



معهد التخطيط القومي

آراء في قضايا التخطيط والتنمية

العدد (19) – 2017 / 3 / 18

" حول استراتيجية تنمية الصادرات المصرية 2020 "

أ. د. حسين صالح

الأستاذ المتفرغ بمركز العلاقات الاقتصادية الدولية

وتشير الاستراتيجية إلى الفرص الحالية والتحديات التي يواجهها الاقتصاد المصري.

وتهدف الاستراتيجية لتفعيل دور شركات ضمان مخاطر الصادرات المصرية، وتوفير المظلة التأمينية لمختلف الأسواق وخاصة السوق الأفريقي، والذي يأتي علي رأس أولويات استراتيجية وزارة التجارة والصناعة التي تنفذها حالياً للعمل علي فتح واختراق مزيد من الأسواق الجديدة ومساعدة مختلف القطاعات التصديرية للتوسع في التصدير إلى مختلف أسواق القارة التي يبلغ سكانها ما يزيد على 800 مليون نسمة. وتدعم أهداف الاستراتيجية كافة المبادرات التي تستهدف زيادة انسياب وتدفق حركة التجارة بين مصر والدول الأفريقية والترويج للمنتجات المصرية، للتواجد بشكل قوي في تلك الأسواق، حيث أن السبيل لإنقاذ الصادرات المصرية من التراجع الحاد الذي شهدته العام الماضي، هو التوجه لأفريقيا، وتعويض الفرص التي أضاعتها الاضطرابات في الدول المجاورة.

وتسعى الاستراتيجية إلى تحقيق التكامل بين كافة الجهات المعنية بالتصدير، وذلك من خلال إنشاء جهاز للتصدير يشمل هذه الجهات بهدف توحيد الجهود والتنسيق بينها وتعظيم الاستفادة من الإمكانيات المادية والبشرية لهذه الجهات وتعظيم العائد منها وانعكاس ذلك على زيادة معدلات التصدير.

أهم العوامل المساعدة على تحقيق أهداف الاستراتيجية:

▪ أن الاتفاقيات التي وقعتها مصر مع مختلف التكتلات الاقتصادية الأفريقية تمنح دفعة قوية للصادرات المصرية

أعدت وزارة التجارة والصناعة استراتيجية تنمية الصادرات المصرية، والتي تستهدف تقليل فجوة الميزان التجاري من خلال زيادة الصادرات المصرية غير البترولية من 18,6 مليار دولار في عام 2015، إلى ما يزيد عن 30 مليار دولار في عام 2020، وقد جاءت هذه الأهداف في إطار استراتيجية تعزيز التنمية الصناعية والتجارة الخارجية لمصر.

كذلك تستهدف استراتيجية الصادرات المصرية كما وردت في إطار خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للعام المالي 2016/2015 زيادة الصادرات السلعية شاملة البترول من 28,1 مليار دولار بنهاية عام 2015 إلى 42,6 مليار دولار بنهاية عام 2018.

وترتكز هذه الاستراتيجية على تحديد الأسواق المستهدفة للصادرات المصرية، والمزايا التنافسية لكل قطاع من قطاعات التصدير، وربطها بكافة الجهات المعنية بالتصدير سواء أكانت مكاتب تجارية بالخارج أم مراكز لوجستية، أم هيئات يجري إقامتها من خلال جمعية المصدرين المصريين. وتهدف هذه الاستراتيجية إلى توفير بيئة ومناخ التصدير في مصر، وعلاج المعوقات الحالية، ووضع خطة محددة الأهداف والبرامج لكل قطاع تصديري.

سيتم التركيز على الصناعات التي تدعم تقليل البطالة، وترشيد الواردات، وتطوير هيكل الصادرات المصرية، وسيتم التركيز على الصناعات الداعمة لسلاسل التوريد المحلية مثل صناعات التدوير والتعبئة والتغليف والصناعات الكيماوية والبلاستيكية والتعدينية وغيرها.

إلى أفريقيا، خاصة وأن أفريقيا تمتلك فرصاً واعدة بإقامة مجموعة من المراكز اللوجستية في عدد من الدول الأفريقية، منها نيجيريا وكينيا وغانا وساحل العاج والسنغال وتنزانيا، لتسويق المنتجات المصرية، وعقد مزيد من الصفقات التصديرية، وزيادة المبيعات داخل تلك الأسواق. وستبدأ أولى تجارب إنشاء سلسلة تلك المراكز بالسوق الكيني.

■ تم إنشاء المجالس التصديرية كإطار تنظيمي يجمع بين المصدرين وبين المنتجين، وتسعى إلى الربط بين السياسات الانتاجية والتصديرية كما تهدف المجالس التصديرية إلى تنمية الصادرات المصرية من مختلف السلع والخدمات في مختلف القطاعات الاقتصادية من خلال تعزيز مركزها التنافسي في الأسواق الخارجية وتوفير العملة الصعبة.

■ كما تقوم المجالس التصديرية في نطاق عملها بإعداد الدراسات ووضع الخطط والبرامج التي تكفل تخفيض تكلفة الصادرات المصرية وبصفة خاصة في أساليب توفير مستلزمات الإنتاج وضمان تدفقها ورفع مستوى الوحدات الإنتاجية ومستوى جودة الإنتاج والرقابة عليها، ورفع مستوى الكوادر الفنية والإدارية القائمة على الإنتاج وعلى أنشطة التسويق الداخلي والخارجي مع تنمية حجم الطلب الحالي على الصادرات المصرية في الأسواق الخارجية والعمل على دخول أسواق جديدة، إضافة إلى إعداد قاعدة معلومات لخدمة المتعاملين في مجال عمل المجالس.

■ وترى بعض المجالس التصديرية أن الاتجاه لأفريقيا ضروري لتعويض الأسواق العربية، وأخرى تعتبرها فرصة حقيقية أمام الصادرات المصرية للانتشار في أسواق واعدة، خاصة مع اتجاه الحكومات الأفريقية لتفعيل اتفاقية التكتلات الأفريقية (الكوميسا- السادك- شرق أفريقيا) والاستفادة من اتفاقية الكوميسا، وما تقدمه من حوافز ومزايا جمركية للدول، مما يتيح ميزة تنافسية للمنتجات المصرية، مقارنة بالكثير من الدول الأخرى.

وفي ضوء استراتيجية تنمية الصادرات المصرية وهدف تقليل فجوة الميزان التجاري نود إبداء الملاحظات الآتية:

■ ترجع أهمية استراتيجية وزارة الصناعة والتجارة إلى التركيز على تنمية الصادرات السلعية غير النفطية المصرية في معالجة فجوة الميزان التجاري، باعتبارها أهم المصادر المستقرة والمستمرة لتوفير العملات الأجنبية اللازمة لتنفيذ خطط التنمية في مصر، كما تزداد أهمية التصدير في تحقيق أهداف برنامج الإصلاح الاقتصادي ومعالجة الاختلالات التي تعانيها البلاد.

■ يلاحظ أن استراتيجية وزارة الصناعة والتجارة تركز على الصادرات السلعية غير النفطية، بينما تشمل استراتيجية وزارة التخطيط الصادرات السلعية والبتروولية. وإن كان كلاهما يصلح كخطة متوسطة المدى، حيث تتراوح المدة بين خمس سنوات في الأولى وثلاث سنوات فقط في الثانية.

■ تساعد زيادة حصيلة الصادرات على خفض نسبة الدين المحلي إلى الناتج المحلي الإجمالي، كذلك خفض أعباء الدين، واستقرار سعر الصرف، وارتفاع احتياطي النقد الأجنبي.

■ إن من أهم نتائج تنمية الصادرات كسر حلقة الركود الاقتصادي للدولة وتسارع معدل النمو والتشغيل الكامل للطاقت الإنتاجية، والإبداع وتحسين جودة المنتج الوطني لزيادة قدرته على المنافسة في الأسواق الخارجية.

■ ويرجع انخفاض مستوى أداء الصادرات المصرية كماً ونوعاً إلى أسباب خارجية، والتي من أهمها: التقلبات الاقتصادية ومعدلات النمو المتدنية التي يشهدها العالم حالياً، وانخفاض أسعار البترول وما يتبع ذلك من هبوط للطلب الكلي، وازدياد التدابير الحمائية، وتباطؤ عمليات التحرير التجاري، وتعثر الإنتاج في بعض دول الجوار وتوقف حركة التجارة معها وكذلك مع أسواق بعض الدول الأخرى بسبب الأبعاد السياسية، وتغيير بعض الدول لسياستها المالية والنقدية وتخفيض عملاتها ونقل صناعتها إلى أسواق خارجية نتيجة لظروفها الاقتصادية، وعلى الأخص الصين والتي تمثل 10% من واردات العالم، وانعكاس كل هذه العوامل على الاقتصاد المصري.

الائتمانية والضريبية التفضيلية، وتشغيل الطاقات العاطلة، وعدم تصدير المنتجات المصرية في صورتها الخام وزيادة قيمتها المضافة بتصديرها مصنعة أو نصف مصنعة.

■ إن معالجة الفجوة في الميزان التجاري يجب أن تتم من خلال تنفيذ وتكامل سياسات زيادة الصادرات مع ترشيد الواردات من السلع الكمالية وغير الضرورية، وتوسيع وتنويع القاعدة الإنتاجية، والإحلال محل الواردات وخاصة في السلع الوسيطة ومستلزمات الإنتاج، وترسيخ الإجراءات الإصلاحية واستكمال خطوات برنامج الإصلاح الاقتصادي.

■ يجب أن يكون معدل النمو في الصادرات أكبر من معدل النمو في الناتج المحلي الإجمالي، وترشيد الواردات بحيث يكون معدل نموها أقل من معدل النمو في الناتج المحلي الإجمالي.

■ يؤدي اعتماد السياسة التصديرية على فائض الاستهلاك المحلي إلى تذبذب كمية الصادرات وفقاً للتغير في الاستهلاك، لذلك يجب أن تلتزم القطاعات الإنتاجية بتحقيق أهداف تصديرية كمية ونوعية في ضوء احتياجات الأسواق العالمية من المنتجات المصرية المصدرة.

■ يقترح الاستفادة من الموازين السلعية للسلع الاستراتيجية لما تحظى به هذه الموازين من الاتساق والترابط بين الموارد والاستخدامات للسلعة، وبين المتغيرات على المستوى الكلي والقطاعي وتوضيح الارتباط بين الإنتاج والاستهلاك والصادرات والواردات والاستثمار.

■ ومن الجدير بالذكر أنه إذا كان انخفاض مستوى أداء الصادرات المصرية كماً ونوعاً يرجع إلى أسباب خارجية السابق ذكرها، إلا إنه يرجع في المقام الأول إلى عوامل داخلية أهمها عدم كفاية الإنتاج لتغطية الاحتياجات المحلية والتصدير معاً، وكذلك لانخفاض جودة المنتج وارتفاع تكاليف إنتاجه وارتفاع نسبة الفاقد، وضعف القدرة التسويقية مما يؤدي إلى صعوبة صموده في المنافسة النوعية والسعرية، رغم أن السعات السوقية العالمية يمكنها استيعاب أضعاف الصادرات المصرية.

■ التأكيد على ضرورة الاستمرار في دراسة تطور سعات الأسواق العالمية، والتغير في أذواق المستهلكين وكافة الظروف والشروط التسويقية، ومن ثم تطوير وزيادة الإنتاج المحلي لتنمية صادراتنا إليها وتعظيم الاستفادة من الاتفاقيات المبرمة مع مصر.

■ يجب أن تركز الاستراتيجية في المرحلة الثانية من الإصلاح الاقتصادي على جانب العرض، وتبني سياسات التوسع والتنوع في الإنتاج، وزيادة الإنتاجية في كافة القطاعات الإنتاجية والخدمية للاقتصاد القومي، ودعم دور القطاع الخاص في الإنتاج والتصدير بالمعالجة الشاملة للعوامل المسؤولة عن الصادرات.

■ أهمية إعداد استراتيجية تنمية الصادرات الزراعية والصناعية والبتروولية والثروة المعدنية في إطار استراتيجية تلك القطاعات، حتى يمكن تحديد الأهداف الكمية والنوعية لهيكل الصادرات، ووضع السياسات والبرامج والإجراءات بناءً على أسس واقعية وموضوعية والتي تأخذ في الاعتبار مراحل الإنتاج والنقل والتعبئة والتخزين والتسويق الداخلي والخارجي والاتفاقيات المبرمة حالياً والمتوقعة مستقبلاً.

■ يمكن تحقيق هدف مضاعفة الصادرات المصرية غير البتروولية من 18,6 مليار دولار في عام 2015 إلى ما يزيد على 30 مليار دولار في عام 2020 عن طريق الالتزام بتنفيذ سياسات وإجراءات برنامج الإصلاح الاقتصادي والتي من أهمها تعويم الجنيه المصري، وتبسيط الإجراءات، وحوافز التصدير، والسياسات

تصدر هذه النشرة استناداً إلى أن المادة الرابعة من القانون رقم 13 لسنة 2015 في شأن معهد التخطيط القومي والتي أناطت بالمعهد " إبداء الرأي في مشروعات القوانين والقرارات الخاصة بضحايا التخطيط والتنمية ". والآراء التي تقدم في أي عدد من أعداد هذه النشرة هي آراء من أصحاب الاختصاص من أعضاء الهيئة العلمية للمعهد، أو من المشاركين في اللقاءات العلمية التي ينظمها المعهد. وهي لا تعبر بالضرورة عن رأي رسمي للمعهد.

معهد التخطيط القومي- صلاح سالم- مدينة نصر - القاهرة- ت 22629225

بريد الكتروني: inp.technicaloffice@gmail.com

www.inplanning.gov.eg