

ورقة سياسات مقدمة من الجمعية المصرية لشباب الأعمال حول

تصدير المنتج المصري والنفاذ للأسواق الدولية

يونيو ٢٠٢٠



الجهات المسؤولة:

- ★ رئيس الوزراء
- ★ البنك المركزي
- ★ وزارة المالية
- ★ وزارة التجارة والصناعة
- ★ المجالس التصديرية
- ★ هيئة تنمية الصادرات
- ★ مكاتب التمثيل التجاري
- ★ الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات
- ★ وزارة النقل
- ★ اتحاد الصناعات المصرية وغرف الصناعة
- ★ اتحاد الغرف التجارية

حسب بيانات النشرة الشهرية للبنك المركزي الصادرة في يناير ٢٠٢٠

العام المالي ٢٠١٩/٢٠١٨

عجز الميزان التجاري بحوالي ٣٨ مليار دولار
الصادرات غير النفطية ١٧ مليار دولار
الواردات غير النفطية ٥٥ مليار دولار

العام المالي ٢٠٢٠/٢٠١٩

دعم من برنامج المساندة التصديرية بمقدار ٦ مليار جنيه

* جاءت تلك الورقة نتاج لقاء جمعية شباب الأعمال في ٧ يونيو ٢٠٢٠

أبرز مشاكل التصدير والنفاذ الى الأسواق الدولية:

« تأهيل المصدر لدخول السوق الخارجي حيث تحتاج الكثير من القطاعات التصديرية ومنها الصناعات الهندسية والمقاولات الى استيفاء مواصفات ومعايير فنية وادارية لتستطيع العمل في كل سوق بما يتناسب مع طبيعته.

« عقد ورش عمل وتوفير معلومات حول الاتفاقات التجارية الغير مستغلة مثل اتفاق الكوميسا واتفاق السوق العربية واتفاق الشراكة مع الاتحاد الاوربي ، فكثير من الشركات التي لها قدرة تصديرية ليست على دراية بتفاصيل هذه الاتفاقيات وكيفية الاستفادة منها.

★ ضعف أداء جمعيات الأعمال واتحادات الصناعة والتجارة في:

« توفير بيانات وابحاث حول كيفية الانتاج بجودة تناسب مع متطلبات الأسواق الدولية.

« العمل على تخفيض اعباء الانتاج بما يرفع من تنافسية سعر المنتج المصري في السوق الدولي.

« تدريب المصدرين علي شروط ومعايير دخول الأسواق الدولية.

تابع - أبرز مشاكل التصدير والنفاد الى الأسواق الدولية:

- ★ **العشوائية في تنفيذ البرامج الترويجية:** تعتمد خطط الترويج للمنتج المصري بالخارج بشكل كبير على تنظيم المعارض والمؤتمرات ولكن في ظل غياب لمستهدفات واقعية ومعايير لقياس نجاح الحملة الترويجية، يكون تأثير هذه الحملات ضعيف جدا في تحقيق زيادة ملموسة ومستدامة في الصادرات المصرية.
- ★ **برنامج المساندة التصديرية:** البرنامج بصورته الحالية ليس فعالا في احداث نمو ملموس للصادرات المصرية، بل ان بعض الشركات العالمية التي لها فروع منتجة في مصر تستفيد من هذا البرنامج بالرغم من عدم احتياجها له مما يعد اهدارا للمال العام.
- ★ **الفجوة التكنولوجية في الانتاج:** تعاني معظم قطاعات التصنيع في مصر وبالاخص قطاع المنسوجات من تقادم المعدات والالات وعدم مواكبتها للتقدم العالمي في خطوط الانتاج وهو ما يجعل المنتج المصري أقل جودة وأعلى سعرا من مثيله في الأسواق الدولية، ويرجع السبب الرئيسي في ببطء ادخال التقنيات الحديثة في التصنيع إلي ارتفاع التكلفة الاستثمارية لخطوط الانتاج الجديدة بشكل يفوق قدرة المصانع المتوسطة والصغيرة على تمويل شراءها وتركيبها بسبب الأعباء الاستيرادية والجمركية والضريبية.
- « عدم توفير التدريب حول اساليب التسويق الحديثة، حيث نجد المصدر يبحث عن شريك محلي في السوق الخارجي دون دراسة واعية لمعايير انتقاء هذا الشريك
- « عدم توفير التدريب حول التسويق الاليكتروني والوصول الى الاسواق عبر الانترنت
- « عدم بناء منصات تسويق دائمة للمنتج المصري في معظم الاسواق الدولية.
- ★ **ضعف أداء مكاتب التمثيل التجاري:** بالرغم من الانتشار الواسع لمكاتب التمثيل التجاري في اكثر من ٥٠ دولة حول العالم، ألا ان هذه المكاتب بها قصور حاد في:
 - « دراسة الأسواق الدولية وتحديد المنتجات المطلوبة في كل سوق.
 - « المسؤولين في هذه المكاتب تنقصهم الخبرة والمعرفة الكافية بالجوانب التجارية والاقتصادية.
 - « توفير بيانات دقيقة و تفصيلية تساعد المصدرين في اتخاذ قرار سليم مبني على معرفة جيدة بالفرص المتاحة بالاسواق الدولية.
- ★ **ضعف المجالس التصديرية التابعة لوزارة التجارة والصناعة حيث:**
 - « يغلب عليها الطابع البيروقراطي.
 - « تفتقر معظمها الى وجود رؤية واضحة وخطط عملية ومتناسقة لترويج المنتج المصري بالخارج.
 - « يوجد قصور في تقديم المشورة والمعلومات عن افضل الاساليب للتعامل مع مختلف الاسواق الخارجية.

الحلول المقترحة:

- ★ قيام الحكومة بمشاركة القطاع الخاص في وضع استراتيجية واضحة ومتكاملة لتنمية الصادرات معتمدة على:
 - « دراسات وبيانات تفصيلية لكافة القطاعات المنتجة.
 - « تحديد عناصر القوة والتنافسية لكل قطاع في السوق الدولي.
 - « توجيه اكر قدر من الدعم للمصدرين للوصول لمعدلات تصدير متزايدة سنويا.
- ★ إعادة هيكلة قطاع التمثيل التجاري بالخارج:
 - « دعمه بالمتخصصين والخبراء في الاقتصاد والتجارة الدولية.
 - « زيادة مخصصات الدراسات وجمع البيانات عن الاسواق الدولية.
 - « وضع مستهدفات سنوية متزايدة لكل مكتب لزيادة حجم الصادرات المصرية لكل سوق من الاسواق الدولية.
 - « اتاحة البيانات والدراسات عن الاسواق الدولية من خلال بوابة اليكترونية دائمة التحديث تابعة للتمثيل التجاري.
- ★ تطوير المجالس التصديرية:
 - « دعمها بالعناصر المؤهلة تجاريا واقتصاديا لرفع قدرتها على افادة قطاع المنتجين والمصدرين.
 - « تكليفها باجراء دراسات عن الفرص التصديرية لكل قطاع.
 - « الزامها بتقديم المشورة والدعم الفني للمنتجين والمصدرين لتعظيم فرص نجاحهم في التصدير واستدامة وجودهم بالاسواق العالمية.
- ★ تطوير اسلوب اقامة المؤتمرات والمعارض الخارجية:
 - « وضع خطة دقيقة لكل فعالية وتحديد افضل المشاركين فيها ومدى جديتهم وقدرتهم على المنافسة.
 - « وضع مستهدفات تصديرية لكل مؤتمر أو معرض.
 - « تحديث هذه الاستراتيجية باستمرار منعا لاهدار المال العام في فعاليات غير مجدية.
- ★ تعديل نظام المساندة التصديرية:
 - « الا يقتصر الدور على مجرد تقديم دعم نقدي للمصدرين مقابل فواتير التصدير ، وتوجيه المخصصات الى رفع مستوى تنافسية المنتج المصري في الأسواق العالمية.
 - « توجيه المخصصات إلي حملات تسويق وترويج فعالة ومدروسة جيدا ولها مستهدفات سنوية محدد في زيادة نسب الصادرات.
 - « عدم التأخر في في صرف المساندة للشركات المستحقة.
- ★ انشاء صناديق استثمار وبنوك متخصصة في تمويل تنمية الصادرات:
 - « تمويل عمليات التحديث في خطوط الانتاج القديمة ومنخفضة الانتاجية بحيث ترتفع قدرة المصانع على المنافسة في الاسواق الدولية بمنتج أكثر جودة وأقل سعرا.
 - « دعم منظومة الدفع والتحصيل للمصدرين الى الاسواق المرتفعة المخاطر والتي تعاني من ضعف النظام المصرفي وتقلبات اسعار العملات الوطنية.
 - « مساعدة الشركات المصدرة في الحصول على شهادات الجودة اللازمة لدخول كل سوق بحسب المواصفات والمعايير لكل دولة.

تابع - الحلول المقترحة:

- ★ التخلي عن سياسة تصدير المواد الخام:
 - « توجيه الدعم التصديري والتحفيز لسلاسل اضافة القيمة
 - لتعظيم الاستفادة من الموارد الطبيعية.
 - « زيادة حجم التشغيل وتعميق الصناعة.
- ★ دعم النقل والشحن للمصدرين
 - « تيسير اجراءات الشحن الدولي لتمكين صغار المنتجين من الوصول الى كافة الاسواق الخارجية.
 - « الغاء أو في أسوأ الاحول تخفيض بعض الرسوم والمصاريف.
 - « انشاء خطوط ملاحه وطنية وتسهيل انشاء خطوط ملاحه خاصة لتقدم الخدمة باسعار مخفضة وبناء على دراسات اقتصادية مفصلة.
 - « تعظيم الاستفادة من الاتفاقيات التجارية العديدة التي وقعتها مصر ووضع خطط ومستهدفات واقعية لرفع حجم التبادل التجاري مع شركاء هذه الاتفاقيات.
- ★ تيسير وتحديث آليات الدفع بحيث يقوم البنك المركزي والجهاز القومي لتنظيم الاتصالات ووزارة المالية بتطوير آليات الدفع والتحصيل الالكتروني.
- ★ الغرف الصناعية والغرف التجارية وجمعيات الأعمال تقوم بما يلي:
 - « توفير بيانات وابحاث حول كيفية الانتاج بجودة تتناسب مع متطلبات الأسواق الدولية.
 - « الدعوة والعمل مع وزارة المالية والوزارات الاخرى المعنية على تخفيض اعباء الانتاج.
 - « تدريب المصدرين وتأهليهم علي شروط ومعايير دخول الأسواق الدولية وحول الاتفاقات التجارية الغير مستغلة.
 - « توفير التدريب حول اساليب التسويق الحديثة والتسويق الالكتروني والوصول الى الاسواق عبر الانترنت.
 - « إنشاء منصات تسويق دائمة للمنتج المصري في جميع الأسواق الدولية.