد بدرجة أكبر على العوامل الداخلية الآتية :

- 1- مرونة السياسات الاقتصادية .
- 2- عدالة توزيع الدخل القومي .
- 3- الارتباط بين القطاعات الاقتصادية المختلفة وتحقيق التنمية الزراعية .
- 4- التعبئة الناجحة للتمويل المحلي ، وارتفاع الميل المحلي للادخار وتنمية السوق المحلي للائتمان .
- 5- زيادة التراكم المحلي لرأس المال حتى يقل الاعتماد على رؤوس الأموال الأجنبية .

(1) مسعد السعيد أبو العينين (دكتور) ، الاقتصاد السياسي للتصنيع الموجه للتصدير في كوريا الجنوبية ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر ، التصدير استراتيجية قومية ، القاهرة ، نوفمبر 1996 .

- 6- تفضيل المشروعات الخاصة صغيرة الحجم على سيطرة المشروعات الاحتكارية كبيرة الحجم في مجال التصنيع .
 - 7- الإنتاج المحلي للتكنولوجيا .
 - 8- حوافز لتشجيع الصادرات ليس في الأسواق المعتادة فحسب بل في الأسواق الجديدة .
 - 9- حرية ومرونة المؤسسات المتعلقة بالتجارة الخارجية .
 - 10- تغيير الأشكال التقليدية للصادرات .
 - 11- إصلاح سياسة سعر الفائدة والسياسات الضريبية .
- وقد أوضحت الدراسة المذكورة أن الأخذ بالتوصيات السابقة يسهم في نجاح التصنيع الموجه للتصدير .
- وقد أجرى حسن (1) عام 1998 دراسة تحليلية لدور الصناعات التحويلية الزراعية في تنمية الاقتصاد القومي المصري استهدفت بشكل عام إلقاء الضوء على الدور الذي يمكن أن تلعبه الصناعات التحويلية الزراعية في تنمية الاقتصاد القومي وبالتالي دورها في التخفيف من حدة ما يواجهه الاقتصاد القومي من مشكلات . وقدم الباحث بعض التوصيات التي أمكن التوصل إليها من خلال الدراسة وهي :
- 1- ضرورة معالجة أوجه القصور والاختلال الحالية والتي أظهرتها نتائج الدراسة عن طريق انتهاج سياسة الخصخصة في الوقت الحالي بالنسبة لأهم الصناعات التحويلية الزراعية مثل الصناعات الغذائية ، وصناعة الغزل والنسيج.
 - 2- ضرورة دعم التكامل الرأسي بين فروع الصناعات التحويلية المختلفة وزيادة قوى الدفع إلى الأمام في نطاق القطاع الصناعي المصري
 - 3- ضرورة انتهاج سياسة من شأنها ضرورة إعادة رسم خريطة صناعية شاملة لمصر توزع فيها المناطق المناسبة للصناعات المختلفة طبقاً لتوافر المواد الخام وتكلفة الأيدي العاملة .
 - 4- التنسيق الكامل بين قطاع الصناعات التحويلية الزراعية وقطاع الزراعة.
 - 5- إقامة المجتمعات الزراعية الصناعية المتكاملة .

(1) عثمان على إسماعيل حسن ، دراسة تحليلية لدور الصناعات التحويلية الزراعية في تنمية الاقتصاد القومي للمصري ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة الأزهر ، 1998 .

وأجرى أحمد⁽¹⁾ دراسة اقتصادية لتسويق الطماطم والصلصة ، حيث أوضحت النتائج دور صناعة المنتجات الغذائية في المقتصد الصناعي المصري. حيث زادت قيمة المنتجات الغذائية المصنعة من حوالي 17.3 % عام 1981 إلى حوالي 26.7 % عام 1997 من إجمالي قيمة المقتصد الصناعي المصري مما يؤكد على أهميتها ، كما بلغ معدل النمو السنوي في قيمة المنتجات الغذائية حوالي 16.3 % خلال الفترة 1981-1997 في حين بلغ ذلك المعدل حوالي 14.8 % على مستوى المقتصد الصناعي المصري . بالإضافة إلى ذلك فعملية التصنيع الزراعي تؤدي إلى زيادة مرونة عرض المنتجات الزراعية وتحسين أسعارها محلياً وعالمياً وذلك نتيجة زيادة قابليتها للنقل والتخزين وزيادة الطلب عليها نتيجة لتحويلها في صورة يقبل عليها المستهلك والذي يعني في النهاية تحسين فرص نجاح التسويق لهذه المنتجات . كما تساعد على توفير فرص للعمالة في مجالات التصنيع والتسويق والعمليات المرتبطة بهما وهو ما يؤدي إلى رفع مستوى المعيشة لأفراد المجتمع . كما تؤدي إلى زيادة دخل المزارع وبالتالي زيادة كفاءته الإنتاجية في استخدام الموارد نتيجة زيادة الطلب على المواد الزراعية الأولية الداخلة في الصناعة .

وقام السباعي⁽²⁾ عام 2002 بدراسة اقتصاديات تصنيع بعض الخضر والفاكهة في مصر ، حيث بينت الدراسة أهمية الصناعات الغذائية القائمة على الخضر والفاكهة في مصر خاصة في الوقت الحالي الذي زادت فيه المساحات المخصصة لزراعة الخضر والفاكهة ، نتيجة سياسة التوسع في استصلاح واستزراع الأراضي الأمر الذي أدى إلى حدوث زيادة كبيرة في الإنتاج .

كما أوضحت الدراسة ضالة الكمية الموجهة للتصنيع من حاصلات الخضر والفاكهة على مستوى الجمهورية حيث بلغت في عام 1999 من محاصيل الطماطم والفاصوليا الخضراء والبصل والموايح والعنب والجوافة والمانجو نحو 1 % ، 1.2 % ، 4 % ، 9.9 % ، 28.3 % ، 10.8 % ، من إجمالي إنتاج الجمهورية من تلك الأصناف على الترتيب في نفس السنة . كما بينت الدراسة أن أجور العاملين يليها الصيانة ثم الإهلاك والإيجار ثم الأدوات المكتبية تمثل أهم

(1) محمد عطية أحمد ، دراسة اقتصادية لتسويق الطماطم والصلصة ، رسالة ماجستير ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة الإسكندرية ، 2001 .

(2) ممتاز ناجي محمد السباعي ، اقتصاديات تصنيع بعض الخضر والفاكهة في مصر ، رسالة ماجستير ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة عين شمس ، 2002 .

بنود التكاليف الثابتة بشركة أدينا خلال الفترة (1995-2000) حيث تبلغ نسبتها 62.3 % ، 17.5 % ، 14.9 % ، 4 % ، 1.3 % على الترتيب من متوسط التكاليف الإجمالية الثابتة للشركة ، أما التكاليف المتغيرة فتمثل الخامات الرئيسية والمساعدة أهم بنودها يليها مواد التعبئة والتغليف، ثم المصاريف الصناعية حيث تمثل حوالي 54.6 % ، 38.2 % ، 7.2 % على الترتيب من متوسط التكاليف المتغيرة الكلية بالشركة والبالغة نحو 48.2 مليون جنيه. أما بالنسبة لشركة قها فقد تبين أن أجور العاملين تمثل أهم بنود التكاليف الثابتة حيث تمثل نحو 67.4 % ، أما التكاليف المتغيرة فتأتي الخامات الرئيسية والمساعدة في المرتبة الأولى ، يليها بند مواد التعبئة والتغليف حيث تمثل كل منها نسبة 51.9 % ، 44.5 % على الترتيب . وبينت الدراسة تزايد كمية الصادرات من كل من المربي وصلصة الطماطم والخضروات المعلبة والخضروات المجمدة والبصل المجفف خلال فترة الدراسة (1995-2000) كما بينت تناقص الصادرات من العصائر بمعدل سنوي بلغ 12.7 طن . لذلك أوصت الدراسة باستكمال خصخصة شركات قطاع الأعمال العام للصناعات الغذائية حتى تستطيع الإدارة اتخاذ القرارات المناسبة للعملية الإنتاجية دون قيود أو معوقات حتى يمكن استغلال الطاقات العاطلة في هذه الشركات وقد تبين من الدراسة أن الطاقة العاطلة بشركة أدينا بلغت حوالي 41 % وبشركة قها بلغت حوالي 67 % عام 1999/98 . كما أوصت الدراسة بزراعة الأصناف التي توصي بها مراكز البحوث التي لها مواصفات جودة عالية من حيث اللون والقوام والطعم والنكهة وتكون ذات محتوى عالي من المواد الصلبة الغذائية ليكون المنتج الصناعي على مستوى الجودة المطلوب . كذلك تشجيع إقامة المجمعات الزراعية والصناعية في مناطق الاستصلاح الجديدة وتوجيه المشروعات الجديدة إلى المناطق الزراعية النائية والعمل على توفير قنوات اتصال كافية لتعكس متطلبات ورغبات السوق الخارجي المتغيرة إلى الجهات المختصة . وتطوير نوعية الإنتاج ونظم وأساليب التعبئة لمسايرة حركة التقدم التكنولوجي العالمي . وجذب الشركات العالمية المتخصصة في مجال صناعة حفظ الأغذية لإقامة مشروعات لها بالمناطق الحرة الصناعية لتشجيع حركة الصادرات من هذه المنتجات . وضرورة العمل على تطوير تكنولوجيا التعليب حيث أنها تعتبر عصب صناعة حفظ الأغذية حيث تمثل حوالي 47 % من تكلفة إنتاج العصائر ، وحوالي 31 % من تكلفة إنتاج المرببات وصلصة الطماطم ، وحوالي 32 % من تكلفة إنتاج الخضر

المعلبة ، ومن جهة أخرى يمثل المكون الأجنبي في تكلفة التعليب حوالي 85 % من إجمالي تكلفة التعليب .

وفي دراسة كل من السيسي والشافعي⁽¹⁾ والتي تهدف إلى التعرف على الملامح العامة لسياسة تصنيع المنتجات الغذائية والمشاكل التي تعترض تنمية الصادرات المصرية منها بهدف زيادة العائد التصديري لها . أوضحت الدراسة أن الصناعات الغذائية في مصر تواجه تحديات خارجية وأخرى داخلية تجعلها تفتقر إلى إنتاج سلع عالية الجودة ، ومن ثم فإن قدرتها على المنافسة والنفوذ إلى الأسواق العالمية تكاد تكون محدودة . كما بينت الدراسة أن عدد المنشآت التي تعمل في هذا القطاع بلغت نحو 37.7 ألف منشأة تعمل بعمالة بلغت نحو 357 ألف عامل . كما تمثل الصادرات الغذائية حوالي 31.7 % ، 14.3 % من إجمالي قيمة صادرات السلع الصناعية والكلية على الترتيب كمتوسط للفترة (1994-2002) ، وقد بلغ المتوسط السنوي لقيمة منتجات ذلك القطاع نحو 21.4 مليار جنيه تمثل نحو 31 % من قيمة الإنتاج الصناعي خلال الفترة 1996/95-2002/2003 . وقد تمثلت أهم مشكلات قطاع الأعمال العام والقطاع الخاص والاستثماري في ارتفاع تكاليف عمليات تحديث الصناعة ، وانخفاض إنتاجية العامل ، ونقص التدريب الفني والإداري ، والنقل ، وعدم وجود قاعدة بيانات حديثة عن الأسواق الخارجية ، وارتفاع التعريفات الجمركية على مستلزمات الإنتاج ، وضعف كفاءة الجهاز المصرفي . وأوصت الدراسة بتخفيض الرسوم الجمركية على السلع الاستثمارية ومستلزمات الإنتاج ومعدات النقل والتداول والتبريد ومواد التعبئة والتغليف وتشجيع الصناعات الصغيرة والمتناهية الصغر على التطوير والتوسع وإعفائها من كافة الضرائب والتأمينات ، وتطوير وتحديث المصانع لتتلاءم مع الاتجاهات العالمية في الصناعة والتصدير . وتشجيع الاستثمار في مجال النقل المبرد والمجمد .

وقام السنتريسي⁽²⁾ بدراسة اقتصادية لأثر المتغيرات المحلية والخارجية على إنتاج وصادرات البطاطس المصرية ، والتي من بين أهدافها دراسة التوزيع

(1) سامي محمد السيسي ، محمود عبد المنعم الشافعي ، دراسة اقتصادية لقطاع الصناعات الغذائية في مصر ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد الخامس عشر ، العدد الأول ، مارس 2005 .

(2) تامر محمد عبد الصادق السنتريسي ، دراسة اقتصادية لأثر بعض المتغيرات المحلية والخارجية على إنتاج وصادرات البطاطس المصرية ، رسالة ماجستير ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة عين شمس ، 2006 .

النوعي لصادرات البطاطس، وكذا دراسة تطور الصادرات المصرية من البطاطس المجمدة وتوزيعها الجغرافي والنصيب السوقي لها في أهم الأسواق الاستيرادية ، وأهم الأسواق الواعدة . حيث أوضحت نتائج التوزيع النوعي لصور صادرات البطاطس المصرية أن 96.4% من قيمة الصادرات المصرية من البطاطس بصورها المختلفة تخص البطاطس الطازجة في متوسط فترة الدراسة ، كما تمثل قيمة الصادرات المصرية من البطاطس المجمدة نحو 2.6% ، بينما تتضاءل قيمة صادرات صور البطاطس الأخرى (نقاوي - رقائق - مجففة - نشا - دقيق - تايوكا) ما لا يزيد عن 1% من قيمة صادرات البطاطس بصورها المختلفة خلال الفترة (1994-2003) . وتأتي البطاطس المجمدة الثانية في الترتيب من صور الصادرات المصرية من البطاطس حيث تمثل صادراتها نحو 2.6% من إجمالي قيمة الصادرات المصرية من البطاطس ، حيث بلغ متوسط قيمة صادراتها نحو 1267.4 ألف دولار ومتوسط سعر الطن نحو 689 دولاراً . وتتركز الصادرات المصرية من البطاطس المجمدة بالأسواق العربية خاصة الخليجية ، وخاصة في السوق الإماراتي بنسبة 28.3% والسوق السعودي بنسبة 21.1% ، بينما تتضاءل الصادرات المصرية من البطاطس المجمدة إلى بعض الأسواق الأوروبية والآسيوية .

وأوضحت نتائج دراسة النصيب السوقي للصادرات المصرية من البطاطس المجمدة انخفاضاً بصفة عامة ، حيث بلغت نحو 5.6% ، 1.3% بالنسبة للسوقين الإماراتي والسعودي ، بينما تعاطم هذا النصيب السوقي إلى نحو 16.2% ، 12.63% بكل من السوقين اللبناني والأردني على الترتيب . وتعتبر إنجلترا أهم الأسواق العالمية استيراداً للبطاطس المجمدة حيث تمثل وارداتها نحو 10.8% من متوسط الواردات العالمية من البطاطس المجمدة خلال فترة الدراسة، يليها السوق الفرنسي بنسبة 9% ، ثم ألمانيا بنسبة 7.6% ، وتمثل واردات اليابان من البطاطس المجمدة نحو 7.4% ، والسعودية بنسبة 1.5% ، ومما سبق يمكن اعتبار كل من السوق الإنجليزي والألماني أسواقاً واعدة مستقبلاً لصادرات البطاطس المصرية المجمدة ، حيث تتمتع تلك الأسواق بأهمية نسبية مرتفعة من حيث وارداتها من البطاطس المجمدة بينما يتضاءل النصيب السوقي للبطاطس المصرية بتلك الأسواق . ومن ناحية أخرى تحتل هولندا المركز الأول في تصدير البطاطس المجمدة حيث تصدر نحو 30% من إجمالي صادرات البطاطس المجمدة بدول العالم ، ويليه بلجيكا بنسبة 17.1% ، بينما تضاءلت الأهمية النسبية للدول الأخرى سواء في أوروبا أو آسيا أو أفريقيا في تصدير

البطاطس المجمدة ، وعلى ذلك تعتبر هولندا بمكانة السوق المنافس لمصر في تصدير البطاطس المجمدة خاصة لأسواق دول الاتحاد الأوروبي .
وقامت سمر محمد (1) بدراسة عن التجارة الخارجية المصرية لبعض المنتجات الزراعية المجففة ، حيث استهدفت الدراسة التعرف على التركيب السوقي والتركيب السلعي لبعض صادرات المنتجات الزراعية المجففة المصرية وذلك تمهيداً لتحديد السلع والمنتجات الواعدة والتي يمكن الاعتماد عليها مستقبلاً في تحقيق أهداف تنمية الصادرات ، هذا إلى جانب التعرف على أهم الأسواق الخارجية التي يمكنها أن تستوعب كميات أكبر من هذه المنتجات وأهم الدول المنافسة للصادرات الزراعية المجففة المصرية . فضلاً عن التعرف على مكونات وعناصر القدرة التنافسية لصادرات المنتجات الزراعية المجففة المصرية . حيث أوضحت الدراسة أن متوسط قيمة صادرات مصر من المنتجات الزراعية المجففة بلغ نحو 65.11 مليون دولار تمثل نحو 14.4% ، 19.2% من متوسط قيمة الصادرات الزراعية والغذائية على الترتيب خلال الفترة (1991-2004) ، بينما بلغ متوسط سعر تصدير المنتجات الزراعية المجففة/الجافة المصرية نحو 339.4 دولار/طن ، أما متوسط كمية الصادرات المصرية من تلك المنتجات فقد بلغ نحو 210 ألف طن خلال نفس الفترة . وبالنسبة للواردات المصرية للمنتجات الزراعية المجففة/الجافة فتبين أن متوسط قيمة الواردات المصرية من المنتجات الزراعية المجففة/الجافة قد بلغ حوالي 172.6 مليون دولار ، يمثل نحو 11.06% ، 9.04% من متوسط قيمة الواردات الزراعية والغذائية على الترتيب خلال فترة الدراسة .

كما بلغ متوسط سعر الاستيراد نحو 1211 دولار/طن ، بينما بلغ متوسط كمية الواردات المصرية حوالي 151.3 ألف طن خلال الفترة المشار إليها ، كما تبين أن نسبة تغطية قيمة الصادرات للواردات لتلك المنتجات بلغت نحو 47.35% خلال هذه الفترة . وبدراسة الصادرات العالمية للمنتجات الزراعية المجففة تبين أن متوسط قيمة صادرات العالم من المنتجات الزراعية المجففة/الجافة قد بلغ نحو 20.1 مليار دولار خلال الفترة (1991-2003) ، بينما بلغ متوسط كمية الصادرات العالمية من المنتجات الزراعية المجففة نحو 27.45 مليون طن

(1) سمر محمد محمد بخدي ، دراسة عن التجارة الخارجية المصرية لبعض المنتجات الزراعية المجففة ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة عين شمس ، 2006 .

خلال نفس الفترة ، في حين بلغ متوسط سعر تصدير المنتجات الزراعية المجففة/الجافة العالمية نحو 733 دولار/طن . أما بالنسبة للواردات العالمية للمنتجات الزراعية المجففة/الجافة فتبين أن متوسط قيمتها بلغ نحو 21.34 مليار دولار خلال الفترة (1991-2003) ، بينما بلغ متوسط كمية الواردات العالمية من تلك المنتجات نحو 27.14 مليون طن خلال تلك الفترة ، في حين بلغ متوسط سعر استيراد المنتجات الزراعية المجففة/الجافة العالمية نحو 789 دولار/طن خلال نفس الفترة ، ويتضح من ذلك أن نسبة تغطية قيمة الصادرات للواردات من تلك المنتجات بلغت نحو 94.11% خلال الفترة (1991-2003) .

كما أوضحت الدراسة أن متوسط قيمة الصادرات المصرية من البصل المجفف بلغ حوالي 14.7 مليون دولار خلال الفترة (1991-2004) ، بينما بلغ متوسط سعر التصدير المصري نحو 1616.12 دولار/طن ، لمتوسط كمية صادرات بلغت حوالي 9.23 ألف طن خلال فترة الدراسة . وقد احتل السوق الألماني المركز الأول من متوسط قيمة الصادرات المصرية من البصل المجفف بمتوسط صادرات بلغ نحو 6.03 مليون دولار يمثل نحو 36.15% من متوسط قيمة الصادرات المصرية من البصل المجفف البالغ نحو 16.88 مليون دولار ، يليه كل من هولندا ، والمملكة المتحدة ، وبلجيكا بمتوسط صادرات بلغ حوالي 2.9 ، 1.99 ، 1.41 مليون دولار يمثل نحو 17.37% ، 11.93% ، 8.48% على الترتيب من متوسط قيمة صادرات البصل المجفف خلال الفترة (2000-2004) . وبدراسة موسمية البصل المجفف تبين أن أفضل الفترات التصديرية لأسعار التصدير هي الأشهر من يونيو وحتى ديسمبر حيث انحصر السعر بين حدين أدنى بلغ حوالي 1403 دولار/طن وأعلى بلغ نحو 1622 دولار/طن خلال الفترة المشار إليها .

وبدراسة صادرات الملوخية المجففة في مصر تبين أن متوسط قيمة الصادرات المصرية بلغ حوالي 0.39 مليون دولار خلال الفترة (1994-2004) ، كما تبين أن متوسط سعر تصدير الملوخية المجففة بلغ نحو 796 دولار/طن لمتوسط كمية صادرات بلغ حوالي 0.52 ألف طن . وقد احتل السوق اللبناني المركز الأول بمتوسط قيمة صادرات بلغ حوالي 0.17 مليون دولار ، يليه كل من كوريا الجنوبية ، واليابان ، وفرنسا بمتوسط قيمة صادرات بلغ حوالي 0.07 ، 0.04 ، 0.03 مليون دولار خلال الفترة (2000-2004) على الترتيب . وكانت أفضل الفترات التصديرية لأسعار التصدير هي أشهر فبراير ، ومارس ، ويوليو ، وأغسطس ، وسبتمبر ، وأكتوبر ، ونوفمبر ، وديسمبر حيث انحصر

السعر بين حد أدنى بلغ حوالي 451 دولار/طن وحد أعلى بلغ نحو 1315 دولار/طن خلال فترة الدراسة .

كما أشارت الدراسة إلى أن متوسط قيمة صادرات الثوم المجفف المصري بلغ حوالي 0.19 مليون دولار خلال الفترة (1991-2004) بمتوسط سعر تصدير بلغ نحو 191.2 دولار/طن ، مقابل كمية صادرات بلغت حوالي 0.12 ألف طن خلال فترة الدراسة .

وبدراسة النصيب السوقي لمصر بالنسبة للبصل المجفف تبين أن مصر تحتل المركز الأول في السوق الألماني بمتوسط بلغ نحو 19.1% ، يليها كل من الولايات المتحدة الأمريكية ، وفرنسا ، والهند بمتوسطات تمثل نحو 19% ، 17.3% ، 15.2% من متوسط إجمالي كمية واردات ألمانيا من البصل المجفف على الترتيب خلال الفترة (1995-2004) . بينما تحتل الولايات المتحدة الأمريكية المركز الأول في السوق الهولندي بمتوسط نصيب سوقي بلغ نحو 24.8% من متوسط إجمالي كمية واردات هولندا من البصل المجفف ، يليها كل من مصر ، وفرنسا ، وألمانيا بمتوسط نصيب سوقي بلغ نحو 24.4% ، 22.6% ، 6.6% من متوسط إجمالي واردات البصل المجفف لهولندا على الترتيب خلال الفترة (1995-2004) . هذا وقد احتلت هولندا نصيب سوقي مرتفع في السوق البلجيكي حيث بلغ متوسط النصيب السوقي لها نحو 38.5% من متوسط إجمالي كمية واردات بلجيكا من البصل المجفف ، يليها كل من مصر ، والولايات المتحدة الأمريكية ، وألمانيا بمتوسط نصيب سوقي بلغ نحو 17.8% ، 7.2% ، 5% من متوسط إجمالي واردات البصل المجفف لهولندا على الترتيب خلال الفترة المشار إليها ، هذا وقد بلغت القدرة التنافسية لمصر داخل سوق كل من ألمانيا ، وفرنسا ، والمملكة المتحدة نحو 19.1% ، 24.4% ، 15.5% على الترتيب .

ثانياً: الدراسات الخاصة بمكاتب التمثيل التجاري ومجلس الوزراء والجهات الأخرى.

أشارت دراسة مركز التجارة العالمي⁽¹⁾ انه ليس هناك بيانات مرجعية لإنتاج العالم من الخضروات المجففة وذلك لأن عدد محدود من الدول تقوم بنشر إحصاءات إنتاج هذه المجموعة الإنتاجية وذلك لان كمياتها صغيرة جدا بالمقارنة

(1) International Trade Center UNCTAD/WTO, Marketing study, Dried / Dehydrated Vegetables, Geneva, 1993.

مع باقي الخضروات الأخرى المصنعة، وقد تم تغطية ثلاثة أسواق بهذه الدراسة هي ألمانيا، هولندا، الولايات المتحدة الأمريكية كمنتجين لهذه المنتجات. وفقا لقاعدة بيانات UNSO/TTC فان تجارة العالم للخضروات جافة/مجففة حققت 1057 مليون دولار عام 1992 مقابل 801 مليون دولار عام 1988. وقد تزايد النصيب السوقي للدول النامية بالنسبة لإجمالي صادرات العالم من حوالي 52% عام 1988 إلي 61% عام 1992. أما الدول المتقدمة فقد انخفض نصيبها من حوالي 44% عام 1988 إلي حوالي 35% خلال نفس الفترة، أما نصيب شرق أوروبا من الصادرات العالمية فقد ازداد من حوالي 3% عام 1988 إلي 4.5% عام 1991 ولكنه عاد وانخفض إلي 3.6% عام 1992.

وقد تبين أن الصين هي أكبر مصدر للخضروات الجافة/المجففة حيث تمثل 36.2% من إجمالي صادرات العالم عام 1992 وهو ما يعادل نحو 383 مليون دولار، ويتم تصدير حوالي ثلثي هذه الصادرات إلي كل من اليابان بنحو 131 مليون دولار وهونج كونج 130 مليون دولار. ثم سنغافورة وجمهورية كوريا حيث يمثلون ثالث ورابع أكبر سوق للصين .

أما الولايات المتحدة الأمريكية فهي ثاني أكبر مصدر فقد صدرت بما قيمته 104 مليون دولار عام 1992 وهو ما يمثل نحو 9.8% من إجمالي الصادرات العالمية. أما إقليم تايوان (الصيني) فهو ثالث أكبر العارضين وقد تناقصت الصادرات إلي حد كبير عام 1992 إلي 58 مليون دولار وتعتبر اليابان هي أكبر سوق لصادرات هذا المصدر. أما الأسواق الأخرى الرئيسية فهي الولايات المتحدة الأمريكية، وماليزيا، وألمانيا، وهونج كونج . يليها ألمانيا بحوالي 50.5 مليون دولار ثم فرنسا بـ 44.5 مليون دولار. وفرنسا تصدر كل من عيش الغراب وبصل وذرة حلوة وجزر وطماطم وبطاطس وخضروات أخرى متضمنة كل الخضروات المجففة والأعشاب المطبوخة، وتعتبر اليابان من أكبر خمس مصدريين خلال تلك الفترة بنحو 41 مليون دولار عام 1992. كما يظهر أن هناك عدد كبير من المصدرين ومنهم دول نامية عديدة مثل جمهورية كوريا، ومصر، وشيلي، والهند، والمغرب، والمكسيك، وهونج كونج.

وقد بلغت إجمالي واردات التجارة العالمية للخضروات الجافة/المجففة نحو 1057 مليون دولار عام 1992. وتعتبر أسواق كل من اليابان وهونج كونج وألمانيا أكبر ثلاث أسواق مستورده ويبلغ نصيبهم نحو 46.1% من إجمالي واردات عام 1992، أما أكبر 10 أسواق مستورده فيبلغ نصيبهم معا حوالي 80.9% من إجمالي الواردات. وتبلغ قيمة واردات الخضر المجففة لكل من

ألمانيا وهولندا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية معاً نحو 283.6 مليون دولار تمثل 26.8% من إجمالي تجارة العالم عام 1992، وذلك بالمقارنة بـ 204 مليون دولار تمثل 25.5% عام 1988.

كما بلغت قيمة واردات اليابان حوالي 208.4 مليون دولار ، أما هونج كونج فهي ثاني أكبر سوق في قائمة الواردات بحوالي 171.2 مليون دولار. كما تبين أن سنغافورة هي خامس أكبر سوق مستورده بنصيب 58.2 مليون دولار عام 1992 وهذه الواردات يتم الحصول عليها بغرض الاستهلاك. والأسواق الرئيسية الأخرى تكون دول غرب أوروبا وكندا وجمهورية كوريا وأستراليا وماليزيا حيث مثلت وارداتها حوالي 10 مليون دولار كقيمة للخضروات المجففة عام 1992.

وفي دراسة للمجلس القومي للإنتاج والشئون الاقتصادية⁽¹⁾ عن سياسة لتحقيق الضبط المتكامل لجودة الإنتاج الصناعي ، أوصت الدراسة بما يلي .:

- التزام المصانع والشركات الصناعية باتباع أسلوب الضبط المتكامل للجودة في جميع الأنشطة التي تزاولها من تخطيط لأهداف الإنتاج ، تحديد للمواصفات وضبط لأعمال التصميم وعمليات الإنتاج ، ويمتد ذلك إلى أنشطة الشحن والنقل والتخزين والتوزيع وخدمات ما بعد البيع ، وكذلك الأخذ بنظام إدارة الجودة الشاملة .
- التوسع في وضع وإصدار المواصفات القياسية المصرية لتشمل تدريجياً جميع الخامات والمنتجات المحلية ، وبحيث لا تعرض أي سلعة في الأسواق المحلية إلا بعد تحديد مواصفاتها واعتمادها من الجهة المختصة، ويراعى أن تكون المواصفات القياسية المصرية متوافقة مع المواصفات الدولية المناظرة وذلك تيسيراً لانسياب السلع والمنتجات المصرية إلى الأسواق الخارجية وحتى تقف على قدم المساواة مع المنتجات الأجنبية في ميادين التصدير .
- إن جودة التعبئة والتغليف تعتبر مكملة لجودة المنتج ، فالعبوة تحوي وتحمي المنتج .
- ضرورة الالتزام بتنفيذ عقود التصدير في المواعيد المحددة ضماناً لاستمرار التواجد في الأسواق الخارجية .

(1) المجلس القومي للإنتاج والشئون الاقتصادية ، سياسة تحقيق الضبط المتكامل لجودة الإنتاج الصناعي ، 1994.

- إعداد وتدريب كوادر متخصصة من العاملين في جميع مجالات الأنشطة التصديرية ، والاستمرار في إنشاء وتنمية أقسام البحث العلمي والتطوير بالمواقع الإنتاجية وربطها بالأقسام المناظرة بالمركز القومي للبحوث ومراكز البحوث الصناعية المتخصصة ، ونظراً لزيادة معدل تغيير المنتجات وتحديثها ، فإنه ينبغي العمل على إيجاد قنوات اتصال بمراكز البحوث الأوروبية ، وخاصة في حالة التصدير إلى دول السوق الأوروبية المشتركة .
- مراجعة نظم الإدارة في الشركات والمنشآت الصناعية ، على ضوء المعايير والمتغيرات الدولية والسياسات والنظم الاقتصادية الجديدة مع الأخذ بنظام إدارة الجودة الشاملة .
- وفي دراسة للجنة التسويق الخارجي⁽¹⁾ عن عقبات تسويق الصادرات المصرية وكيفية مواجهتها في إطار منظومة وطنية لتنمية الصادرات ، فقد قسمت الدراسة إلى جزئين تناول الجزء الأول عناصر المنظومة الوطنية لتنمية الصادرات المصرية والتي تشمل كل من أهمية وجود فلسفة واضحة في مجال التنمية ، وخلق الآلية الفعالة لقيادة الحركة التصديرية ، وإزالة العوائق التي تعترض طريق تنمية الصادرات وحصر العقبات الإدارية والفنية التي تحول دون انطلاق وبناء نظام إداري سلس قادر على إحداث الدفعة التصديرية المطلوبة،بناءً وتحديد مكونات سلة الحوافز التصديرية والتي تتضمن :
 - الأبحاث والدراسات التسويقية .
 - تطوير المنتج ليواكب الأذواق والاحتياجات التصديرية .
 - تحمل نفقات تنظيم المعارض الخارجية .
 - تقديم الائتمان بأسعار فائدة منخفضة عن أسعار الفائدة التجارية .
 - توفير نظم فعالة للتأمين على الصادرات .
 - تطوير نظم التعبئة والتغليف للصادرات المصرية .
 - تحديد جائزة للمصدرين الأكفاء .
- كذلك أوصت الدراسة بضرورة توفير سلة من الخدمات الأساسية واللازمة للتصدير والتي تتضمن :

(1) سامي عفيفي حاتم (دكتور) وآخرون ، عقبات تسويق الصادرات المصرية وكيفية مواجهتها في إطار منظومة وطنية لتنمية الصادرات، دراسة للجنة التسويق الخارجي المشكلة بقرار وزير التجارة والتمويل رقم 345 لسنة 1996 .

- تكليف جهات ومعاهد وطنية قادرة على دراسة الأسواق وتقديم نتائج هذه الدراسة مجاناً للمصدرين كما يحدث في اليابان (هيئة جترو)
 - تتولى الدولة بناء نظام للمعلومات التسويقية والتصديرية يوضع تحت تصرف المصدرين ويعينهم على التعرف على طبيعة الأسواق الخارجية.
 - إقامة مراكز لتصميم وتطوير المنتجات التصديرية واستقدام الخبراء الأجانب في هذه المراكز ، وتنمية الخبرات الوطنية في مجالات التصميم وتطوير المنتجات .
 - تقديم الخدمات التسويقية من معارض ومراكز خدمة بيع ، وبعثات ترويجية واستكشافية ، والإعلان عن المنتجات المصرية في الخارج .
 - كما أوضحت الدراسة أهمية وجود سلة من خدمات التصدير المساعدة والتي يحتاج إليها المصدرين على النحو التالي :
 - نشاط التعبئة والتغليف .
 - الرقابة على جودة المنتجات التصديرية .
 - نظم التسعير والتكلفة التصديرية .
 - الخدمات التي يقدمها جهاز التمثيل التجاري الرسمي .
 - خدمات النقل الداخلي والخارجي .
 - بيوت التسويق ومراكز البيع الخارجية .
 - توفير الضمانات للمنشآت والصناعات الصغيرة والحرفية والبيئية .
- أما الجزء الثاني من الدراسة فقد تناول كيفية مواجهة عقبات تسويق الصادرات المصرية في إطار المنظومة الوطنية لتنمية الصادرات ، وقد قسمت الدراسة العقبات إلى عقبات إنتاجية ، وعقبات مكانية ، وعقبات تحد من الكفاءة السعرية.
- وقد أوضحت الدراسة كيفية التغلب على العقبات الإنتاجية كما يلي :
- صياغة برنامج وطني لإعادة - تأهيل الصناعة المصرية يجعلها قادرة على دخول القرن الحادي والعشرون بمستويات أفضل ، ويعتمد هذا البرنامج على نقل التكنولوجيا العصرية من ناحية ، وتنمية مهارات العاملين من خلال تكثيف التدريب من ناحية أخرى .
 - وضع منظومة وطنية لتفعيل دور الصناعات الصغيرة ، وحل مشاكل تمويل هذه المشروعات باعتبارها حلقة الوصل الهامة في مجال الصناعات المغذية والمكملة .

- تبني سياسة وطنية للتوسع الرأسي في الصناعة المصرية ، وهذا يتطلب حصر الطاقات العاطلة واستغلالها عن طريق التأجير كخطوة أولية على طريق تخفيض تكاليف الإنتاج .
- تبني سياسة وطنية للتوسع في إقامة الصناعات التصديرية بالمناطق الحرة ، والتي من بينها المنطقة الصناعية الحرة بخليج السويس وذلك عن طريق تزويد هذه المناطق بالمرافق ، مع الإعفاء من ثمن الأراضي التي تقام عليها المشروعات .
- ضرورة إيجاد منظومة وطنية للبحث العلمي تتكفل بإحداث الترابط بين الجامعات ومراكز البحث العلمي والأجهزة الحكومية لتوفير الدراسات الاقتصادية والفنية للصناعات المصرية .
- إعادة النظر في الأجهزة التي تتعامل مع الصناعات التصديرية والتي أنشئت في الأصل كمتطلبات للاقتصاد ، وذلك من خلال إعادة هيكلتها وإيجاد تنظيم بديل أكثر قوة وترابطاً منها .
- أما بالنسبة للتغلب على العقبات المكانية التي تحد من كفاءة الصادرات وتمنع وصول السلع والخدمات المصرية إلى السوق الخارجي في الوقت المناسب فقد أوصت الدراسة بما يلي :
- إعادة النظر في أسس تسعير خدمات الموانئ والمطارات بحيث يراعي فيها النظم والقواعد العالمية ، على أن تكون أسعارها في مستوى نظائرها بمواني حوض البحر المتوسط ، وتكون محددة وشاملة في فاتورة واحدة .
- سرعة العمل على تطوير مجمع البضائع على نحو يضاعف من سعته التخزينية مع تطوير نظام العمل بداخله على نحو يوفر الانسيابية المطلوبة لأعمال الشحن والتفريغ.
- فتح باب المناقشة بين قطاع الأعمال العام والقطاع الخاص في مجال مزاولة أنشطة الخدمات بالمواني والمطارات وإنهاء الاحتكار بها .
- تطوير المطارات الأخرى داخل جمهورية مصر العربية لتصبح قادرة على الشحن وسرعة الإنجاز والمنافسة بين أداء المطارات .
- منح الصادرات المصرية ميزات سعريه وفراغات مناسبة على شركة مصر للطيران وضرورة شراء طائرات لنقل البضائع ، مع تجهيز الطائرات المتاحة حالياً بموانع الضوضاء حتى تتمكن من الهبوط في المطارات الأوروبية .

- تطوير قدرات أسطول النقل البري ليضم بين وحداته العديد من البرادات القادرة على نقل الصادرات المصرية ، وذلك من خلال تقديم التسهيلات الائتمانية مع تخفيض الرسوم الجمركية المفروضة عليها .
- أما من جانب العقبات التي تحد من الكفاءة السعرية للصادرات المصرية ، فقد أوصت الدراسة بالآتي :
- إعادة النظر في معدلات الفائدة التي تمنح على القروض الاستثمارية وتقليل الفجوة بين أسعار الفائدة الدائنة والمدينة ، وتمويل الصادرات من خلال قروض بفائدة بسيطة وليست مركبة .
- دراسة وضع البنك المصري لتنمية الصادرات ليصبح بنك متخصص في تمويل الأنشطة التصديرية ، على أن يقدم تسهيلات الائتمانية بشروط أفضل ، بما يتماشى مع أسعار الفائدة التي تمنحها بنوك الصادرات في العالم .
- إعادة النظر في الأدوار التي تقوم بها شركات التأمين لتتولى تغطية المخاطر غير التجارية مع تعزيز دور الشركة المصرية لضمان الصادرات .
- الأخذ بالنظم العصرية في مجالات التعبئة والتغليف والفرز ، وإقامة محطات تعبئة وتغليف متطورة تكنولوجياً ، وذلك كخطوة على طريق رفع الأداء التصديري للمنتجات المصرية .
- تقوية الاتجاه نحو بناء البنية الأساسية اللازمة لخدمات التصدير وذلك من خلال إقامة الشركات المتخصصة في مجالات التعبئة والتغليف والدعاية والإعلان ، والتأمين ، وترويج المنتجات في الأسواق العالمية .
- إعادة النظر في أداء الأجهزة التصديرية ، وتحويلها من أجهزة رقابية على الصادرات إلى أجهزة لتسويق الصادرات المصرية ، ويتطلب ذلك ببطبيعة الحال إعادة تطويرها ، وتنمية مهارات العاملين فيها وتغذيتها بعناصر تسويقية قيادية جديدة.

كما بين السعيد وآخرون⁽¹⁾ في دراسة للسوق العالمي للخضروات المجففة انه سوقاً ثابتة من حيث العارضين والطلب ، لذا فان العارضين الجدد يكونوا على قدر كبير من الحذر عند قيامهم بدراسة سوق هذه المنتجات، حيث

(1) Ali El-Said (Dr.) and other, Dehydrated Vegetables, Fruits and Herbs World Markets and Egypt Export Opportunities Market Update 2000/2001, Agriculture Leb Export Businesses, Egypt February 2001.

انه سوق شديد المنافسة كما يوجد به العديد من العوامل الأساسية المؤثرة على نجاح هذه الصناعة منها البنية الأساسية للبلاد المنتجة وعرض المادة الخام وتكاليف الإنتاج والجودة والجدارة والاتصالات . وقد لوحظ في الآونة الأخيرة زيادة استهلاك المنتجات الزراعية المجففة نظراً لأنها تستخدم بشدة في الأغذية الجاهزة والحساء. وتعتبر صناعة الحساء من أكثر الصناعات استخداماً للخضروات المجففة وتسيطر عليها مجموعة من الشركات متعددة الجنسيات منها شركة CPC الدولية وكنور ونستله وغيرها من الشركات الأخرى، ويستخدم الهواء الساخن في تجهيز الخضروات المجففة المستخدمة في صناعة الحساء، يليها في الاستخدام الخضروات المجففة (المجففة- المجمدة) والخضروات المطبوخة جزيئاً، أما الحساء المعبأ والمجمد فيستخدم حجم أقل من البطاطس والبصل والطماطم والكرات والجزر والبسلة وعيش الغراب والاسبرجس والثوم والبقونس والفلفل الرومي والكرنب والقرنبيط مع بعض المكونات الأخرى، ويوجد العديد من الاستخدامات للخضروات المجففة في مختلف أنواع الأطعمة مثل صناعة الأرز المخلوط والصلصة ووجبات فرن الميكروويف ومنتجات الألبان واللحوم والسمك وأغذية الأطفال، ويعتبر البصل والثوم المجفف هم أكثر المنتجات استخداماً في صناعة الأغذية الجاهزة نظراً لاستخدامهم كتوابل في تجهيز الأغذية . وتقوم مؤسسات صناعة الأغذية الجاهزة بتقديم خدماتها لقطاع كبير من المستهلكين حيث يقدر المستخدم من الخضروات المجففة بحوالي 1/3 الخضروات الطازجة، ويعتبر انخفاض تكاليف إعداد الخضروات المجففة وانخفاض الضرائب هي مفاتيح نجاح هذه الصناعة بالإضافة لاستخدام تلك الخضروات في العديد من الصناعات الغذائية. وقد ساعد على انخفاض تكاليف هذه الصناعة انه قديماً كان يتم استخدام عبوات محكمة من الصلب أو البلاستيك غير نفاذه وهذه الطريقة كانت مكلفة أما الآن فقد تم استبدالها ببدائل اقل في التكلفة مثل " الحقائق - الصناديق" وهي منتجات تكون مصنوعة من الكرتون أو البولي ايثيلين محمية أو مدعمة بالكرتون أو رقائق سيلوزية أو أكياس متعددة الطبقات، وغالباً ما يتم استخدام الصناديق قائمة الزاوية لسهولة نقلها، والعبوات القياسية تكون أحجامها بين 5-25 كجم، وأكثر العبوات استخداماً هي 5-10 كجم، أما قطاع الخدمات الغذائية فيفضل استخدام العبوات الأصغر حجماً 0.5-3 كجم وهكذا فان معظم الطلب يعتمد على إعادة تعبئة الواردات الجاهزة.

وقد بلغت تجارة العالم من الخضروات المجففة حوالي بليون دولار عام 1997 بزيادة تصل الى 20% عن عام 1988 وقد استفادت الدول النامية بمعظم

هذه الزيادة حيث زاد نصيبها العالمي من حوالي 52% إلى 61% لنفس الفترة ، وظهرت معظم زيادة المعروض من الخضروات المجففة في الصين حيث زاد نصيبها من 9% عام 1988 إلى 36% عام 1997 ومعظم الزيادة الصينية ترجع إلى عيش الغراب المصدر إلى اليابان فهي أكبر مستورد للخضروات المجففة على مستوى العالم بحوالي 19% من إجمالي واردات العالم ، وتعتبر هونج كونج ثاني أكبر مستورد على المستوى العالمي بحوالي 171.2 مليون دولار عام 1997 ويعتبر عيش الغراب المجفف هو أكبر بنود واردات الخضروات المجففة يليه البصل المجفف والبطاطس المجففة وتعتبر الصين هي المصدر الرئيسي للواردات وحوالي 50% من واردات هونج كونج تستخدم كإعادة تصدير .

وتعتبر ألمانيا أكبر الأسواق الأوروبية للخضروات المجففة وهي ثالث الأسواق العالمية وقدرت قيمة وارداتها بحوالي 107.8 مليون دولار عام 1997 ويحتل البصل المكانة الأولى بين وارداتها يليه الخضروات الأخرى وعيش الغراب والجزر والطماطم وتعتبر الصين والولايات المتحدة ومصر وبولندا والهند هم أكبر العارضين بألمانيا ، كما قامت الولايات المتحدة باستيراد خضروات مجففة قدرت بحوالي 96.1 مليون دولار عام 1997 وتعتبر الطماطم المجففة هي أكبر بند يليها عيش الغراب ويمثلا معا حوالي 60% من الواردات المجففة أما الخضروات الأخرى فقد احتلت حوالي 30% أما البصل والجزر فيمثلا معا باقي النسبة وتعتبر كل من الصين وأسبانيا واليابان والمكسيك والمغرب هم أكبر العارضين بها . وقد استوردت سنغافورة خضروات مجففة بحوالي 58.2 مليون دولار عام 1997 معظمها خضروات أخرى مجففة ومصدر معظم هذه المنتجات إقليمي ، وأهم المستوردين الآخرين هم إيطاليا بحوالي 48.6 مليون دولار ، فرنسا بحوالي 46.6 مليون دولار ، المملكة المتحدة بحوالي 46.6 مليون دولار وهولندا 33.2 مليون دولار ، ويعتبر عيش الغراب والبصل أكبر بنود الواردات ويكون مصدرهم من خارج أعضاء الاتحاد الأوروبي.

وتشير دراسة مركز تنمية الصادرات المصرية⁽¹⁾ إلى أن قيمة واردات العالم من الخضروات المجففة بلغت نحو 1057 مليون دولار عام 1992 مقارنة بـ 801 مليون دولار عام 1988، وجزء كبير من الزيادة في هذه الواردات

⁽¹⁾مركز تنمية الصادرات المصرية، وزارة التجارة الخارجية، الخضر الجافة والمجففة في السوق الياباني، الإدارة المركزية لبحوث وتنمية الإنتاج والأسواق، الإدارة العامة للسلع الزراعية والغذائية ، 2001.

يرجع إلي الواردات اليابانية من عيش الغراب المجفف من الصين وهونج كونج. وقد جاءت اليابان كأهم دولة مستوردة بنحو 19.7% من إجمالي قيمة الواردات العالمية ، تلتها هونج كونج بالمركز الثاني بحوالي 16.2% من الواردات العالمية وبقية واردات حوالي 171 مليون دولار عام 1992 مع ملاحظة أن هونج كونج تعيد التصدير لأكثر من نصف ما تستورده. ثم جاءت ألمانيا في المركز الثالث بنسبة 10.2% من إجمالي الواردات العالمية بقيمة قدرت عام 1992 بحوالي 107 مليون دولار، ثم الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة 9.1% من حجم التجارة العالمية بما قيمته حوالي 96 مليون دولار ثم أتت بعض الدول الأخرى مثل سنغافورة ومجموعة دول الاتحاد الأوروبي ثم دول شرق أوروبا وكندا، وكوريا، وأستراليا، وماليزيا. ومن الملاحظ أن الولايات المتحدة الأمريكية من أهم الدول المستوردة والمصدرة للخضر المجففة.

كما أشارت دراسة مربى الفاكهة والخاصة بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء⁽¹⁾ أن إجمالي قيمة الواردات العالمية من مربى الفاكهة المطبوخة بلغت حوالي 669 مليون دولار عام 2000 ، كما بلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 10 دول حوالي 351 مليون دولار وهو ما يمثل حوالي 53% من إجمالي قيمة الواردات العالمية في نفس العام . في حين بلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 20 دولة حوالي 522 مليون دولار تمثل نحو 78% من إجمالي قيمة الواردات العالمية من مربى الفاكهة مما يعني وجود تركيز في أسواق الاستيراد العالمية بين عدد محدود من الدول وقد احتلت ألمانيا المركز الأول بين الدول المستوردة لمربى الفاكهة على مستوى العالم بقيمة واردات بلغت نحو 75 مليون دولار استحوذت على 11.2% من إجمالي واردات العالم في عام 2000. ويلاحظ التفاوت في سعر الطن المستورد حيث يصل متوسط السعر العالمي للواردات من مربى الفاكهة حوالي 1181 دولار/طن ، في حين ينخفض سعر الوحدة المستوردة في المكسيك عن متوسط السعر العالمي حيث يصل إلى حوالي 350 دولار/طن ، بينما يرتفع سعر الوحدة المستوردة في اليابان عن متوسط السعر العالمي حيث يصل إلى 3068 دولار/طن . كما أوضحت الدراسة انخفاض معدل النمو في قيمة الصادرات العالمية من مربى الفاكهة بنسبة 3%

⁽¹⁾ مجلس الوزراء ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، النشرة الشهرية لمنتجات التصدير المصرية (تصدير) ، قطاع الأغذية والحاصلات الزراعية ، مربى الفواكه ، العدد الأول ، أغسطس 2002 .

ستويماً خلال الفترة (1996-2000) بينما ارتفع معدل نمو كمية الصادرات العالمية منها بنسبة 41% خلال نفس الفترة مما يدل على تراجع الأسعار العالمية لمربي الفاكهة . وبلغ إجمالي قيمة الصادرات لأكثر من 10 دول حوالي 453 مليون دولار تمثل نحو 68% من إجمالي قيمة الصادرات العالمية من مربي الفاكهة والبالغ نحو 666 مليون دولار خلال نفس الفترة . مما يعني وجود تركيز بين الدول المصدرة لمربي الفاكهة . وقد احتلت فرنسا المركز الأول بين الدول المصدرة لمربي الفاكهة على مستوى العالم ، بقيمة صادرات بلغت نحو 101 مليون دولار خلال عام 2000 ، واستحوذت على ما يقرب من 15% من إجمالي قيمة الصادرات العالمية . ويلاحظ التفاوت في قيمة الطن لصادرات أهم الدول المصدرة ، فقد بلغ متوسط قيمة الوحدة المصدرة لتركيا حوالي 2784 دولار/طن ، يليها فرنسا بمتوسط سنوي قدره 2196 دولار/طن عام 2000 . أما بالنسبة للمنافسة السعرية فبيّنت الدراسة أن متوسط قيمة الطن من صادرات إيطاليا بلغ نحو 904 دولار/طن ، 830 دولار/طن للصادرات الهولندية ، 615 دولار/طن للصادرات من كوستاريكا . وقد احتلت مصر المركز رقم (29) ضمن أهم الدول المصدرة لمربي الفاكهة على مستوى العالم ، بقيمة صادرات بلغت نحو 3.6 مليون دولار عام 2000 بحصة سوقية بلغت حوالي 1% من إجمالي قيمة صادرات العالم لنفس العام . كما أوضحت الدراسة انخفاض معدل نمو قيمة الصادرات المصرية من مربي الفاكهة خلال الفترة (1996-2000) بنسبة 7% ، كما انخفض أيضاً معدل نمو الواردات العالمية منها بنسبة 1% سنوياً في المتوسط ، الأمر الذي يشير إلى أن الصادرات المصرية من مربي الفاكهة تتراجع بمعدل أسرع من معدل تراجع التجارة العالمية ، مما يدل على انخفاض نصيب الصادرات المصرية في السوق العالمي لمربي الفاكهة . كما أشارت الدراسة إلى أن أسواق اليابان والولايات المتحدة الأمريكية والسعودية وأستراليا وكندا تحصل على نحو 97% من إجمالي صادرات مصر من مربي الفاكهة بنسب بلغت نحو 49% ، 35% ، 10% ، 2% ، 1% لكل منهم على الترتيب . أي أن أكبر 3 أسواق تحصل على 93% من صادرات مصر من مربي الفاكهة . كما يلاحظ أن قيمة الوحدة من الصادرات المصرية من مربي الفاكهة قد بلغت أعلى معدل لها في السوق النمساوي بقيمة قدرت بنحو 1850 دولار/طن ثم موريشيوس بما يصل إلى 1545 دولار/طن ، في حين كانت أقل قيمة للوحدة المصدرة توجد في كل من أستراليا والسعودية حيث بلغت نحو 720 ، 759 دولار/طن لكل منهما على الترتيب . كما أوضحت الدراسة ارتفاع معدلات نمو

الصادرات المصرية من مربى الفاكهة في النمسا واليابان وكندا حيث بلغ معدل نمو الصادرات المصرية في هذه الأسواق نحو 64% ، 50% ، 7% لكل منهم على الترتيب خلال فترة الدراسة 1996-2000 .

كما بينت دراسة عصائر الفاكهة والخاصة بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء⁽¹⁾ أن إجمالي قيمة الواردات العالمية من عصائر الفاكهة بلغت حوالي 772 مليون دولار عام 2000 ، كما بلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 10 دول حوالي 502 مليون دولار وهو ما يمثل حوالي 65% من إجمالي قيمة الواردات العالمية في نفس العام في حين بلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 20 دولة حوالي 600 مليون دولار تمثل نحو 80% من إجمالي قيمة الواردات العالمية من عصائر الفاكهة الأمر الذي يعني وجود تركيز في أسواق الاستيراد العالمية بين عدد محدود من الدول . وقد احتلت اليابان المركز الأول بين الدول المستوردة لعصائر الفاكهة على مستوى العالم بقيمة واردات بلغت نحو 97 مليون دولار ، واستحوذت على حوالي 13% من إجمالي واردات العالم في عام 2000 . ويلاحظ التفاوت في سعر الطن المستورد حيث يصل متوسط السعر العالمي للواردات من عصائر الفاكهة حوالي 1076 دولار/طن . في حين تستورد الولايات المتحدة الأمريكية الطن بما قيمته حوالي 532 دولار/طن ، بينما يرتفع سعر الطن المستورد في كوريا الجنوبية عن متوسط السعر العالمي حيث يصل إلى نحو 5652 دولار/طن . كما أشارت الدراسة إلى أن قيمة الصادرات العالمية من عصائر الفاكهة زادت بمعدل نمو بلغ حوالي 4% سنوياً خلال الفترة (1996-2000) ، كما زادت كمية الصادرات العالمية من هذا البند بمعدل نمو بلغ حوالي 8% سنوياً في المتوسط خلال نفس الفترة . وبلغ إجمالي قيمة الصادرات لأكثر من 10 دول حوالي 451 مليون دولار ، تمثل نحو 58% من إجمالي قيمة الصادرات العالمية من عصائر الفاكهة والبالغ نحو 778 مليون دولار خلال نفس الفترة ، مما يعني وجود تركيز بين الدول المصدرة لعصائر الفاكهة . وقد احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المركز الأول بين الدول المصدرة لعصائر الفاكهة على مستوى العالم ، بقيمة صادرات بلغت نحو 87 مليون دولار خلال عام 2000 استحوذت على ما يقرب من 11% من إجمالي

(1) مجلس الوزراء ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، النشرة الشهرية لمنتجات التصدير المصرية (تصدير) ، قطاع الأغذية والحاصلات الزراعية ، عصائر الفواكه ، العدد الثاني ، سبتمبر 2002 .

قيمة الصادرات العالمية. ويلاحظ التفاوت في قيمة الطن لصادرات أهم الدول المصدرة حيث تصدر بولندا الطن بما قيمته حوالي 3099 دولار ، يليها هولندا بمتوسط سعري قدره 2692 دولار/طن وذلك عام 2000. وبالنسبة للمنافسة السعرية كان أقل متوسط لقيمة الوحدة المصدرة من عصائر الفاكهة من صادرات المكسيك حيث بلغ حوالي 666 دولار/طن يليها 700 دولار/طن من الولايات المتحدة الأمريكية ، ثم 778 دولار/طن من تايلاند . وقد احتلت مصر المركز رقم (32) ضمن أهم المصدريين لعصائر الفاكهة على مستوى العالم بقيمة صادرات بلغت نحو 5.3 مليون دولار عام 2000 بحصة سوقية بلغت حوالي 0.7% من إجمالي قيمة الصادرات العالمية لنفس العام. كما أوضحت الدراسة ارتفاع قيمة الصادرات المصرية من عصائر الفاكهة خلال الفترة (1996-2000) بمعدل نمو يصل إلى 63% ، وقد ارتفعت أيضاً قيمة الواردات العالمية منها بنسبة 3% سنوياً في المتوسط ، الأمر الذي يشير إلى أن الصادرات المصرية من عصائر الفاكهة تتزايد بمعدل أسرع من معدل تزايد التجارة العالمية ، مما يدل على زيادة نصيب الصادرات المصرية في السوق العالمي لعصائر الفاكهة . كما بينت الدراسة أن أسواق الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة العربية السعودية وإيطاليا تحصل على نحو 96% من صادرات مصر من عصائر الفاكهة بنسب بلغت نحو 82% ، 12% ، 2% لكل منهم على الترتيب. كما يلاحظ أن قيمة الوحدة من الصادرات المصرية من عصائر الفاكهة قد بلغت أعلى معدل لها في السوق الأسترالي بقيمة قدرها 1111 دولار/طن ، ثم السوق الأمريكي بقيمة قدرها 940 دولار/طن ، ثم كندا بما يصل إلى نحو 806 دولار/طن ، بينما كانت أقل قيمة للوحدة المصدرة توجد في كل من إيطاليا ، وهولندا حيث بلغت نحو 464 ، 432 دولار/طن لكل منهما على الترتيب .

وتوصل مكتب التمثيل التجاري (الدنيمارك) ⁽¹⁾ إلى أن هناك اتجاه تصاعدي لحجم وقيمة واردات البصل المجفف والمقطع والبودرة حيث زادت الكميات المستوردة عام 2001 بنسبة 28% عن حجم الكميات المستوردة عام 2000، وقد استوردت الدنيمارك من فرنسا وهولندا وألمانيا والمملكة المتحدة والسويد والولايات المتحدة والهند، وتتصدر ألمانيا والولايات المتحدة قائمة المصدرين لهذه النوعية من البصل حيث بلغت قيمة صادرات الولايات المتحدة

(1) مكتب التمثيل التجاري ، سفارة جمهورية مصر العربية في الدانمارك ، دراسة بشأن سوق البصل والثوم في الدنيمارك ، 2002.

عام 2000 حوالي 4.2 مليون كرونه دنيماركية وذلك مقابل 5.6 مليون كرونه عام 2001، أما ألمانيا فقد بلغت قيمة صادراتها عام 2000 حوالي 4.1 مليون كرونه وذلك مقابل حوالي 5 مليون كرونه عام 2001، أما الهند فقد بلغت قيمة صادراتها عام 2000 حوالي 0.7 مليون كرونه ولم تصدر إلي الدنيمارك هذه النوعية عام 2001، كما يلاحظ ارتفاع سعر الواردات من البصل المجفف والمقطع والبودرة من 15.3 ألف كرونه/طن عام 2000 ارتفعت لتصل إلي 16.3 ألف كرونه/طن عام 2001 وذلك بمعدل تغير بلغ حوالي 6.2% . ويعتبر السوق الدانمركي صغيرا نسبيا في حجم وارداته من الخضروات والفاكهة وذلك بالمقارنة بأسواق ألمانيا وهولندا، إلا أن هناك إمكانيات تصديرية للبصل المصري إلي هذا السوق ولا تعكس الإحصاءات الدنيماركية الصادرات المصرية الفعلية من هذا المنتج نظراً لاستقطاب المواني الهولندية والألمانية لهذه الصادرات والتي يعاد تصديرها إلي الدول الأوروبية الأخرى بما فيها الدنيمارك على أنها منشأ ألماني أو هولندي.

وقد لوحظ استئثار عدد محدود من الدول الأوروبية بتصدير البصل بأنواعه إلي الدنيمارك كما قامت الولايات المتحدة أيضا بتصدير البصل المجفف والبودرة والمقطع، وعلى الرغم من عدم وجود قيود استيرادية على واردات الدنيمارك من الخضر والفاكهة إلا أن مراعاة المعايير المتعلقة بالجودة شرطاً ضرورياً للنفاز لأسواق الاتحاد الأوربي ومن بينها السوق الدنيماركي وذلك وفقا للقرارات المنظمة لهذه الشروط . ومع تعاظم الاهتمام بالمعايير البيئية لإنتاج واستيراد الخضروات والفاكهة فقد اصبح من الضروري مواعاة الإنتاج المصري للخضروات والفاكهة مع المعايير البيئية التي تقرها الدول المتقدمة والتي تسعى إلي وضع المعايير البيئية موضع التنفيذ الملزم للاستيراد، ويرى المكتب أن هناك إمكانية لقيام المصدرين المصريين بتصدير النوعيات المختلفة للبصل والثوم، لذا من المهم دراسة تصدير البصل المجفف والمقطع والبودرة والثوم المبرد لارتفاع القيمة المضافة للسعر وإمكانية المنافسة حيث أمكن لكينيا والهند تصدير هذه النوعيات .

كما توصل مكتب التمثيل التجاري (المجر) ⁽¹⁾ إلي أن المجر تنتج ما قيمته نحو 17 مليون دولار أمريكي من الخضروات المجففة وقد سجل الإنتاج المجري الكميات الآتية 824 ، 2287 طن بصل مجفف لعامي 2000 ، 2001 ،

(1) مكتب التمثيل التجاري ، سفارة جمهورية مصر العربية في المجر ، دراسة بشأن تسويق البصل والثوم ببودابست ، 2002 .

على الترتيب ، أما الخضروات المجففة الأخرى فقد بلغ حجم إنتاجها 2228، 9751 طن لعامي 2000، 2001 على الترتيب .أما الواردات المجرية من البصل المجفف فقد بلغت كمياتها نحو 82 ، 234 ، 457 طن لأعوام 1998 ، 1999، 2000 على الترتيب بما يعادل 0.22 ، 0.67 ، 1.13 مليون دولار أمريكي لأعوام 1998، 1999، 2000 على الترتيب وتعتبر ألمانيا ويوغسلافيا ومصر هي أهم الدول المصدرة للسوق المجري للأعوام السابقة.

كما بين مكتب التمثيل التجاري (بلجيكا)⁽¹⁾ في دراسته أن إنتاج 8 دول من دول الاتحاد الأوروبي بلغ نحو 37.3 ألف طن بصل مجفف عام 2000 مقابل 31.1 ألف طن عام 1999. وتعتبر فرنسا والسويد من اكبر الدول المنتجة للبصل المجفف في الاتحاد الأوروبي، كما بلغ إنتاج 8 دول من الاتحاد الأوروبي للخضروات المجففة (الطماطم، الجزر، الذرة) نحو 49.6 ألف طن عام 2000 مقابل 50 ألف طن عام 1999 وتعتبر أسبانيا وفرنسا وبريطانيا اكبر دول منتجة للخضروات المجففة في الاتحاد الأوروبي. وقد بلغ استهلاك البصل المجفف عام 2000 حوالي 54 ألف طن. ويعتبر البصل المجفف اكبر بنود واردات الاتحاد الأوروبي حيث بلغت كمية الواردات 37.8 ألف طن عام 2001 مقابل 28 ألف طن عام 1999. وتعد مصر ثاني اكبر مصدر للبصل المجفف إلى دول الاتحاد الأوروبي بعد الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث بلغت كمية الصادرات المصرية حوالي 6900 طن كمتوسط خلال الفترة 1999 - 2001. ويأتي مصر في قائمة الدول المصدرة الهند وسوريا والصين والمجر، وقد بلغت واردات دول الاتحاد الأوروبي من البصل المجفف حوالي 37.8 ألف طن وكانت ألمانيا اكبر دولة مستوردة 37.4% وجاءت معظم وارداتها 12 ألف طن من الدول غير الأعضاء في الاتحاد. وكانت بريطانيا في المرتبة الثانية حيث بلغت وارداتها 6.5 ألف طن ومعظمها من الدول غير أعضاء الاتحاد وهي الولايات المتحدة، ومصر بينما جاءت هولندا في المرتبة الثالثة في قائمة الدول المستوردة للبصل المجفف، ولم تستورد لوكسمبورج أية كميات في حين اقتصرت واردات النمسا على الدول الأعضاء وهم : ألمانيا 14155 طن، وبريطانيا 6482 طن، وهولندا 5131 طن، وبلجيكا 3506 طن، وفرنسا 2193 طن، واليونان 1169 طن، والسويد 1102 طن، وايرلندا 1059 طن، والدنيمارك 889 طن، وفنلندا 669 طن، وأسبانيا 635 طن، وإيطاليا 599 طن، والبرتغال 141 طن، وهكذا يبلغ الإجمالي 37868 طن .

(1) مكتب التمثيل التجاري ، سفارة جمهورية مصر العربية في بلجيكا ، دراسة عن الخضروات المجففة في بلجيكا والاتحاد الأوروبي ، 2002 .

كما بلغت واردات الاتحاد الأوروبي من الطماطم المجففة 24.2 ألف طن عام 2001 بقيمة قدرها 40.2 مليون يورو، وكانت هولندا أكبر دولة مستوردة حيث بلغت وارداتها أكثر من 50% من إجمالي واردات الاتحاد الأوروبي وجاءت معظم وارداتها من دول الاتحاد الأوروبي، في حين بلغت وارداتها من الدول الأخرى 181 طناً فقط من بينها 154 طناً من تركيا، وجاءت ألمانيا في المرتبة الثانية وبلغت وارداتها 2820 طن من دول الاتحاد الأوروبي، في حين بلغت وارداتها من الدول الأخرى 924 طن بينها 642 طن من تركيا و225 طن من الصين. واحتلت إيطاليا المرتبة الثالثة حيث بلغت وارداتها 81 طناً فقط من دول الاتحاد الأوروبي مقابل 2303 طناً من الدول الأخرى من بينها 1328 طناً من تركيا، 335 طناً من تونس، 210 طناً من المغرب. واقتصرت واردات كل من أيرلندا وفرنلندا على دول الاتحاد الأوروبي بينما كانت واردات كل من البرتغال ولوكسمبورج ضئيلة للغاية 6 أطنان لكل منهما. وتعتبر تركيا أكبر دولة مصدرة للاتحاد الأوروبي حوالي 60% من واردات الاتحاد الأوروبي تليها إسرائيل والمغرب وتونس والصين. بينما كانت صادرات مصر من الطماطم المجففة إلى الاتحاد الأوروبي ضئيلة للغاية بلغت طناً واحداً عام 1999 زادت إلى 3 أطنان عام 2000 ولم يتم تصدير أية كميات عام 2001 شأنها في ذلك شأن عدد من الدول الإفريقية.

في حين بلغت واردات الاتحاد الأوروبي من الكرات المجففة حوالي 131 ألف طن عام 2001 بقيمة قدرها 128.7 مليون يورو. وكانت ألمانيا أكبر دولة مستوردة حيث بلغت وارداتها 41.3 ألف طن تمثل حوالي 31.6% من إجمالي واردات الاتحاد الأوروبي، وبلغت واردات ألمانيا من دول الاتحاد الأوروبي 139.6 ألف طن في حين بلغت وارداتها من الدول الأخرى غير الأعضاء 1772 طن معظمها من تركيا. وجاءت فرنسا في المرتبة الثانية حيث بلغت وارداتها 28.6 ألف طن معظمها من دول الاتحاد الأوروبي، في حين بلغت وارداتها 496 طن من الدول الأخرى غير الأعضاء من بينها 227 طن من تركيا، 206 طن من المغرب، واحتلت بريطانيا المرتبة الثالثة وبلغت وارداتها 15.2 ألف طن معظمها من دول الاتحاد الأوروبي في حين بلغت وارداتها 934 طن من الدول الأخرى من بينها 515 طن من تركيا. وقد اقتصرت واردات أيرلندا والبرتغال ولوكسمبورج على دول الاتحاد الأوروبي. وتعتبر تركيا أكبر مصدر للكرات المجففة إلى الاتحاد الأوروبي حيث بلغ نصيبها حوالي 73% من واردات الاتحاد الأوروبي وتليها بولندا وإسرائيل كما

دخلت كينيا أسواق الاتحاد الأوروبي لأول مرة عام 2001. وتوسعى المغرب جاهدة على تواجدها في الأسواق الأوروبية وزيادة صادراتها عاماً بعد آخر، إلا أن مصر لم تصدر أية كميات إلى الاتحاد الأوروبي خلال الفترة 1999 - 2001. وعلى الرغم من عدم وجود بيانات متاحة عن إنتاج الخضروات المجففة في بلجيكا، فقد بلغت واردات بلجيكا من البصل المجفف حوالي 3.7 ألف طن في المتوسط خلال الفترة 1999-2001 وإن زادت نسبياً خلال الشهور الإحدى عشر الأولى من عام 2001، وتعتمد بلجيكا في وارداتها على 5 دول أساسية على رأسها هولندا التي يبلغ نصيبها حوالي 58.7% من واردات بلجيكا، تليها فرنسا ثم مصر التي تصدر ما بين 400-500 طن سنوياً. في حين كانت وارداتها من الطماطم المجففة ضئيلة عام 1999 حوالي 39 طن زادت إلى 113 طناً عام 2000، وبلغت كمية الواردات 121 طناً خلال عام 2001 وتعد تركيا وإيطاليا أهم الدول المستوردة في حين أن الواردات من الدول الأخرى وجميعها من دول الاتحاد الأوروبي ضئيلة، وقد قامت مصر بتصدير كمية 3 طن فقط عام 2000. أما بالنسبة للكرات المجفف فقد تزايدت واردات بلجيكا عام 2001 إلى حوالي 6.4 ألف طن بعد أن كانت 3.6 ألف طن عام 2000، وتعتبر هولندا أكبر دولة مصدرة حيث بلغ نصيبها أكثر من 72% من إجمالي واردات بلجيكا عام 2001 تليها فرنسا وإسرائيل وألمانيا.

ووفقاً لاتفاق التعاون المبرم بين مصر والاتحاد الأوروبي عام 1997 والتعديلات التي أدخلت عليه فإنه يتم تخصيص الحصص التالية لصادرات مصر معفاة من الرسوم الجمركية. فبالنسبة للبصل المجفف تبلغ الحصص السنوية 5880 طن على مدار العام وتم تصدير حصة عام 2002 بالكامل. ووفقاً لاتفاق المشاركة الموقع بين مصر والاتحاد الأوروبي في 2001/6/25 فإنه سيتم زيادة الحصص المقررة لمصر من الخضروات المجففة إلى 16 ألف طن سنوياً تزداد بنسبة 3% كل عام من تاريخ دخول الاتفاق حيز التنفيذ. في ضوء العرض السابق فإنه يتضح أن هناك فرص كبيرة أمام الصادرات المصرية من الخضروات المجففة لاسيما الثوم المجفف والطماطم المجففة، كما أن صادرات مصر من الكرات المجفف تكاد تكون معدومة وتتنزىد هذه الفرص نظراً لما تتمتع به مصر من مزايا الحصص الجمركية لكل من البصل المجفف والثوم المجفف بخلاف الحال بالنسبة لدول آسيا وأمريكا اللاتينية. وتزداد تلك المزايا عند دخول اتفاق المشاركة حيز التنفيذ.

كما بين مكتب التمثيل التجاري (لبنان) ⁽¹⁾ أن صادرات مصر من البصل المجفف إلى لبنان عام 2001 بلغت 20.3 ألف طن بقيمة 2.9 مليون دولار وبنسبة 84% من إجمالي واردات لبنان، أما صادرات تركيا فبلغت 1.6 ألف طن بقيمة 515 ألف دولار وبنسبة 15%، والولايات المتحدة 24 طن بقيمة 13 ألف دولار، وفرنسا 4 طن بقيمة 7 آلاف دولار، والأردن 22 طن بقيمة 6 آلاف دولار، وأستراليا 8 طن بقيمة 3 آلاف دولار. كما أوضح أن المصدر الأساسي للبنان من الثوم المجفف هو الصين حيث بلغ 2.99 ألف طن بقيمة 1.5 مليون دولار بنسبة 82% من إجمالي واردات لبنان، بينما بلغت صادرات مصر من الثوم المجفف 46 طن بقيمة 231 ألف دولار بنسبة 2% وذلك لأن ذوق المستهلك اللبناني يفضل الثوم الصيني لكبر حجمه، وقد تم استيراد 131 طن بقيمة 66 ألف دولار من سويسرا بنسبة 4% و303 طن بقيمة 186 ألف دولار من سوريا بنسبة 10% في حين أن باقي الكميات المستوردة لم تشكل سوي نسبة 1% من الدول الأخرى، فإيران 28 طن بقيمة 12 ألف دولار، والعراق 64 طن بقيمة 19 ألف دولار، وتايلاند 18 طن بقيمة 11 ألف دولار. وتبلغ الرسوم الجمركية المفروضة على البصل والثوم المجفف 70% لكن اتفاق البرنامج التنفيذي لدعم التبادل التجاري بين مصر ولبنان قد تضمن إعفاء هذه السلع من الرسوم الجمركية، لكن هذا الاتفاق قد حدد توقيت استيراد هذه السلع كالأتي البصل والثوم خلال الفترة من أول ديسمبر إلى آخر أبريل.

كما أشارت دراسة تصدير الخضروات المجفف والخاصة بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ⁽²⁾ إلى أن إجمالي قيمة الواردات العالمية من الخضروات المجففة بلغت حوالي 615.25 مليون دولار أمريكي، وقد انخفضت قيمة الواردات العالمية بمعدل 1% سنوياً في المتوسط خلال الفترة 1997-2001. كما بلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 10 دول 458.07 مليون دولار أمريكي وهو ما يمثل حوالي 74.49% من إجمالي الواردات العالمية، في حين بلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 20 دولة 525.49 مليون دولار أمريكي وهو ما يمثل 85.41% من إجمالي الواردات العالمية، مما يعني وجود تركيز في أسواق الاستيراد العالمية بين عدد محدود من الدول، وقد احتلت اليابان المركز الأول

(1) مكتب التمثيل التجاري، سفارة جمهورية مصر العربية في لبنان، دراسة عن البصل والثوم في السوق اللبناني، 2002.

(2) مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، تصدير الخضروات المجففة، قطاع الأغذية والحاصلات الزراعية، العدد الثالث عشر، أغسطس 2003.

بين الدول المستوردة لخضروات مجففة على مستوى العالم بقيمة واردات بلغت 136.21 مليون دولار أمريكي واستحوذت على 22.14% من إجمالي واردات العالم، ويلاحظ التفاوت في قيمة الطن المستورد حيث تستورد اليابان الطن بما قيمته حوالي 3824 دولار أمريكي، بينما تستورد هولندا الطن بما قيمته 1176 دولار أمريكي.

وقد بلغ إجمالي قيمة الصادرات العالمية من الخضروات المجففة حوالي 565.41 مليون دولار أمريكي عام 2001، وانخفضت قيمة الصادرات العالمية بمعدل 3% سنوياً في المتوسط خلال الفترة 1997-2001. وبلغ إجمالي قيمة الصادرات لأكثر من 10 دول 448.11 مليون دولار أمريكي وهو ما يمثل حوالي 79.23% من إجمالي الصادرات العالمية عام 2001. احتلت الصين المركز الأول بين الدول المصدرة لخضروات مجففة على مستوى العالم حيث استحوذت على 39.11% من إجمالي الصادرات العالمية. ويلاحظ التفاوت في قيمة الطن لصادرات أهم الدول المصدرة حيث تصدر إيطاليا الطن بما قيمته حوالي 3761 دولار أمريكي، بينما تصدر الصين الطن بما قيمته 1316 دولار أمريكي. وقد احتلت مصر المركز السابع عشر بين الدول المصدرة لخضروات مجففة بقيمة صادرات بلغت 6 مليون دولار أمريكي، وحصة سوقية بلغت 1.06% من إجمالي الصادرات العالمية لنفس العام، ومثلت الصادرات المصرية من خضروات مجففة 0.14% من إجمالي الصادرات المصرية عام 2001.

وبينت أيضاً دراسة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار عن البصل المجفف⁽¹⁾ أن إجمالي قيمة الواردات العالمية من البصل المجفف وغير المعد بلغت حوالي 168.1 مليون دولار أمريكي عام 2001، وبلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 10 دول 114.24 مليون دولار أمريكي وهو ما يمثل حوالي 67.98% من إجمالي الواردات العالمية عام 2001. كما بلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 20 دولة 138.23 مليون دولار أمريكي وهو ما يمثل حوالي 82.23% من إجمالي الواردات العالمية مما يعني وجود تركيز في أسواق الاستيراد العالمية بين عدد محدود من الدول، وقد احتلت ألمانيا المركز الأول بين الدول المستوردة للبصل المجفف وغير المعد على مستوى العالم بقيمة واردات بلغت 33.6 مليون دولار أمريكي واستحوذت على 20% من إجمالي واردات العالم، ويلاحظ التفاوت في قيمة الطن المستورد في أهم الدول

(1) مجلس الوزراء ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، تصدير البصل المجفف وغير المعد، قطاع الأغذية والحاصلات الزراعية ، العدد الخامس عشر ، أكتوبر 2003.

المستوردة حيث تستورد اليابان الطن بما قيمته حوالي 2706 دولار أمريكي، بينما تستورد بلجيكا الطن بما قيمته 1016 دولار أمريكي.

وبلغ إجمالي قيمة الصادرات العالمية من البصل المجفف وغير المعد حوالي 155.18 مليون دولار أمريكي، وبلغ إجمالي قيمة الصادرات لأكثر من 10 دول 134.22 مليون دولار أمريكي وهو ما يمثل حوالي 86.5% من إجمالي الصادرات العالمية عام 2001. في حين بلغ إجمالي قيمة الصادرات لأكثر من 20 دولة 146.24 مليون دولار أمريكي وهو ما يمثل حوالي 94.24% من إجمالي الصادرات العالمية مما يعني وجود تركيز بين الدول المصدرة للبصل المجفف وغير المعد. واحتلت الولايات المتحدة الأمريكية المركز الأول بين الدول المصدرة للبصل المجفف وغير المعد على مستوى العالم بنسبة 44.55% من إجمالي الصادرات العالمية. ويلاحظ التفاوت في قيمة الطن لصادرات أهم الدول المصدرة حيث تصدر المجر الطن بما قيمته حوالي 30.86 دولار أمريكي، بينما تصدر الصين الطن بما قيمته 739 دولار أمريكي. وقد احتلت مصر المركز الثالث على مستوى العالم في تصدير البصل المجفف وغير المعد. بلغت قيمة الصادرات المصرية منه حوالي 15.22 مليون دولار أمريكي، تمثل 0.3% من إجمالي الصادرات المصرية. بلغت الحصة السوقية لمصر 9.81% من إجمالي صادرات العالم من البصل المجفف وغير المعد لعام 2001.

كما أشارت دراسة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء عن الخضروات المجمدة⁽¹⁾ أن إجمالي قيمة الواردات العالمية من الخضر المجمدة بلغ حوالي 1.3 مليار دولار عام 2001 ، وقد ارتفعت قيمة الواردات العالمية من الخضر المجمدة بمعدل 3% سنوياً في المتوسط خلال الفترة (1997-2001) . كما بلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 10 دول حوالي 1.1 مليار دولار وهو ما يمثل نحو 84.6% من إجمالي قيمة الواردات العالمية عام 2001 . في حين بلغ إجمالي قيمة الواردات لأكثر من 20 دولة حوالي 1.2 مليار دولار وهو ما يمثل حوالي 92.3% من إجمالي الواردات العالمية في نفس العام مما يعني وجود تركيز في أسواق الاستيراد العالمية بين عدد محدود من الدول ، هذا وقد احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المركز الأول بين الدول المستوردة للخضروات المجمدة على مستوى العالم بقيمة واردات بلغت نحو 225.9 مليون

(1) مجلس الوزراء ، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار ، النشرة الشهرية لمنتجات التصدير المصرية (تصدير) ، قطاع الأغذية والحاصلات الزراعية ، خضروات مجمدة ، العدد السابع ، فبراير 2003 .

دولار واستحوذت على 17.6% من إجمالي واردات العالم عام 2001. ويلاحظ التفاوت في قيمة الطن المستورد في أهم الدول المستوردة حيث تستورد إيطاليا الطن بما قيمته حوالي 1424 دولار، بينما تستورد هولندا الطن بما قيمته حوالي 631 دولار عام 2001. كما أوضحت الدراسة ارتفاع الصادرات العالمية من الخضروات المجمدة بمعدل 3% سنوياً في المتوسط خلال الفترة (1997-2001). وبلغ إجمالي قيمة الصادرات من الخضر المجمدة لأكثر من 10 دول 999.7 مليون دولار وهو ما يمثل حوالي 77% من إجمالي الصادرات العالمية عام 2001. كما بلغ إجمالي قيمة الصادرات لأكثر من 20 دولة 1144.8 مليون دولار وهو ما يمثل حوالي 89.2% من إجمالي الصادرات العالمية عام 2001 مما يعني وجود تركيز بين الدول المصدرة لخضروات مجمدة. وقد احتلت بلجيكا المركز الأول بين الدول المصدرة لخضروات مجمدة على مستوى العالم بقيمة صادرات نحو 235.4 مليون دولار واستحوذت على 18.4% من إجمالي الصادرات العالمية عام 2001. ويلاحظ التفاوت في قيمة الطن لصادرات أهم الدول المصدرة حيث تصدر فرنسا الطن بما قيمته حوالي 1228 دولار، بينما تصدر بولندا الطن بما قيمته 407 دولار عام 2001. وقد احتلت مصر المركز العشرين بين أهم الدول المصدرة لخضروات مجمدة بقيمة صادرات بلغت 6.6 مليون دولار عام 2001 وحصّة سوقية بلغت 0.51% من إجمالي الصادرات العالمية لنفس العام. كما بلغ متوسط قيمة الطن للصادرات المصرية حوالي 600 دولار عام 2001. في حين مثلت الصادرات المصرية من الخضروات المجمدة حوالي 0.16% من إجمالي الصادرات المصرية في نفس العام. استحوذت أكبر 5 أسواق على 74.3% من إجمالي صادرات مصر من الخضروات المجمدة مما يعني وجود تركيز في أسواق التصدير المصرية بين عدد محدود من الدول وهذه الأسواق هي فرنسا واليونان والولايات المتحدة الأمريكية والسعودية ولبنان حيث بلغت قيمة الصادرات المصرية إلى هذه الأسواق نحو 1.6 ، 1.1 ، 1 ، 0.8 ، 0.4 مليون دولار تمثل نحو 24.2% ، 16.7% ، 15.2% ، 12.1% ، 6.1% من إجمالي الصادرات المصرية من الخضر المجمدة والبالغ نحو 6.6 مليون دولار. كما يلاحظ أن قيمة الوحدة من الصادرات المصرية من الخضر المجمدة قد بلغت أعلى معدل لها في السوق اليوناني بما يساوي 2451 دولار/طن، بينما كان أقل متوسط لقيمة الطن حوالي 550 دولار في الصادرات المصرية إلى الدنيمارك.

ثالثاً بعض النتائج المستخلصة من الاستعراض المرجعي :

تبين مما سبق محدودية الدراسات التي تطرقت إلى دراسة التجارة الخارجية للمنتجات الغذائية المصنعة من الخضر والفاكهة ، حيث أنها لم تكن مجال اهتمام رئيسي لمعظم الدراسات بل كانت مجال اهتمام فرعي أو هامشي في أغلب الأحيان ، أما من حيث المناهج البحثية التي اتبعتها معظم تلك الدراسات فقد استخدمت المناهج البحثية التقليدية المتبعة في هذا الشأن ، وبحصر الدراسات والبحوث المتحصل عليها وجد أنها 28 دراسة منها 14 دراسة خاصة بالرسائل والبحوث العلمية ، 14 دراسة خاصة بمكاتب التمثيل التجاري ومجلس الوزراء والجهات الأخرى .

ومن ذلك يمكن حصر بعض النتائج الهامة التي يمكن إيجازها فيما يلي:.

- 1- أهمية دور الصناعات الزراعية عموماً والغذائية بصفة خاصة في الاقتصاد القومي المصري ، حيث تساعد على زيادة مرونة عرض المنتجات الزراعية على مدار العام ، كما تؤدي إلى تقليل الفاقد من الإنتاج الزراعي ، مما يساعد على زيادة كفاءة القطاع الزراعي .
- 2- ضآلة كمية الخضر والفاكهة الموجهة للتصنيع الغذائي . واعتماد التصنيع الغذائي على المواد الخام الفائضة من الاستهلاك والتي غالباً ما تكون غير جيدة بالنسبة لمواصفات الجودة المطلوبة للتصنيع مما يؤثر على جودة المنتجات النهائية .
- 3- بدأت صناعة التجفيف قبل الحرب العالمية الثانية وبدأ تصدير البصل المجفف منذ أوائل الأربعينات ، وقد ساعد على تطور هذه الصناعة انخفاض تكاليف العمالة في مصر وبالتالي زيادة قدرتها على التنافس . هذا فضلاً عن زيادة الطلب العالمي على البصل المجفف المصري .
- 4- تعد المملكة المتحدة وألمانيا الاتحادية وهولندا وسويسرا أهم الأسواق التقليدية للبصل المصري المجفف .
- 5- انخفاض نسبة قيمة صادرات مصر من البصل المجفف مقارنة بقيمة صادرات البصل الطازج وذلك بعكس معظم الدول العالمية ، وبما لا يتمشى مع التطور العالمي للطلب على البصل .
- 6- لا تعتمد صادرات المنتجات الغذائية المصنعة من الخضر على عروة معينة دون الأخرى كما هو الحال بالنسبة لحاصلات الخضر الطازجة .
- 7- وجود اختلاف في أسعار التصدير خلال العام الواحد بين الدول المختلفة تبعاً لظروف التعامل والتبادل الاقتصادي مع هذه الدول حيث يرتفع

- سعر التصدير لدول شرق أوروبا وخاصة الاتحاد السوفيتي . لأنه كان يتم التعامل على أساس الاتفاقيات التجارية دون دفع قيمتها نقداً . أما دول غرب أوروبا فإنها كانت تدفع نقداً وبالعملات الحرة وبالتالي فإن سعرها ينخفض عن متوسط السعر العالمي أن ذاك .
- 8- أوضحت الدراسات أن هناك طلب عالمي متزايد على الأغذية المعلبة والمجمدة المصرية وخاصة بالأسواق العربية .
- 9- أوضحت الدراسات أن متوسط سعر الطن الحقيقي في السوق العالمي والعوامل السياسية ، والكميات المنتجة تعد من أهم العوامل المحددة للكميات المصدرة من المنتجات المصنعة .
- 10- أهم الدول المستوردة للثوم المجفف هي ألمانيا الاتحادية ، والمملكة المتحدة ، وهولندا ، وسويسرا وتفضل هذه الدول الثوم المجفف في شكل مسحوق ، وتميزت الصادرات المصرية إلى تلك الدول بالتقلب نظراً للمنافسة الشديدة في الأسواق العالمية من الولايات المتحدة الأمريكية ، والصين ، والهند ، وكندا .
- 11- المنتجات الأخرى من المجففات وتشمل البامية المجففة والكرات والبطاطس والجزر المجفف تصدر بكميات ضئيلة بالمقارنة بصادرات البصل المجفف وتواجه صادرات الكرات المجفف منافسة دول أوروبا الشرقية وأسبانيا وتركيا والمغرب كما تواجه صادرات الجزر المجفف بصادرات إسرائيل ، وجنوب أفريقيا ، والولايات المتحدة الأمريكية .
- 12- صادرات الثوم المجفف سجلت اتجاهات عاماً متناقصاً بمعدل معنوي إحصائياً على الرغم من تزايد متوسط سعر الطن .
- 13- ضرورة انتهاج سياسة الخصخصة في الوقت الحالي بالنسبة لأهم الصناعات التحويلية الزراعية مثل الصناعات الغذائية وصناعة الغزل والنسيج .
- 14- عملية التصنيع الزراعي تؤدي إلى زيادة مرونة عرض المنتجات الزراعية وتحسين أسعارها محلياً وعالمياً وذلك نتيجة زيادة قابليتها للنقل والتخزين وزيادة الطلب عليها نتيجة لتحويلها إلى صورة يقبل عليها المستهلك ، كما تساعد على توفير فرص للعمالة في مجالات التصنيع والتسويق والعمليات المرتبطة بهما ، الأمر الذي يؤدي إلى رفع مستوى المعيشة لأفراد المجتمع ، كما تؤدي إلى زيادة دخل المزارع وبالتالي

- زيادة كفاءته الإنتاجية في استخدام الموارد نتيجة زيادة الطلب على المواد الزراعية الأولية الداخلة في الصناعة .
- 15- ضرورة العمل على تطوير تكنولوجيا التعليب حيث أنها تعتبر عصب صناعة حفظ الأغذية حيث تمثل نحو 47% ، 31% ، 32% من تكلفة إنتاج العصائر ، والمرببات وصلصة الطماطم ، والخضر المعلبة على الترتيب .
- 16- انخفاض نصيب الصادرات المصرية في السوق العالمي لمربي الفاكهة وتعد أسواق اليابان والولايات المتحدة الأمريكية والسعودية أكبر 3 أسواق تحصل على 93% من صادرات مصر من مربي الفاكهة.
- 17- بالنسبة للمنافسة السعرية كان أقل متوسط لقيمة الوحدة المصدرة من عصائر الفاكهة من صادرات المكسيك .
- 18- تحصل أسواق الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة العربية السعودية وإيطاليا على نحو 96% من صادرات مصر من عصائر الفاكهة.
- 19- هناك فرص كبيرة أمام الصادرات المصرية من الخضروات المجففة لاسيما البصل المجفف والثوم المجفف و الطماطم المجففة وتزايد هذه الفرص نظراً لما تتمتع به مصر من مزايا الحصص الجمركية لكل من البصل المجفف والثوم المجفف .
- 20- يمثل المكون الأجنبي في تكلفة التعليب حوالي 85% .
- 21- تواجه الصناعات الغذائية في مصر تحديات خارجية وأخرى داخلية تجعلها تفتقر إلى إنتاج سلع عالية الجودة ومن ثم فإن قدرتها على المنافسة والنفاذ إلى الأسواق العالمية تكاد تكون محدودة .
- 22- يمكن اعتبار كل من السوق الإنجليزي والألماني أسواقاً واعدة مستقبلاً لصادرات البطاطس المجمدة المصرية ، حيث تتمتع تلك الأسواق بأهمية نسبية مرتفعة من حيث وارداتها من البطاطس المجمدة بينما يتضاءل النصيب السوقي للبطاطس المصرية بتلك الأسواق .
- 23- تعتبر الصين هي أكبر مصدر عالمي للخضروات المجففة ، تليها الولايات المتحدة الأمريكية ، ثم إقليم تايوان الصيني ، وألمانيا ، وفرنسا ، واليابان ومن الدول النامية جمهورية كوريا ، ومصر ، وشيلي ، والهند ، والمغرب ، والمكسيك .
- 24- كما تعتبر أسواق كل من اليابان وهونج كونج وألمانيا أكبر ثلاثة أسواق مستوردة .

25- ضرورة التوسع في وضع وإصدار المواصفات القياسية المصرية لتشمل تدريجياً جميع الخامات والمنتجات المحلية ، ويراعى أن تكون المواصفات القياسية المصرية متوافقة مع المواصفات الدولية المناظرة وذلك تيسيراً لانسياب السلع والمنتجات المصرية إلى الأسواق الخارجية حتى تقف على قدم المساواة مع المنتجات الأجنبية في ميادين التصدير.

26- ضرورة الالتزام بتنفيذ عقود التصدير في المواعيد المحددة ضماناً لاستمرار التواجد في الأسواق الخارجية

27- تعاضم أهمية المعايير والاشتراطات الصحية والبيئية للمنتجات الغذائية المصنعة من الخضر والفاكهة .

28- ضرورة منح الصارات المصرية ميزات سعرية وفراغات مناسبة على شركة مصر للطيران وضرورة شراء طائرات لنقل البضائع ، مع تجهيز الطائرات المتاحة حالياً بموانع الضوضاء حتى تتمكن من الهبوط في المطارات الأوروبية .

29- تزايد الاستهلاك العالمي من الخضر المجففة في الفترة الأخيرة نتيجة اتجاه الدول النامية إلى زيادة استهلاك الأطعمة المحفوظة التي يدخل في إنتاجها الخضر المجففة .

30- وجود تركيز في أسواق الاستيراد العالمية من مربى الفاكهة بين عدد محدود من الدول وقد احتلت ألمانيا المركز الأول بين الدول المستوردة لمربى الفاكهة على مستوى العالم ، في حين احتلت فرنسا المركز الأول بين الدول المصدرة لمربى الفاكهة ، كما أوضحت الدراسات تراجع الأسعار العالمية لمربى الفاكهة.

31- وجود تركيز في أسواق الاستيراد العالمية بين عدد محدود من الدول للخضر المجمدة ، وقد احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المركز الأول بين الدول المستوردة للخضروات المجمدة ، في حين احتلت بلجيكا المركز الأول بين الدول المصدرة للخضر المجمدة ، واستحوذت أكبر خمس أسواق على 74.3% من إجمالي صادرات مصر من الخضر المجمدة وهي فرنسا ، واليونان ، والولايات المتحدة الأمريكية ، والسعودية ، ولبنان .

بعض الجوانب التي لم تنل نصيبها من الاهتمام:.

1- لم تتعرض معظم الدراسات لدور المؤسسات التسويقية المحلية والخارجية في تطوير الصادرات من المنتجات المصنعة من الخضر والفاكهة .

- 2- لم تتعرض معظم الدراسات بشكل كافي سوى لصنف أو اثنين على الأكثر من المنتجات الزراعية المجففة وبطريقة غير مباشرة .
- 3- عدم الاهتمام المناسب لمعظم الدراسات بالطلب الخارجي لتلك المنتجات وتوقعاته ودرجة استيعاب الأسواق المختلفة لها والمزايا النسبية والتنافسية للمنتجات المصرية في الأسواق العالمية .
- 4- عدم إجراء دراسات خاصة بتمويل تلك الأنشطة واستثماراتها .
- 5- لم تهتم معظم الدراسات كثيراً بدراسة الهوامش التسويقية والكفاءة التصديرية .

لذا اهتمت الدراسة الحالية بتغطية بعض أوجه هذا القصور حسب المتاح من البيانات ، خاصة وأن تلك البيانات تتصف بالندرة أحياناً وبخاصية التجميع في أحيان أخرى ، وبعبارة أخرى فإن معظم الدراسات اعتمدت على الإحصاءات المتاحة والمتوافرة عن كل مجموعة من المصنعات الغذائية للخضر والفاكهة دون أن تتعامل مع كل منتج مصنع على انفراد ، وهو ما يؤدي إلى العديد من المشاكل الاقتصادية والإحصائية عند محاولة إجراء التحليل الاقتصادي أو الإحصائي لهذه المجموعات السلعية .

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

يتناول هذا الجزء من الدراسة بعض المصطلحات والمفاهيم المرتبطة بموضوع التجارة الخارجية الزراعية مع التركيز على المفاهيم المتعلقة بكل من الميزة النسبية والقدرة التنافسية للسلع والمنتجات الزراعية المصرية في الأسواق العالمية.

ويستهدف هذا الفصل مايلي:

- (1) التعرف على مفهوم الميزة النسبية⁽¹⁾ والعوامل المحددة لها والميزة التنافسية والعوامل المحددة لها.
- (2) التعرف على معايير كفاءة التجارة الخارجية .
- (3) التعرف على نماذج دعم القدرة التنافسية للصادرات .
- (4) التعرف على محددات الطلب العالمي على الصادرات المصرية.
- (5) التعرف على أثر مرونة العرض المحلي ومرونة الطلب الخارجي وسعر الصرف على الصادرات المصرية .

أولاً : المفاهيم الخاصة بالميزة النسبية:.

مفهوم الميزة النسبية: Comparative Advantage

ينبى التفسير الكلاسيكي للتجارة الدولية على مبدأ التكاليف النسبية الذي صاغه الاقتصادي الإنجليزي " دافيد ريكاردو " عام 1817 ، حيث أوضح أن أساس التجارة الدولية إنما يوجد في تلك الاختلافات التي توجد بين الدول في التكاليف النسبية ، وذلك أن اختلاف النفقات النسبية هو الشرط الضروري والكافي للتبادل التجاري بين دولتين ، وعند توافر هذا الشرط يكون من مصلحة كل دولة أن تخصص في إنتاج تلك السلعة التي تتمتع فيها بنفقة نسبية أقل ، أي بميزة نسبية أكبر وذلك بالمقارنة بالدول الأخرى ، ولافائدة من التبادل التجاري إذا تساوت النفقات النسبية . ويضيف هيكشر أن اختلاف الندرة النسبية لعوامل الإنتاج ما بين دولة وأخرى هو شرط ضروري لوجود اختلاف في النفقات النسبية وبالتالي لقيام التجارة الخارجية ، وكذلك فإن اختلاف النسب والتوليفات

⁽¹⁾ عون خير الله عون (دكتور) ، المزايا النسبية للمنتجات الزراعية المصرية في الأسواق العالمية في ظل تحرير التجارة الزراعية الدولية ، ورقة مرجعية مقدمة إلى اللجنة العلمية الدائمة للاقتصاد الزراعي والإرشاد والمجتمع الريفي للترقية لدرجة أستاذ ، يناير 2000 .

التي تتركب بها عوامل الإنتاج في العملية الإنتاجية من سلعة إلى أخرى تعتبر شرطاً آخر لقيام التجارة الخارجية ، ويرى " جون سيتوارت ميل " أن الفائدة أو المنافع المتحصل عليها من التجارة الدولية تتأتى من التوظيف الأكثر كفاءة للقوى الإنتاجية في العالم. (1)

معامل تكلفة الموارد المحلية: Domestic Resource Cost

ويتم قياس الميزة النسبية باستخدام معامل تكلفة الموارد المحلية ، حيث يتم استخدام تكلفة الموارد المحلية لتوضيح الميزة النسبية للسلعة على مستوى الاقتصاد القومي بحيث توضح تشجيع الاستثمار في الإنتاج المحلي أو إحلاله بالواردات ، ويستخدم هذا المفهوم لمقارنة الكفاءة النسبية للأنشطة المختلفة سواء في القطاع الزراعي أو غيره من القطاعات ، وكذلك مقدرتها التنافسية في الأسواق العالمية ، وباستخدام هذا المقياس فإن الأنشطة ذات القيمة المنخفضة لتكلفة الموارد المحلية تكون أكثر كفاءة وبالتالي ارتفاع القيمة المضافة للنشاط، أي أن العلاقة عكسية بين تكلفة الموارد المحلية المستخدمة والقيمة المضافة المتولدة من النشاط ، ومن ثم يجب توجيه الموارد للأنشطة التي ترتفع قيمتها المضافة لرفع مستوى الإنتاج المحلي الإجمالي . ويأخذ معيار تكلفة الموارد المحلية الصيغة التالية :

إجمالي التكاليف للوحدة بالسعر المحلي

معامل تكلفة الموارد المحلية =

القيمة المضافة للوحدة بسعر الحدود

(D.R.C)

فإذا كانت قيمة معامل تكلفة الموارد المحلية أقل من الواحد الصحيح فهذا يشير إلى أن الدولة توفر عملة أجنبية من إنتاج السلعة محلياً ، لأن تكلفة إنتاج الوحدة المحلية أقل من القيمة المضافة المقومة بأسعار الحدود ، ولذلك ينصح بالتوسع في الإنتاج المحلي وتقليل الاعتماد على الاستيراد ، وبالتالي فهي تحقق مكاسب إذا كانت السلعة تصديرية ، أو توفر عملة صعبة إذا كانت السلعة استيرادية ، وبالتالي يمكن للدولة أن يكون لها ميزة نسبية في إنتاج تلك السلعة في ظل المنافسة الدولية . أما إذا كانت قيمة معامل تكلفة الموارد المحلية أكبر

(1) هدايت محمد محيي الدين ، رؤية نحو تدعيم المزايا النسبية والتنافسية لأهم المحاصيل

للتصديرية ، المؤتمر السادس للاقتصاديين الزراعيين ، " الزراعة المصرية في عالم متغير " ،

الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي ، القاهرة ، 29-30 يوليو 1998 .

من الواحد فهذا يشير إلي أن الدولة تتحمل تكاليف من إنتاج تلك السلعة محليا ولا توفر عملة صعبة ، وبالتالي ففي هذه الحالة لا يتم تحقيق مكاسب تصديرية وينصح بالاعتماد على الاستيراد وتقليل الإنتاج لعدم وجود ميزة نسبية في إنتاج تلك السلعة ، وإذا كانت قيمة معامل تكلفة الموارد المحلية تساوي الواحد فهذا يشير إلي وضع التوازن حيث أن الدولة لا تكسب أو توفر من إنتاج تلك السلعة⁽¹⁾ وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلي أن معامل تكلفة الموارد المحلية يمكن الحصول عليه أيضا كأحد مشتقات مصفوفة تحليل السياسات للمحاصيل المختلفة (Policy Analysis Matrix) ويقصد بالموارد المحلية عوامل الإنتاج التي لا يتم تداولها تجاريا مثل الأرض والعمل ورأس المال ، والتي يفترض أنها لا تنتقل إلي الدول الأخرى ليمتلكها مجتمع آخر ، وغالبا ما يكون سعر السوق هو نفسه سعر الظل لهذه العوامل⁽²⁾.

الرقم القياسي للميزة النسبية الظاهرة : Revealed Comparative Advantage
قام Balassa بتركيب الرقم القياسي للميزة النسبية الظاهرة ، ويمكن تقدير هذا الرقم باستخدام المعادلة التالية :

$$100 \times \frac{\text{قيمة صادرات السلعة في العالم}}{\text{قيمة صادرات السلعة للدولة}} = \text{الرقم القياسي للميزة النسبية الظاهرة} = \frac{\text{قيمة الصادرات الكلية العالمية}}{\text{قيمة الصادرات الكلية للدولة}}$$

ويمكن أن يحسب هذا الرقم لسلعة زراعية واحدة ، أو يحسب لإجمالي السلع الزراعية ، أو لمجموعة من السلع الزراعية ، وكلما زادت قيمة هذا الرقم عن 100 دل ذلك على وجود ميزة نسبية ظاهرة لصادرات السلعة ، أو

(1) مهران على سليمان عيطه ، دراسة تحليلية للقيمة المضافة واستخداماتها في القطاع الزراعي في ظل سياسة التحرر الاقتصادي ، مجلة المنصورة للعلوم الزراعية ، مجلد 22 ، العدد (11) ، كلية الزراعة ، جامعة المنصورة ، 1997 .

(2) أسماء إسماعيل متولي ، الإمكانيات التنافسية لبعض السلع الغذائية الرئيسية في جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، 1996 .

لمجموعة السلع ، أو لإجمالي السلع الزراعية المصدرة . وإذا انخفض هذا الرقم عن 100 دل ذلك على تدهور الميزة النسبية للسلع الداخلة في حسابه .⁽¹⁾

معامل الحماية الأسمى : Nominal Protection Coefficient

يقيس معامل الحماية الأسمى أثر السياسة الزراعية ويشير إلي النسبة بين العائد أو السعر مقيماً بسعر السوق والعائد أو السعر مقيماً بسعر الظل ، وبذلك فهو يعكس مدى تقارب أو بعد الأسعار المحلية عن مثيلتها العالمية مقيماً بالعملة المحلية بسعر الصرف الظلي ، وكذلك مدى تحمل الدولة عبء دعم المحصول أو فرض ضرائب مباشرة على المنتجين ، ويقاس هذا المعامل على النحو التالي:

$$\text{معامل الحماية الأسمى} = \frac{\text{السعر العالمي} \times \text{سعر الصرف التوازني}}{\text{السعر المزرعي}}$$

$$\text{حيث : سعر الصرف التوازني} = \frac{\text{سعر الصرف الحر}}{\text{سعر الصرف الرسمي}}$$

وتشير زيادة قيمة معامل الحماية الأسمى عن الواحد الصحيح إلي وجود دعم لمستلزمات الإنتاج أو وجود دعم للمنتج ، في حين يشير نقصه عن الواحد الصحيح إلي عدم وجود دعم لمستلزمات الإنتاج أو وجود ضرائب ضمنية يتحملها المنتجون ، أما إذا كانت قيمة هذا المعامل تبلغ الواحد الصحيح فهذا يشير إلي وجود سياسة إنتاجية عادلة .

معامل الحماية الفعال : Effective Protection Coefficient

وهو امتداد لمفهوم الحماية الأسمى بحيث يظهر التشوهات في كل من الإنتاج وأسواق مستلزمات الإنتاج معاً على حد سواء ، كذلك يمكن أن يبين ارتفاع أسعار المنتجات الزراعية مقارنة بمثيلتها العالمية ، ويأخذ هذا المعامل في الاعتبار ظاهرة توازن الضرائب الغير مباشرة على الإنتاج والدعم على مستلزمات الإنتاج حيث يقيس صافي أثر السياسة الاقتصادية المحلية على كل من أسواق المنتج ومستلزمات الإنتاج ، ويقاس هذا المعامل على النحو التالي :

(1) Research information sector, Ministry of Economy, Government of Egypt, the international competitiveness of Egypt in perspective, first report 1998 .

القيمة المضافة للسلعة بالأسعار المحلية

معامل الحماية الفعال = $\frac{\text{القيمة المضافة للسلعة بالأسعار العالمية}}{\text{القيمة المضافة للسلعة بالأسعار المحلية}}$

وفى حالة ارتفاع قيمة هذا المعامل عن الواحد الصحيح فإن هذا يدل على أن هذه السلعة تتمتع بحماية ، وأن هذا النشاط الإنتاجي يحصل على حوافز ، أما إذا انخفضت قيمة هذا المعامل عن الواحد الصحيح فإن هذا يدل على أن هذا النشاط الإنتاجي تفرض عليه ضرائب ضمنية ولا يتمتع بالحماية .

وتتباين معاملات الحماية تباينا ملموسا فى الأجل القصير وذلك لارتباطها بالأسعار العالمية والتي تتباين من عام لآخر ، وكذلك نظرا لتباين الأسعار المحلية الحقيقية ، وتباين درجة عدم التوازن فى سعر الصرف ، وتغير المستوى التكنولوجي والتوزيع الإقليمي للسلعة . (1)

وتعين معاملات الحماية المحلل الاقتصادي على مقارنة الأسعار المحلية بالأسعار العالمية وتحديد الهيكل الضمني للضريبة والدعم والفرق بين الحوافز الناتجة عن السياسة والحوافز التي يمكن أن توفرها فرص التجارة الخارجية، وتعتبر معاملات الميزة النسبية مكملة لمعاملات الحماية لأن الأولى تشير إلى الكفاءة النسبية للإنتاج المحلى للتصدير أو للإحلال محل الواردات، ويعمل كل منهما على مساعدة القائم بالتحليل الاقتصادي على تقدير ما إذا كانت الحوافز الناتجة عن السياسة السعرية تدعم التنمية الزراعية الكفاء وبيان الاتجاه الذي يجب أن تأخذه إعادة هيكله الاستثمارات العامة والحوافز الخاصة لتشجيع الاستخدام الكفاء للموارد .

ثانياً : المفاهيم الخاصة بالميزة التنافسية

الميزة التنافسية : Competitive Advantage

فى ظل اتساع نطاق التجارة الدولية وحرية التجارة وازالة الحواجز الجمركية وزيادة حدة المنافسة بين منتجات الدول المختلفة فى الأسواق الخارجية لايجب الاعتماد فقط على الميزة النسبية ، لكن يجب الاعتماد أيضا على القدرة والميزة التنافسية ، والميزة التنافسية لها مكونات معناها انتاج سلعة بتكلفة

(1) أسماء إسماعيل متولي ، الإمكانات التنافسية لبعض السلع الغذائية الرئيسية فى جمهورية

مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ،

منخفضة وذات جودة عالية ووجود خدمات لتوصيل هذه السلعة للمستهلك في الوقت المناسب والشكل المناسب ، الآن لا تستطيع الدول أن تعيش على الميزة النسبية فقط ولكن يجب أن تعرف كيف تحولها الى ميزة تنافسية .⁽¹⁾

معامل عدم استقرار الإنتاج: Unstability coefficient

ينعكس استقرار الإنتاج من سنة لأخرى على القدرة على الوفاء بمتطلبات التصدير ، وبالتالي يؤثر في القدرة التنافسية واستمرارها ، الأمر الذي يحدد الى حد كبير مدى كفاءة العمليات التصديرية ويتم حساب معامل عدم الاستقرار وفقا للمعادلة التالية :

$$\text{معامل عدم الاستقرار} = ((Y - Y^{\wedge}) / Y^{\wedge}) \times 100$$

حيث : Y القيمة الفعلية ، Y^{\wedge} القيمة التقديرية

وكلما اقتربت قيمة معامل عدم الاستقرار من 100 كلما دل ذلك على حدوث تقلبات كبيرة في إنتاج السلعة بما ينعكس في انخفاض المقدرة على الوفاء بمتطلبات التصدير وبالتالي فقد بعض أسواق السلعة في الخارج ، وكلما انخفضت قيمة معامل عدم الاستقرار ، كلما دل ذلك على حدوث استقرار في إنتاج السلعة وبالتالي وجود مقدرة على الوفاء بمتطلبات التصدير والمحافظة على أسواق السلعة في الخارج .

ويستخدم كذلك مقياس الاستقرار النسبي في الإنتاج للدلالة على مدى قوة المركز التنافسي لدولة ما في مواجهة دولة أخرى منافسة في سوق السلعة ويحسب كما يلي :

$$\text{مقياس الاستقرار النسبي في الإنتاج} = \frac{\text{معامل عدم استقرار الإنتاج في دولة ما}}{100 \times \text{معامل عدم استقرار الإنتاج بدولة منافسة}}$$

الأسعار النسبية : Relative Price

ويعتبر السعر النسبي من المحددات الأساسية والهامة في التأثير على المركز التنافسي للسلعة في السوق العالمي حيث أنه كلما كانت الأسعار النسبية للسلعة المصدرة منخفضة ، كلما دل ذلك على قوة المركز التنافسي للدولة في مواجهة الدولة المنافسة في سوق السلعة ، ويحسب السعر النسبي كما يلي :

(1) أحمد أحمد جويلي ، الكلمة الافتتاحية لندوة اتفاقية المشاركة المصرية الأوربية ، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي ، القاهرة ، 25 يوليو 1996 .

$$\text{السعر النسبي} = \frac{\text{سعر تصدير السلعة في دولة ما}}{100 \times \text{سعر تصدير السلعة في الدولة المنافسة}}$$

وكلما كان السعر النسبي لدولة ما أقل من 100 دل ذلك على قوة المركز التنافسي لصادرات السلعة من هذه الدولة في مواجهة صادرات نفس السلعة بالدولة المنافسة ، أما اذا زادت قيمة السعر النسبي عن 100 كلما دل ذلك على ضعف المركز التنافسي للدولة في مواجهة الدولة الأخرى فيما يتعلق بصادرات السلعة .

كفاءة أداء العمليات التصديرية :

نظراً لعدم وجود معيار كاف للتعرف على مدى كفاءة أداء العمليات التصديرية لسلعة ما ، فقد اتفقت الدراسات المختلفة على استخدام المعيار التالي :
قيمة التجارة الخارجية لدولة ما

$$\text{كفاءة أداء العمليات التصديرية} = \frac{100 \times \text{الدخل القومي لنفس الدولة}}$$

الدخل القومي لنفس الدولة

وقد استخدم هذا المعيار على أساس أنه كلما زادت هذه النسبة كلما دل ذلك على زيادة عدد ونشاط الهيئات والمؤسسات التصديرية داخل الدولة وهو معيار تقريبي Proxy Variable ، ونظراً لأن كفاءة أداء العمليات التصديرية تتوقف على عوامل كثيرة منها سرعة إنهاء الإجراءات والتسهيلات التصديرية وسرعة وصول السلعة للمستهلك النهائي بالجودة المطلوبة ، وهذه عوامل من الصعب التعبير عنها أو إخضاعها للقياس في ظل عدم توفر تلك البيانات والمتعلقة منها بالدول المنافسة بصفة خاصة .

مرونة الطلب السعرية : Price Elasticity Demand

وتستخدم مرونة الطلب السعرية على السلعة المصدرة في الدولة المستوردة كمؤشر للمركز أو القوة التنافسية للسلعة في سوق الدولة المستوردة لها ، فكلما كانت مرونة الطلب الخارجي على السلعة في سوق ما منخفضة كلما دل ذلك على أن الدولة المصدرة تستطيع رفع سعر السلعة وفي نفس الوقت تظل محتفظة بذلك السوق .

مرونة الطلب الإنفاقية :

فكلما كانت المرونة الإنفاقية على الواردات في الدولة المستوردة مرتفعة كلما دل ذلك على أن زيادة الإنفاق على الواردات في الدولة المستوردة للسلعة

يؤدي بالتبعية الى زيادة الطلب على تلك السلعة ، أما اذا كانت المرونة الإنفاقية منخفضة فهذا يدل على أن زيادة الإنفاق على الواردات في تلك الدولة يؤدي الى زيادة غير ملموسة في الطلب على تلك السلعة .

معامل التركيز السلعي للصادرات :

ويستخدم معامل جيني - هيرشمان (Gini - Herchman Coefficient)
لحساب درجة التركيز السلعي لصادرات سلعة معينة أو لصادرات مجموعة من السلع وفقا للمعادلة التالية :

$$C_{jx} = 100 \sqrt{\sum \left(\frac{X_{sj}}{X_i} \right)^2}$$

حيث أن C_{jx} تمثل معامل التركيز السلعي

X_{sj} تمثل صادرات أو واردات سلعة معينة من أو إلى دولة معينة

X_i تمثل قيمة الصادرات أو الواردات الزراعية الإجمالية

وكما اقتربت قيمة هذا المعامل من 100 كلما دل ذلك على زيادة درجة

التركز السلعي للصادرات في سلعة معينة أو في مجموعة من السلع ، كلما انخفضت قيمة هذا المعامل كلما دل ذلك على زيادة درجة التنوع السلعي في

الصادرات وتصل قيمة المعامل إلى أقل قيمة لها في حالة توزيع حصيلة قيمة الصادرات على السلع المصدرة بالتساوي ، وبذلك تصبح النهاية الصغرى لهذا

المعامل $= \sqrt{M} / 100$ (حيث M تمثل عدد السلع التي تتوزع عليها حصيلة قيمة الصادرات) (1).

معامل التركيز الجغرافي للصادرات :

ويستخدم معامل جيني - هيرشمان (Gini - Herchman Coefficient)

لحساب درجة التركيز الجغرافي للصادرات من سلعة معينة أو من مجموعة من السلع خلال الفترات الزمنية المختلفة وفقا للمعادلة التالية:

$$C_{jx} = 100 \sqrt{\sum \left(\frac{X_{ij}}{X_j} \right)^2}$$

حيث أن :

(1) Massel, B.F., Export concentration and fluctuation in export Earning, American Economic Review, 1970.

C_{jx} : تمثل معامل التركيز الجغرافي
 X_{ij} : ترمز إلى قيمة الصادرات أو الواردات من أو إلى دولة معينة
 X_j : ترمز إلى قيمة الصادرات أو الواردات الزراعية الإجمالية
ويصل هذا المعامل إلي أقصى قيمة له وهي 100 في حالة ما إذا كانت السلعة تصدر إلي دولة واحدة فقط من دول العالم ، بينما تقل قيمة المعامل عن 100 كلما توزعت الصادرات من السلعة على عدد أكبر من الدول ، وتصل النهاية الدنيا لهذا المعامل عندما يساوي $100 / \sqrt{N}$ (حيث N تمثل عدد الدول الموجه إليها الصادر من السلعة) ، في حالة ما إذا كانت صادرات السلعة تتوزع بالتساوي على الدول المستوردة لهذه السلعة ، ويرى ميشائيلي أن معامل التركيز الجغرافي يعد مرتفعا إذا كانت قيمته أكبر من 40 % .⁽¹⁾

ثالثاً :معايير كفاءة التجارة الخارجية:

متوسط الميل للتصدير :

ويحسب بقسمة قيم الصادرات على الدخل القومي الإجمالي

$$\text{أي أن متوسط الميل للتصدير} = \frac{\text{قيمة الصادرات}}{\text{الدخل القومي الإجمالي}}$$

الميل الحدي للتصدير :

ويحسب بقسمة التغير في قيمة الصادرات على التغير في قيمة الدخل القومي الإجمالي .

$$\text{أي أن الميل الحدي للتصدير} = \frac{\Delta \text{ قيمة الصادرات}}{\Delta \text{ قيمة الدخل القومي الإجمالي}}$$

معدل التبادل الدولي الإجمالي : Gross Barter Terms of Trade

ويحسب بقسمة الرقم القياسي لكمية الصادرات على الرقم القياسي لكمية الواردات والضرب في 100 .

$$\text{أي أن معدل التبادل الدولي الإجمالي} = 100 \times \frac{\text{الرقم القياسي لكمية الصادرات}}{\text{الرقم القياسي لكمية الواردات}}$$

⁽¹⁾ Michaely, M., Concentration in international trade, Amsterdam, 1962.

معدل التبادل الدولي الصافي : Net Barter Terms of Trade
ويحسب بقسمة الرقم القياسى لقيمة الصادرات على الرقم القياسى لقيمة
الواردات والضرب $\times 100$
الرقم القياسى لقيمة الصادرات
أى أن معدل التبادل الدولي الصافي = $100 \times \frac{\text{الرقم القياسى لقيمة الصادرات}}{\text{الرقم القياسى لقيمة الواردات}}$

معدل تغطية الصادرات للواردات : Rate of Coverness
ويحسب بقسمة قيمة الصادرات على قيمة الواردات

الكفاءة التصديرية :
يتم الاستناد الى المعيار التالى فى تحديد مدى كفاءة التصدير لأى سلعة :

$$\text{كفاءة التصدير} = 100 \times \frac{\text{قيمة السلعة بأسعار التصدير}}{\text{قيمة السلعة بأسعار الجملة}}$$

ويتلخص هذا المعيار فى تحويل قيمة الصادرات من سلعة معينة الى مايعادلها من العملة المحلية وفقاً لسعر الصرف الرسمى ونسبتها الى قيمة هذه السلعة بأسعار الجملة المحلية فاذا كانت هذه النسبة أكثر من 100 % فيعنى ذلك أنه يتم بيع هذه السلعة فى الأسواق العالمية بأسعار أعلى من الأسعار المحلية ، أى أن هناك ربحية من التصدير ، أما اذا كانت هذه النسبة أقل من 100 % فمعنى ذلك أنه يتم بيع هذه السلعة فى الأسواق العالمية بأسعار أقل من الأسعار المحلية أى أن هناك خسارة نتيجة التصدير .⁽¹⁾

رابعاً : نماذج دعم القدرة التنافسية للصادرات :

يمكن وضع تعريف عام للقدرة التنافسية بأنها القدرة المستمرة للمؤسسات على بيع السلع والخدمات بربحية فى الأسواق المفتوحة . ووفقاً لتعريف آخر هي التي تتطوي على تحسن فى مستوى معيشة المواطنين من خلال تحقيق معدلات

(1) أحمد محمد أحمد ، الكفاءة التصديرية لأهم السلع الغذائية الزراعية المصرية ، مجلة البحوث الزراعية ، جامعة طنطا ، المجلد 17 ، العدد (3) ، 1991 .

نمو عالية ومستديمة ووضع قابل للاستمرار لميزان المدفوعات . أما التعريف الذي يقدمه مجلس السياسة التنافسية للولايات المتحدة الأمريكية فهي القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تجابه اختبارات الأسواق الدولية وتضمن نمو متواصل ومتصاعد في مستوى معيشة المواطنين على المدى الطويل . وتعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بقدرة الشركات والصناعات والدول والأقاليم على خلق مستويات توظيف لعوامل الإنتاج بشكل دائم في الأجل الطويل . ومن الواضح حتى الآن أن هذه المفاهيم للمنافسة الدولية ترتبط بالسياسات الاقتصادية للدولة من جهة وترتبط الاقتصاد المحلي بالاقتصاد العالمي .⁽¹⁾ ولقد قدم المنتدى الاقتصادي العالمي عندما قدم تعزيزه عن التنافسية لأول مرة عام 1990 ولقد حاول هذا التقرير قياس وترتيب القدرة التنافسية لمؤسسات قطاع الأعمال في بلدان مختلفة وفقاً لمعايير محددة هي⁽²⁾ :

- 1- جودة المنتجات
 - 2- التسليم في الوقت المناسب
 - 3- كم ونوع التدريب بالمؤسسات
 - 4- التوجه المستقبلي للمؤسسات
 - 5- المزايا السعرية وضبط عناصر التكاليف
- وأشارت دراسات أخرى إلى أن عناصر التنافس كافية في الوقت والجودة وإنخفاض التكاليف وتمييز المنتج من وجهة نظر العميل أو المستهلك .

* مؤشرات التنافسية :

يجرى التمييز عادة بين أنواع عديدة من مؤشرات التنافسية حيث تتحدد ثلاثة مستويات الأول يعكس مؤشرات التنافسية على مستوى الاقتصاد الكلي ككل والثاني مؤشرات التنافسية على مستوى الاقتصاد الجزئي بينما يعكس الثالث مؤشرات التنافسية على مستوى الأنشطة الاقتصادية .

(1) معهد التخطيط القومي ، رؤية مستقبلية لعلاقات ودوائر التعاون الاقتصادي المصري الخارجي ، الجزء الأول خلفية أساسية ، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية ، رقم (149) ، مارس 2002 .

(2) رياض السيد أحمد عمارة ، التنافسية - المفهوم والتقدير ، مجلة مصر المعاصرة ، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع ، العدد 461-462 ، يناير ، أبريل ، 2001

1- مؤشرات التنافسية على مستوى الاقتصاد الكلي : أعدت دائرة تنمية القطاع الخاص في البنك الدولي سلسلة من مؤشرات التنافسية توضح بيئة الأعمال في الدول المختلفة على النحو التالي (1) :

- النشاط وخفة الحركة : وتعكس قدرة المؤسسات على الاستجابة لمؤشرات السوق مما يوضحها الأداء الاقتصادي والتصديري
- الاعتمادية : وهي قدرة المؤسسات على تقديم تعهدات على فترات زمنية محددة وللوفاء بها كما تنعكس في عوامل عدم اليقين والمخاطرة .
- القدرة على التعلم : وهي قدرة المؤسسات والعاملين على استيعاب المعلومات والتكنولوجيا الجديدة كما تنعكس في التعليم والقدرة والتقنية .
- العمل عن طريق الشبكات : ويوضح مدى ارتباط المؤسسات بالأسواق ومصادر المعلومات والتكنولوجيا كما تنعكس في مؤشرات النقل والاتصال وروابط الاستثمار .

ويحدد تقرير التنافسية السنوي الصادر عن معهد إدارة التنمية الدولي عوامل القدرة التنافسية بثمانية مؤشرات هي :

- هياكل وأداء الاقتصاد القومي ويعبر عنه بدلالة متغيرات القيمة المضافة والاستثمارات والادخار والاستهلاك النهائي وأداء القطاعات الاقتصادية وتكلفة المعيشة .
- الصلات مع الخارج وتعكسها عوامل ميزان الحساب الجاري ومرونة سعر الصرف واستثمارات المحفظة والاستثمار الأجنبي المباشر والحماية الوطنية والانفتاح .
- الحكومة ويعبر عنها بمؤشرات الدين الوطني والانفاق الحكومي والسياسات الضريبية وفاعلية الدولة ومستوى انقسامها في الأنشطة الاقتصادية .
- التمويل ويعبر عنه بمؤشرات تكلفة رأس المال والمعرض من رأس المال ودرجة تكيف الأسواق المالية وفاعلية القطاع المصرفي .
- البنية التحتية وتمثل مؤشرات البنية الأساسية والتكنولوجيا والصحة والاكتفاء الذاتي من الطاقة والبيئة .
- الإدارة وتنعكس في مؤشرات قدرة الأداء في مجال زيادة الإنتاجية وتكلفة العمل وأداء الشركات .

(1) معهد التخطيط القومي ، رؤية مستقبلية لعلاقات ودوائر التعاون الاقتصادي المصري والخارجي ، مرجع سابق .

- العلم والتكنولوجيا وتعكسها مؤشرات مثل مستوى الانفاق على البحوث والتطوير وإعداد العاملين في البحث والتطوير والبيئة العلمية وحقوق الملكية .

- خصائص السكان والقوة العاملة والتوظيف والبطالة والهيكل التعليمي والقيم الثقافية والاجتماعية

وتتسم المؤشرات التي حددها البنك الدولي ومعهد التنمية الدولي بتعدد بياناتها وعدم وضوح كيفية التعبير عن بعض متغيراتها النوعية بالإضافة إلى الأوزان الترجيحية الداخلية المستخدمة لكل دولة ويلاحظ أن نمطية تلك المؤشرات على مستوى الدول النامية محدودة مما يجعل فائدتها محدودة لتلك الدول ومن بينهم مصر .

2- مؤشرات التنافسية للاقتصاد الجزئي: يعرف تقرير التنافسية لعام 2000 مؤشرات التنافسية على مستوى الاقتصاد الجزئي من خلال مؤشرين رئيسيين هما مؤشر التنافسية الجارية ومؤشر تنافسية النمو . ويهدف مؤشر التنافسية الجارية إلى قياس الظروف التي تحدد مستوى الإنتاجية المتواصلة للدولة ويستند في إعداداته إلى مؤشر تنافسية للاقتصاد الجزئي حيث تنقسم التأثيرات على التنافسية الجارية إلى مجموعتين رئيسيتين (1) :

وتمثل المجموعة الأولى درجة تعقد البيئة التنافسية التي تواجهها المؤسسات الوطنية ويستهدف التعرف على المتغيرات المعرفية والتكنولوجية ورأس المال والمهارة الإدارية التي تنعكس في تشغيل المؤسسات واستراتيجياتها في حين تستعرض المجموعة الثانية نوعية بيئة الأعمال في الدول مما ينصرف إلى البنية الأساسية والمهارات والرصيد التكنولوجي والقواعد واللوائح والمؤسسات التي تشكل النطاق الذي تعمل في محيطه مؤسسات الدولة وعليه تتحدد إنتاجية المؤسسات جزئياً بمتغيرات خارجية ليست تحت تأثير المؤسسة .

3- مؤشر التنافسية للأنشطة الاقتصادية : يعتمد أداء الأنشطة الاقتصادية على مستوى قطاع الأنشطة على متغيرات متشابكة بعلاقات تبادلية مثل توافر الموارد الاقتصادية ومدى التشغيل والتكنولوجيا المستخدمة والمواقع والبنية الأساسية ومدى استخدام موارد الطاقة وسياسات التشغيل والتسعير . وإذا كان من الممكن تقسيم المشروع في السوق المحلي والإقليمي بالقياس إلى المشروعات المحلية أو الإقليمية المنافسة فإن تقييم التنافسية لفرع النشاط يتم بالمقارنة بفروع نشاط

(1) معهد التخطيط القومي ، رؤية مستقبلية لعلاقات ودوائر التعاون الاقتصادي المصري والخارجي ، مرجع سابق .

مماثلة في اقليم أو بلد آخر . وسوف يتم قياس مختلف المؤشرات على مستوى النشاط أو المشروع على النحو التالي :

- **تكلفة الصناعة :** تمثل التكلفة المتوسطة مقارنة بالمنافسين مؤشراً كافياً على التنافسية في فرع النشاط ذو الإنتاج المتجانس . ويمكن لتكلفة وحدة العمل أن تكون بديلاً جيداً عن التكلفة المتوسطة عندما تكون اليد العاملة هي النسبة الأكبر من التكلفة الإجمالية . وتبرز الحاجة لظهور مقياس أكثر اتساعاً للتكلفة الحدية بدمج تكلفة رأس المال وتكلفة اليد العاملة بما يعطي مؤشراً تقديرياً أفضل . ويعد ارتفاع هامش السعر / التكلفة دليل على تحقيق معدل مرتفع من الربح في الصناعة وكذلك على قوة السوق للمنشأة.(1)

- **معامل اختراق السوق : Market Penetration Coefficient**
تترجم الحصة في السوق المزايا في الإنتاجية أو في تكلفة عوامل الإنتاج (في ظل تجانس الإنتاج). وهنا يمكن التمييز بين الأهداف والمؤشرات فإذا كان حصول المشروع على حصة أكبر من السوق يمكن أن يؤثر سلبياً في تحقيق الربح فإن هذه الحصة غير مرغوب فيها . ومن ثم فإن ارتباط حصة السوق مع الربحية الأكبر هو أكثر صحة على مستوى المشروع . ويمكن قياس ذلك المؤشر كمياً من خلال نسبة الاختراق للسوق لتحديد المكانة النسبية لكل سلعة من خلال المعادلتين التاليتين :

$$MPR_{ij} = \frac{M_{ij}}{Q_{ij} + M_{ij} - X_{ij}}$$
$$R_{3j} = \frac{MPR_{ij} - MPR_{min}}{MPR_{max} - MPR_{min}}$$

حيث :

$$MPR_{ij} = \text{نسبة اختراق السوق "I" من السلعة "j"}$$
$$M_{ij} = \text{الواردات للسوق "I" من السلعة "j"}$$
$$Q_{ij} = \text{الإنتاج المحلي للسوق "I" من السلعة "j"}$$
$$X_{ij} = \text{تصدير السوق "I" من السلعة "j"}$$

(1) معهد التخطيط القومي ، رؤية مستقبلية لعلاقات ودوائر التعاون الاقتصادي المصري والخارجي ، مرجع سابق.

$R_{3j} =$ مؤشر يعكس مكانة السلعة "ج" في اختراق الأسواق المستوردة
 $MPR_{min} =$ الحد الأدنى لنسبة اختراق السوق "I" من السلعة "ج"
 $MPR_{max} =$ الحد الأقصى لنسبة اختراق السوق "I" من السلعة "ج"
ويعكس قيمة المؤشر MPR_{ij} (1) قدرة السلعة "ج" على إختراق سوق
مستورد "I" فكلما زادت قيمته دل على قدرة تلك السلعة المنتجة في دولة ما
على الحصول على حصة أكبر من واردات السوق "I". في حين أن قيمة
المؤشر R_{3j} يوضح المكانة النسبية التي تحتلها تلك السلعة في سوق استيراد
معين .

• **مؤشر النصيب السوقي : Market Share** يعتبر النصيب السوقي أحد
المؤشرات التنافسية حيث أن ارتفاعه يمثل أحد الأهداف الرئيسية لعملية
توسيع حجم المبيعات الخارجية لأي دولة وبذلك فإن ارتفاع النصيب
السوقي يعكس ارتفاع الوضع التنافسي لأي دولة ويتم حسابه بالمعادلة
التالية :

$$\text{النصيب السوقي} = \frac{\text{صادرات الدولة لسوق معين من سلعة معينة}}{100 \times \text{إجمالي واردات السوق من تلك السلعة}}$$

خامساً : محددات الطلب الخارجي .

تعتبر دراسة دوال الطلب الخارجي لأهم المنتجات المصرية بالأسواق
العالمية من الأهمية بمكان عند وضع سياسة تصديرية لهذه المنتجات . وتهدف
دراسة دوال الطلب أساساً إلى الوقوف على أهم محددات استهلاك الصادرات
المصرية في الأسواق العالمية إذ أن دراسة طلب الأسواق العالمية التقليدية(2)
لتلك المنتجات المصرية يتطلب بالضرورة تحديد العوامل المحددة للطلب
الخارجي للصادرات المصرية في كل سوق من تلك الأسواق ، ومن ثم الوقوف
على أسباب التوسع أو انكماش تلك الصادرات ، وكذلك معرفة مدى المنافسة
التي تواجهها تلك المنتجات في أسواقها الاستيرادية ، بالإضافة إلى التعرف على
أهم العوامل الخارجية التي من شأنها تسهل أو تعوق تدفق تلك السلع إلى

(1) $0 < MPR_{ij} < 1$

(2) محمد كامل ربحان ، دراسة اقتصادية للعوامل المؤثرة في الطلب على الأقطان الممتازة
التيلة في السوق العالمية ، رسالة ماجستير ، قسم الاقتصاد الزراعي ، كلية الزراعة ، جامعة
عين شمس ، 1967 .

الأسواق الخارجية ، ومن بين تلك العوامل الخارجية ما يتعلق بالإنتاج المحلي للدولة المستوردة ، وكذلك قيمة الوحدة المستوردة وعوامل أخرى تختلف من دولة إلى أخرى.

ويمكن تحديد مجموعة العوامل الأكثر تأثيراً على الصادرات المصرية لأهم أسواقها التصديرية سواء على مستوى الطلب الفردي أو الإجمالي باستخدام النماذج وحيدة المعادلة وتتضمن مثل هذه النماذج على معادلة واحدة وهذه المعادلة قد تكون خطية في متغير واحد أو أكثر ، وقد تكون غير خطية أي من الدرجة الثانية أو الثالثة أو لوغاريتمية مزدوجة أو نصف لوغاريتمية.....الخ.

وبعبارة أخرى فإن النماذج وحيدة المعادلة تنقسم إلى عدة أنواع هي :-

1- نموذج خطي بسيط .

2- نموذج خطي متعدد.

3- نموذج غير خطي بسيط.

4- نموذج غير خطي متعدد.

وتعتبر طريقة المربعات الدنيا العادية (OLS) هي الطريقة الأكثر شيوعاً واستخداماً في تقدير مثل هذه النماذج ، وهي تتميز بأنها تجعل الخطأ العشوائي عند حده الأدنى ، ومن الجدير بالملاحظة أن دوال الطلب محل الدراسة والتي تستهدف قياس الطلب الفردي أو بمعنى آخر متوسط نصيب الفرد في دولة معينة من المنتج المصري فقط علماً بأن هذه الدولة لا تعتمد على المنتج المصري وحده بل يمثل المنتج المصري شريحة من جملة واردات هذه الدولة ، وهو ما يشير منذ البداية إلى انخفاض معاملات الدالة المقدره مقارنة بالنتائج التي كان من الممكن الحصول عليها عند دراسة دالة الطلب الفردية في تلك الدولة على المنتج بصفة عامة ، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن تقدير دوال الطلب على المستوى القومي يتأثر بعدد السكان في الدولة محل الدراسة وبالعوامل أخرى مثل الدخل القومي وأسعار السلع المنافسة في صورتها المطلقة أو النسبية ، وبعض المتغيرات الاقتصادية العالمية كارتباط الدول المستوردة بشكل أو بآخر من أشكال التكتل الاقتصادي والتي من الممكن أن تؤثر تأثيراً معنوياً وأكثر قرباً من المنطق الاقتصادي . وفي كلتا الحالتين لا بد من الاستناد إلى النظرية الاقتصادية في الحكم على مدى منطقية النتائج وذلك لاختيار أفضل النتائج المتمشية والمنطق الاقتصادي السليم وكذلك المعنوية الإحصائية في نفس الوقت . هذا بالإضافة إلى أنه عند تقدير الدوال الطلبية لا بد أن يراعى اختلاف طبيعة الظروف السائدة في

السنوات الأولى لفترة الدراسة عن تلك الخاصة بالسنوات الأخيرة . ويمكن معالجة ذلك من خلال استخدام المتغيرات الانتقالية Dummy Variables للتعبير عن المتغيرات التي أدت إلى هذا الاختلاف.

بعض النماذج التحليلية المستخدمة في تقدير دوال الطلب :

1- النموذج المباشر : Direct Model

الصيغة الرياضية للنموذج.

يتم تقدير دوال الطلب على الواردات الكلية من المنتج المصري في الدول المستوردة التي تضمنها التحليل باستخدام المعادلة التالية :

$$Q_{it} = F (P_{it} , S_{it-1} , T)$$

حيث :

- . Q_{it} : كمية الواردات الكلية من المنتج المصري في الدولة I في السنة t .
- . P_{it} : متوسط سعر الاستيراد للمنتج المصري في الدولة I في السنة t .
- . S_{it-1} : الإنتاج المحلي من المنتج المصري في الدولة I في السنة t-1 .
- . T : عنصر الزمن .

والفروض المحددة لتحقيق معادلة النموذج هي : مرونة العرض لواردات المنتج المصري لانهاية حيث أن متوسط سعر الاستيراد ثابت خلال الفترة لكل دولة مستوردة ، وثبات المتغيرات الأخرى أي أن الطلب على الواردات لا يتأثر بالمتغيرات التي لا يتضمنها النموذج ، عدا متغير الزمن الذي يتضمن تأثير عوامل عديدة مثل النوعية والتغيرات التكنولوجية وغيرها التي لا يمكن فصل تأثير كل منها على حده في النموذج . وتحسب مرونة الطلب السعرية للدولة المستوردة E_i باستخدام معامل الانحدار لمتغير السعر المقدر في النموذج مضروباً في P_{it} / Q_{it} عند متوسطاتها وذلك في حالة دالة الطلب الخطية . أما في حالة دالة الطلب اللوغاريتمية فيعتبر معامل الانحدار لمتغير السعر هو المرونة السعرية مباشرة .

2- نموذج الإحلال : Substitution Model

الصيغة الرياضية للنموذج.

تقدر دوال الطلب على واردات المنتج المصري باعتبار المتغير التابع هو النسبة بين كمية واردات المنتج المصري إلى كمية واردات المنتج من الدول المنافسة الأخرى في أسواق الدول المستوردة باستخدام المعادلة التالية :

$$(q_1 / q_2)_{it} = f [(P_1 / P_2)_{it} , T]$$

حيث :

- . q_1 : كمية المنتج المصري المستورد بواسطة الدولة I في السنة t .
- . q_2 : كمية المنتج المستورد من الدول المنافسة الأخرى للدولة I في السنة t .
- . P_1 : متوسط سعر استيراد المنتج المصري .
- . P_2 : متوسط سعر استيراد المنتج لكل المنافسين .
- . T : عنصر الزمن .

والفروض المحددة في هذا النموذج هي تساوي مروونات الدخل Income Elasticities على المنتج المصري والمنتج المستورد من الدول المنافسة الأخرى في أسواق الدول المستوردة ، ومروونات التقاطع Cross Elasticities بين كل من المنتج المصري والمنتج المستورد في أسواق الدول المستوردة مساوية للصفر ، وبدون هذه الفروض فإن هناك متغيرات أخرى يجب أن يحتويها هذا النموذج ، ويمكن حساب مرونة الطلب السعرية للدولة المستوردة E_i باستخدام المعادلة التالية :

$$E_i = b_1 v_2 / (v_1 + v_2)$$

حيث :

- . V_1 : قيمة واردات المنتج المصري في الدولة I.
 - . V_2 : قيمة إجمالي واردات المنتج في نفس الدولة I .
- وباستخدام مرونة الإحلال المقدرة بالنموذج ، والتي يعبر عنها بقيمة معامل الانحدار للنسبة السعرية b_1 .

3- نموذج النصيب السوقي : Market Share Model الصيغة الرياضية للنموذج.

يختلف هذا النموذج عن نموذج الإحلال السابق في أن المتغير التابع يمثل نسبة واردات المنتج المصري إلى إجمالي واردات الدولة المستوردة بواسطة المعادلة التالية :

$$(q_1 / Q_{it}) = f [(p_1 / p_0)_{it} , T]$$

حيث :

- . Q_{it} : إجمالي الواردات من المنتج في الدولة I في السنة t .
 - . p_0 : متوسط سعر استيراد المنتج في أسواق الدولة I في السنة t .
- وباقى المتغيرات p_1 ، q_1 ، T ، كما سبق تعريفها في النموذج الثاني . وفي هذا النموذج يمكن إضافة متغير النصيب السوقي في السنة $(T-1)$ كمتغير مستقل Distributed Lag Mechanism وهو ما يعرف بنموذج نيرلوف الديناميكي Nerlov Model .

سادساً : أثر مرونة العرض المحلي ومرونة الطلب الخارجي وسعر الصرف على الصادرات .

يؤدي تخفيض سعر الصرف إلى زيادة قيمة الصادرات مقومة بالعملة المحلية ، ويتوقف حجم الزيادة على درجة مرونة الطلب الخارجي ، وتقل الزيادة في قيمة الصادرات كلما قلت مرونة الطلب الأجنبي ، فإذا كان الطلب الخارجي غير مرن على الإطلاق *Perfectly inelastic* فلن يزيد حجم الصادرات وبالتالي لن تزيد قيمتها بالعملة الوطنية . وإذا كان العرض المحلي غير مرن على الإطلاق فلن يتغير حجم الصادرات ولا يتغير سعرها مقوماً بالعملة الأجنبية ، ولو أن أثر تخفيض سعر الصرف سيعنى أن سعر الصادرات بالعملة الأجنبية ينخفض ويؤدي هذا إلى زيادة الطلب على الصادرات ، ولما كانت مرونة العرض لهذه السلعة تبلغ صفر ، فإن هذا يمكن المصدرين المحليين من رفع سعر الصادرات إلى مستواها السابق فتعود مقومة بالعملة الأجنبية إلى مستواها السابق ويرتفع سعرها مقوماً بالعملة المحلية ، وبذلك تزيد قيمة الصادرات مقومة بالعملة الوطنية بسبب الانخفاض في سعر الصرف .

أما إذا كان العرض المحلي مرناً مرونة كاملة فإن السعر المحلي يبقى ثابتاً وينخفض السعر للمستوردين بنسبة الانخفاض في سعر الصرف ، إذ أن مرونة العرض الكبير تعني أن زيادة طلب المستوردين نتيجة لانخفاض السعر بالنسبة لهم سيقابله استجابة من المعروض عند السعر الأجنبي المنخفض ويبقى بذلك السعر المحلي على حاله ، وإذا كانت مرونة العرض المحلي تقع بين الصفر وما لانهاية فإن السعر المحلي للصادرات يزيد حجمها ، وينخفض بالتالي سعرها للأجانب انخفاضاً نسبياً أقل من الانخفاض النسبي في سعر الصرف . وإذا كانت مرونة الطلب الخارجي على الصادرات تساوي الوحدة بحيث يبقى الإنفاق الكلي على الصادرات ثابتاً مقوماً بالعملة الأجنبية فإن قيمة الصادرات تصبح مستقلة عن مرونة العرض المحلي وتزيد قيمة الصادرات بنسبة انخفاض سعر الصرف . أما إذا كانت مرونة الطلب الخارجي أقل من الوحدة فإن الإرتفاع في قيمة الصادرات يزيد كلما قلت الزيادة في حجم الصادرات ، أي كلما صغرت مرونة العرض للصادرات .

وإذا كانت مرونة الطلب الخارجي أقل من الوحدة تتحقق أكبر زيادة ممكنة في قيمة الصادرات إذا كانت مرونة عرض الصادرات صغيرة ، وحينئذ تزيد قيمة الصادرات بنسبة الانخفاض في سعر الصرف . ومادامت مرونة الطلب الخارجي أقل من الوحدة فإن زيادة حجم الصادرات تؤدي إلى زيادة قيمتها بنسبة

أكبر من الانخفاض في سعر الصرف ، وحينذاك تزداد قيمة الصادرات أكثر كلما زادت درجة مرونة العرض المحلي .
وبصفة عامة يمكن القول أن ارتفاع درجة مرونة العرض المحلي تميل إلى تخفيض أو رفع الزيادة في قيمة الصادرات نتيجة لانخفاض سعر الصرف حسبما إذا كانت مرونة الطلب الخارجي أقل أو أكثر من الوحدة . ويكون أثر هبوط سعر الصرف على قيمة الصادرات أقل ما يمكن إذا كانت مرونة الطلب الخارجي تساوى صفر ، وفي هذه الحالة لاتزيد الصادرات إطلاقاً . ويكون أثر هبوط سعر الصرف على قيمة الصادرات أكبر ما يمكن إذا كان الطلب الخارجي مرناً مرونة كاملة وكان العرض المحلي في نفس الوقت مرناً مرونة كاملة .