

جمهورية مصر العربية  
معهد التخطيط القومي  
مركز العلاقات الاقتصادية الدولية

## دور هيئة المعارض في تنميه الصادرات المصرية

بحث  
مقدم للحصول على دبلوم معهد التخطيط القومي

إعداد الباحث  
محمد إبراهيم عبد الوهاب

محاسب بالهيئة العامة لشئون المعارض والأسواق الدولية - القاهرة

إشراف  
الدكتورة / نجلاء علام  
خبير بمركز العلاقات الاقتصادية الدولية

2008

جمهورية مصر العربية  
معهد التخطيط القومى  
مركز العلاقات الإقتصادية الدولية

## دور هيئة المعارض فى تنمية الصادرات المصرية

بحث  
مقدم للحصول على دبلوم معهد التخطيط القومى

إعداد الباحث  
محمد إبراهيم عبد الوهاب

محاسب بالهيئة العامة لشئون المعارض والأسواق الدولية - القاهرة

إشراف  
الدكتورة / نجلاء علام  
خبير بمركز العلاقات الإقتصادية الدولية

2008

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ "

صدق الله العظيم

(سورة البقرة - الآية 32)

# إهداء

إلى كل المخلصين و الأوفياء و الصادقين فى وطننا العزيز  
مصر ، إلى أولئك الذين ضحوا بأرواحهم لكى نحيا أعزاء  
مرفوعى الرأس ..  
أهدى إليكم هذا العمل المتواضع .

الباحث

## شكر و تقدير

الشكر لله تعالى وله الحمد على إتمام هذه الدراسة المتواضعة،  
ثم كل الشكر و التقدير للدكتورة / نجلاء علام والتي كان لها الفضل  
الأكبر بالمساعدة و التوجيهات والإرشادات حتى يظهر هذا البحث بهذه  
الصورة رغم ندرة المراجع الخاصة بهذا الموضوع.

ثم الشكر و الثناء لكل أسرة معهد التخطيط القومي بصفة عامة ، وأسرة  
مركز العلاقات الإقتصادية الدولية برئاسة الأستاذة الدكتورة / فادية  
محمد عبد السلام مدير مركز العلاقات الدولية بصفة خاصة على تلك  
الفترة التي قضيناها بين ربوع هذا المعهد العريق .  
ويتقدم الباحث بالشكر و التقدير للسادة الأساتذة لجنة المناقشة و الحكم  
على البحث ، الأستاذ الدكتور/ محمود عبد الحى مستشار ومدير مركز  
العلاقات الدولية سابقاً ومدير معهد التخطيط القومي بالقاهرة سابقاً.

كما أتقدم بالشكر أيضاً للسيد المهندس / شريف سالم رئيس مجلس  
إدارة هيئة المعارض الدولية على ترشيحي هذا العام للدراسة بمعهد  
التخطيط القومي ، ووافر الشكر والإمتنان لكل الزملاء بهيئة المعارض  
الدولية على ماقدموه لى من عون كبير وليجزئهم الله عنى خيراً .

الباحث

## قائمة المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
المقدمة .....	1
الفصل الأول : هيئة المعارض وعلاقتها بالتصدير .....	5
المبحث الأول : هيئة المعارض وبدايات التطوير .....	6
المبحث الثانى : تنمية الصادرات المصرية وتطورها وأهميتها للإقتصاد القومى .....	14
الفصل الثانى : مواجهة معوقات التصدير أمام المنتجات المصرية ...	26
المبحث الأول : مواجهة المعوقات الداخلية للصادرات المصرية....	27
أولاً : تحديث الصناعة المصرية والأخذ بالتكنولوجيا المتقدمة	27
ثانياً : توافر المعلومات وخاصة عن الأسواق الأفريقية.....	28
ثالثاً : زيادة فعالية المؤسسات التسويقية الداعمة لعملية التصدير	28
رابعاً : التغلب على صعوبات النقل و الشحن.....	36
المبحث الثانى : مواجهة المعوقات الخارجية للصادرات المصرية....	40
أولاً : مواجهة العوامل السياسية التى تلعب دورا معوقا فى إنتشار الصادرات المصرية فى الاسواق الاجنبية .....	40
ثانياً : وجود شركات أو مكاتب تسويق مصرية متخصصة كبرى	41
ثالثاً : المواصفات القياسية .....	42
رابعاً : دعم مكاتب التمثيل التجارى المصرى بالخارج.....	43
خامساً : عدم وجود خطوط ملاحية مباشرة .....	44
سادساً : عدم تغطية مخاطر الصادرات .....	44

## قائمة المحتويات

رقم الصفحة

الموضوع

	<b>الفصل الثالث : دور هيئة المعارض فى تنمية الصادرات المصرية</b>
46	<b>فى ظل تطوير أداء هيئة المعارض .....</b>
	المبحث الأول : دور المعارض الخارجية فى مساعدة المنتج المصرى للوصول للأسواق
47	الخارجية التقليدية وفتح أسواق الإتفاقيات أمام المنتج المصرى .....
56	المبحث الثانى : تطوير أداء الإدارة المركزية للمعارض والأسواق الدولية الخارجية ...
65	<b>الـخاتمة :</b> .....
65	النتائج : .....
67	التوصيات: .....
69	المراجع والمصادر : .....
72	الملاحق : .....

## قائمة الجداول والملاحق

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
18	تطور الصادرات المصرية من عام 2000-2007	1
21	تطور صادرات المجالس التصديرية 2004 - 2007	2
22	تطور الميزان التجارى المصرى خلال الفترة من عام 2001 - 2007	3
24	أهم أسواق الصادرات المصرية خلال الفترة من عام 2002 - 2007	4
53	المعارض التى أقامتها هيئة المعارض المصرية أو شاركت فيها خلال الفترة من 2000 - 2008	5
73	أهم الصادرات المصرية الى دول الاتحاد الاوربى بحسب المجموعات السلعية خلال الفترة ( 2000-2007 )	ملحق رقم (1) جدول رقم (1)
74	أعلى 12 بند في قائمة الصادرات المصرية عام 2000 - 2006	ملحق رقم (1) جدول رقم (2)
75	الاتفاقيات التى تم توقيعها بين هيئة المعارض المصرية ومثيلاتها فى الدول الخارجية خلال الفترة من 1997 - 2007	ملحق رقم (1) جدول رقم (3)
76	خطة المعارض الخارجية بهيئة المعارض لعام 2008	ملحق رقم (1) جدول رقم (4)
77	خطة المعارض الداخلية بهيئة المعارض لعام 2008	ملحق رقم (1) جدول رقم (5)
81	المواصفات القياسية لصادرات الصناعات الغذائية	ملحق رقم (2)
82	قواعد الحصول على ترخيص بإقامة /أو الاشتراك في المعارض التجارية خارج جمهورية مصر العربية	ملحق رقم (2)
85	قواعد الحصول على ترخيص بإقامة /أو الاشتراك في المعارض العقارية خارج جمهورية مصر العربية	ملحق رقم (2)



## مقدمة

إن هيئة المعارض يمكنها القيام بدور كبير في عملية تنمية الصادرات المصرية وفتح أسواق جديدة لها و ذلك بالتعاون مع العديد من أجهزة و مؤسسات وزارة التجارة والصناعة الأخرى المعنية بعملية تنمية الصادرات مثل : جهاز التمثيل التجارى ، نقطة التجارة الدولية ، مركز تنمية الصادرات ، ذلك أن التصدير هو قضية وضعتها الدولة فى مقدمة الأهداف القومية ، ويتم التركيز على زيادة الصادرات حتى يستطيع الإقتصاد مواجهة متطلبات وتحديات التنمية الشاملة .

وتهدف السياسة العامة للدولة إلى مضاعفة حجم الصادرات المصرية من خلال تشجيع القطاع الخاص على الإستثمار ورفع كفاءة الإنتاجية بتحديث الصناعة وإزالة جميع المعوقات إمام التصدير للإندماج مع العالم الخارجى فى ظل النظام العالمى الجديد وإتفاقية الجات .

وإنضمام مصر إلى منظمة التجارة العالمية وإتفاقية الجات فرض على منتجاتها ضرورة التصدى للمنافسة الأجنبية من خلال الإلتزام بمستويات الجودة المطلوبة وفقا للمعايير العالمية والحفاظ على البيئة علاوة على خفض تكاليف الإنتاج ، ثم يأتى بعد ذلك التعريف بالمنتج المصرى والدعاية و الترويج له فى الأسواق الخارجية ، ولما كان الإشتراك فى و إقامة المعارض الخارجية واحده من أهم آليات الدعاية والترويج للمنتج المصرى و بالتالى دعم الصادرات المصرية ، فقد كان من المفيد أن يتم إلقاء الضوء على هذه الآلية

" المعارض الخارجية " ، وأيضا على الجهة القائمة على تنفيذ المشاركة وإقامة المعارض الخارجية " الهيئة العامة لشئون المعارض والأسواق الدولية" مشكلة البحث :

ضعف قدرة الصادرات المصرية على النفاذ للأسواق الخارجية وضعف دور و أداء هيئة المعارض فى مساعدة الصادرات المصرية على النفاذ وإختراق الأسواق الخارجية .

أهداف البحث :

إمكانية مساهمة هيئة المعارض فى زيادة الصادرات المصرية للخارج و فتح أسواق جديدة لها .

وذلك من خلال عدة أهداف فرعية متمثلة فى :

- تطوير دور وأداء هيئة المعارض فى الخارج .
- زيادة التعاون بين هيئة المعارض و جهاز التمثيل التجارى ونقطة التجارة الدولية و مركز تنمية الصادرات .
- تفعيل الإتفاقيات التى وقعتها الهيئة مع جهات مماثلة لها بالخارج .

فروض البحث :

1. أن هيئة المعارض يمكن أن يكون لها دور فعال – خاصة فى ظل

تطور أدائها – فى مساعدة المنتج المصرى على النفاذ للأسواق الخارجية (من خلال معارضها الخارجية) .

2. إمكانية زيادة الصادرات من خلال تطوير دور وأداء هيئة المعارض فى الأسواق الدولية .

3. إتفاقيات التعاون التى وقعتها الهيئة مع جهات مماثلة تسهم فى زيادة و تنمية الصادرات المصرية .

4. إن هيئة المعارض لها دور كبير في الترويج للإنتاج المحلى داخليا  
وخارجياً(\*)

#### منهج البحث :

سيتبع الباحث المنهج الإستقرائى فى البحث وتحليل البيانات المتوافرة  
بالهيئة وأجهزة وزارة التجارة و الصناعة و رصد الواقع الخاص بالهيئة .

#### الحدود الزمنية للبحث :

من عام 2000 إلى عام 2007 .

#### خطة البحث :

تحديداً سيتم من خلال هذا البحث إلقاء الضوء على الإدارة  
المختصة – داخل هيئة المعارض – بتنفيذ المعارض الخارجية و هى " الإدارة  
المركزية للمعارض والأسواق الدولية الخارجية " ، وعلى إدارتها العامة  
ومقترحات تطوير العمل بها ، وسيتضمن هذا البحث ثلاثة فصول ، يحتوى كل  
فصل على مبحثين ، عنوان الفصل الأول "هيئة المعارض وعلاقتها بالتصدير"  
حيث يستعرض المبحث الأول دور ومهام هيئة المعارض ومقترحات تطويرها  
من قبل الدولة ، ويستعرض المبحث الثانى أهمية تنمية الصادرات للإقتصاد  
القومى ، وإشتمل هذا المبحث على عدد من الجداول التى توضح تطور  
الصادرات المصرية ، وأهم أسواقها ، وتطور الصادرات وفق المجالس  
التصديرية ، وتطور الميزان التجارى المصرى ، ثم الفصل الثانى بعنوان  
" مواجهة معوقات التصدير أمام المنتجات المصرية " ، يستعرض المبحث

---

(\*) أنظر جدول رقم (5) بالملحق رقم (1) .

الأول مواجهة المعوقات الداخلية للتصدير ، ويستعرض المبحث الثاني مواجهة المعوقات الخارجية للتصدير ، ثم الفصل الثالث بعنوان " دور هيئة المعارض في تنمية الصادرات المصرية في ظل تطوير أداء هيئة المعارض " ، ويستعرض المبحث الأول من هذا الفصل دور المعارض الخارجية في مساعدة المنتج المصرى للأسواق الخارجية التقليدية و فتح أسواق الإتفاقيات أمام المنتج المصرى ، ويستعرض المبحث الثاني مقترحات تطوير أداء الإدارة المركزية للمعارض والأسواق الدولية الخارجية حتى يمكنها القيام بدورها المطلوب .

ومن الجدير بالذكر أنه يكاد ينذر توافر أية مراجع تتعلق بموضوع البحث ، لذا فالإعتماد الأساسى فى موضوع المعارض فى هذا البحث على الواقع الفعلى الذى يتم بهيئة المعارض من خلال خبرة ومعايشة الباحث ، وستكون الإستعانة بالمراجع فيما يخص الصادرات المصرية .