

# MPRA

Munich Personal RePEc Archive

## **Proposal to enhance the exports of SMEs in Egypt**

Alasrag, Hussien

July 2011

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/32001/>  
MPRA Paper No. 32001, posted 04 Jul 2011 21:59 UTC

# مقترح لتعزيز الأداء التصديري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر

---

إعداد

**حسين عبد المطلب الأسرج**

ماجستير الاقتصاد

مدير إدارة الدعم التنظيمي والمؤسسي

قطاع سياسات تنمية صادرات المشروعات الصغيرة والمتوسطة

وزارة التجارة والصناعة

**E.Mail:hossien159@yahoo.com**

---

الآراء الواردة تعبر عن رأى الباحث ولا تعكس بالضرورة آراء المكان الذى ينتمى اليه

## جدول المحتويات

- أولاً: مفهوم المشروعات الصغيرة ..... 3
- ثانياً: أهمية التصدير للاقتصاد المصري ..... 4
- 1- خلق فرص عمل جديدة ..... 5
- 2- إصلاح العجز في ميزان المدفوعات ..... 5
- 3- جذب الاستثمار المحلي والأجنبي ..... 5
- 4- تحقيق معدلات نمو مطردة ..... 6
- ثالثاً: الوضع الحالي لصادرات المنشآت الصغيرة والمتوسطة ..... 6
- 1- ملامح قطاع المشروعات الصغيرة و المتوسطة في مصر ..... 7
- 2- العقبات التي تواجه مصدري المنشآت الصغيرة والمتوسطة ..... 8
- رابعاً: مدخل مقترح لتعزيز الأداء التصديري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة: ..... 11
- 1- علي مستوي السياسات الحكومية ..... 11
- 2- دور أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة ..... 13
- 3- غرف التجارة والصناعة ..... 14

## مقدمة

تعد المشروعات الصغيرة والمتوسطة قاطرة الاقتصاد القومي لما لها من دور مؤثر علي صعيد زيادة الانتاج وايجاد فرص العمل فإن تسويق وتصدير منتجات هذه المشروعات يمثل الطريق المضمون لنجاحها.وبرغم هذه الاهمية الواضحة للمشروعات الصغيرة في حيوية الاقتصاد القومي فإن هذه المشروعات مازالت بحاجة لمزيد من الجهد لتعزيز دورها الانتاجي والتصديرى. وقد اسفرت تجربة المشروعات الصغيرة في مصر والتي توليها الحكومة اهتماما متزايدا عن ان القائمين علي هذه المشروعات يفتقدون الكثير من الخبرات التسويقية والتصديرية الامر الذي الي تراكم المخزون وتضخم اعباء التمويل وبالتالي افلس الكثيرون وتعثرت مشروعاتهم وخرجت من السوق.اضافة الى ان كثيرا من اصحاب المشروعات الصغيرة لا يعلمون شيئا عن فرص التصدير ولا بالخدمات المتاحة لذلك والسؤال هنا هو كيف السبيل لتعزيز صادرات مشروعاتنا الصغيرة؟ وتهدف هذه الورقة الى عرض مدخل مقترح لتعزيز الأداء التصديرى للمشروعات الصغيرة والمتوسطة فى مصر.

## أولا: مفهوم المشروعات الصغيرة

مصطلح المشروعات الصغيرة مصطلح واسع انتشر استخدامه مؤخرا، ويشمل هذا المصطلح الأنشطة التي تتراوح بين من يعمل لحسابه الخاص أو فى منشأة صغيرة تستخدم عدد معين من العمال ،ولا يقتصر هذا المصطلح على منشآت القطاع الخاص وملاكها وأصحاب الأعمال والمستخدمين ولكنه يشمل كذلك التعاونيات ومجموعات الإنتاج الأسرية أو المنزلية.وتجمع الآراء على الأهمية المتعاظمة للمشروعات الصغيرة فى الاقتصاد القومى سواء فى البلاد المتقدمة أو النامية خاصة فى ظل الاحتياج المتزايد لتوليد فرص العمل المنتجة. وتشير بعض الإحصائيات إلى أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تمثل نحو 90% من إجمالي الشركات فى معظم اقتصاديات العالم كما أنها توفر ما بين 40% - 80% من إجمالي فرص العمل،وتساهم بنسبة كبيرة فى الناتج المحلى للعديد من الدول ،فعلى سبيل المثال تساهم المشروعات الصغيرة والمتوسطة بنحو 85% ، 51% من اجمالى الناتج المحلى فى كل من انجلترا والولايات المتحدة الأمريكية على الترتيب 1. ويختلف تعريف ومفهوم المشروعات الصغيرة والمتوسطة من دولة لأخرى وفقا لاختلاف إمكاناتها وظروفها الاقتصادية والاجتماعية مثل درجة درجة التصنيع وطبيعة مكونات وعوامل الإنتاج الصناعي ونوعية الصناعات الحرفية التقليدية القائمة قبل الصناعة الحديثة ، والكثافة السكانية ،ومدى توفر القوى العاملة ودرجة تأهيلها ، والمستوى العام للأجور والدخل وغيرها من الجوانب الاقتصادية والاجتماعية التي تحدد ملامح وطبيعة الصناعات القائمة فيها . كما يختلف التعريف

وفقاً للهدف منه ، وهل هو للأغراض الإحصائية أم للأغراض التمويلية أو لأية أغراض أخرى. وتشير دراسة قامت بها منظمة العمل الدولية عن المشروعات الصغيرة والمتوسطة بوجود أكثر من 25 تعريفاً مختلفاً في 25 بلداً أجريت عليها الدراسة<sup>2</sup>، بالإضافة إلى تباين في التعريف بين المنظمات الدولية والإقليمية. فالبنك الدولي يعتمد تعريفاً للمشروعات الصغيرة بأنها التي يعمل بها حتى 50 عامل واجمالي الأصول والمبيعات حتى 3 مليون دولار، والمشروعات المتناهية الصغر حتى 10 عمال والمبيعات الإجمالية السنوية حتى 100 ألف دولار، واجمالي الأصول حتى 10 آلاف دولار، بينما المشروعات المتوسطة حتى 300 عامل واجمالي الأصول والمبيعات حتى 10 مليون دولار<sup>3</sup>. بينما ووفقاً لمصادر مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية والتجارة، يتم تعريف المشروعات الصغيرة بأنها تلك التي يعمل بها من 20-100 فرد، والمتوسطة تلك التي يعمل بها من 101 إلى 500 فرد ، أيضاً قسم تصنيف المشروعات الصغيرة والمتوسطة إلى فئة الشركات الصغيرة وهي التي يعمل بها 100 عامل فأقل، وفئة الشركات المتوسطة التي يعمل بها من 100 عامل وأقل من 1000 عامل<sup>4</sup>. وتعرف منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو) المشروعات الصغيرة بأنها تلك المشروعات التي يديرها مالك واحد يتكفل بكامل المسؤولية ويتراوح عدد العاملين فيها ما بين 10 – 50 عامل<sup>5</sup>. أما منظمة العمل الدولية فتعرف المشروعات الصغيرة بأنها المشروعات التي يعمل بها أقل من 10 عمال والمشروعات المتوسطة التي يعمل بها ما بين 10 إلى 99 عامل ، وما يزيد عن 99 يعد المشروعات كبيرة<sup>6</sup>.

ويوجد عدة معايير لتعريف المشروعات الصغيرة (مثل معيار العمالة، رأس المال، القيمة المضافة، ...) وقد تستخدم تعريفات وفقاً للخصائص الوظيفية مثل نوع الإدارة أو التخصص أو أساليب الإنتاج أو اتجاهات السوق، ويعتبر التعريف ضروري لتقديم الخدمات والحوافز المشجعة لمساندة هذه المشروعات وزيادة كفاءتها. ولتحديد تصنيف واضح يجب توفر عدة عوامل، منها توفر المعلومات ودقتها، البناء الهيكلي للمشروعات حسب الأنشطة المختلفة، وخطط دعم ومساندة المشروعات الاقتصادية، رغم أن صياغة تعريف مبسط لا يعتبر أمراً يسيراً. وتندرج أنواع المشروعات الصغيرة في ثلاث أنواع رئيسية:  
الأعمال الأولية والتي تشمل مختلف الأعمال الزراعية.  
الصناعات التحويلية، عند قيام المشروع باستخدام المواد الأولية أو أية قيمة مضافة باعتماد الآلات والمعدات التي لديه.  
مشروعات الخدمات والتي تشمل المهن الحرة والتجارة والاستشارات وغيرها.

## ثانياً: أهمية التصدير للاقتصاد المصري

تتضح أهمية التصدير في قدرته علي خلق فرص عمل جديدة، وإصلاح العجز في ميزان المدفوعات، وجذب الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي ومن ثم تحقيق معدلات نمو مطردة، كما يتضح من العرض التالي:-<sup>7</sup>

## 1- خلق فرص عمل جديدة

تجلت قدرة القطاع الخاص المنتج وبخاصة الموجه للتصدير علي خلق فرص عمل في الاقتصاد المصري، حيث تزايدت فرص العمل في القطاعات التي شهدت زيادة في صادراتها وزادت كفاءتها الإنتاجية وقدرتها التنافسية كما ارتفعت أجور العمالة فيها مع ارتفاع نوعية وكفاءة العمالة. ويؤكد الدور الهام الذي يمكن أن تلعبه الصادرات في توفير فرص العمل أن كل مليار دولار من الصادرات يضيف نحو 270 ألف فرصة عمل جديدة.

ولذلك فإنه على السياسة الاقتصادية أن تجعل قطاع التصدير المستوعب الأساسي للعمالة في الاقتصاد المصري، حيث أكدت تجربة عدداً من الدول علي قدرة هذا القطاع على زيادة فرص العمل. فعلي سبيل المثال تمكنت عدة دول من شرق آسيا وهي اليابان وهونج كونج وكوريا الجنوبية وسنغافورة وتايوان وإندونيسيا وماليزيا وتايلاند من استخدام التوجه التصديري في توليد معدلات نمو مرتفعة وخلق فرص عمل جديدة مما ساعد علي انخفاض مستوى البطالة إلي مستويات متدنية تتراوح بين 2 إلي 4% في عام 1998.

## 2- إصلاح العجز في ميزان المدفوعات

تلعب الصادرات دوراً مباشراً في معالجة الخلل في الميزان التجاري وبالتالي ميزان المدفوعات باعتبارها أحد الموارد الرئيسية للنقد الأجنبي مما يؤثر بصورة مباشرة علي التوازن المالي والاستقرار النقدي للعملة المحلية وأسعار الصرف. لذا يجب خلق قاعدة جيدة لتنمية الصادرات سواء السلعية أو الخدمية منها. حتى يحقق قطاع التصدير الهدف المأمول منه في توليد فرص عمل جديدة ومعالجة عجز الميزان التجاري.

## 3- جذب الاستثمار المحلي والأجنبي

يتضح من تجارب الدول الناجحة في التصدير أهمية دور الاستثمار كمحرك أساسي لنجاح عملية التصدير، حيث ترجع أهمية الاستثمارات المحلية والأجنبية إلي أن هناك علاقة تبادلية بينها وبين التصدير. فالاستثمار الأجنبي يأتي بالتكنولوجيا الحديثة والخبرة في الإدارة بالإضافة إلي الارتباط بالأسواق العالمية وهو ما تحتاجه مصر للنهوض بالصناعة المحلية<sup>8</sup>. حيث يسمح تواجد رأس المال وتوافره بالتوسع في الإنتاج وتنوع المنتج وتحسين جودته كما تساهم التكنولوجيا الحديثة في تطوير المنتج وخفض تكلفة الإنتاج. ومن ثم يمكن القول أن الاستثمار يساهم في زيادة الإنتاجية وفي إنشاء صناعات جديدة وتحسين القدرة التنافسية للصناعات القائمة وربط المنتجين المحليين بالأسواق الدولية. كما أن وجود قطاع تصديري قوي يعمل علي جذب مزيد من التدفقات الاستثمارية التي تترجم في شكل زيادة في الصادرات الخدمية والسلعية وتقوم بدورها في جذب استثمارات جديدة. وقد استطاعت بعض الصناعات مثل الحاصلات الزراعية والغزل والمنسوجات

والمفروشات والملابس الجاهزة ومواد التشييد والبناء والحديد والصلب والصناعات الكيماوية والدوائية والمستلزمات الطبية أن تجذب قدراً جيداً من الاستثمارات<sup>9</sup>.

#### 4- تحقيق معدلات نمو مطردة

إن الاهتمام بالصادرات المصرية ينبع من وجود تحد رئيسي يواجه الاقتصاد المحلي وهو تحقيق معدلات نمو اقتصادي مطردة قادرة علي خلق فرص عمل جديدة للحد من البطالة وتوفير مصادر بديلة للعمات الأجنبية. فهناك أساليب عديدة لتنويع مصادر العملات الأجنبية، ولكن لا يوجد سوي مصدر واحد وهو التصدير قادر علي خلق فرص عمل بالكم والاستمرارية المطلوبة لتحقيق معدلات نمو متواصلة ومرتفعة.

ان العلاقة بين التوجه التصديري للسياسة الاقتصادية وجذب استثمارات محلية وأجنبية جديدة لا تتحقق إلا بعد فترة زمنية طويلة يتأكد المستثمر الأجنبي أو المحلي خلالها من استمرار التوجه التصديري من سنة بعد الاخرى. وعندما تستقر قناعة المستثمر بأن السياسة الاقتصادية توجهت بلا رجعة للتصدير، وقتها فقط سوف توتي السياسة الاقتصادية التصديرية ثمارها في دعم التصدير وجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية ويكون هذا بمثابة خلق حلقة مفرغة حميدة بين الاستثمارات والصادرات تأتي بالمزيد من الصادرات مما يقوي من التوجه التصديري للسياسة الاقتصادية. ولتحقيق هذه الأهداف التصديرية الطموحة يجب علينا إعادة النظر فى السياسات المتبعة وإعداد منظومة جيدة لتنمية هذا القطاع للوصول إلى معدل زيادة سنوية لا يقل عن 20% من إجمالي الصادرات السلعية عن طريق العمل على حل المشكلات التي تعوق نمو صادراتنا ورسم سياسات تنسيقية واضحة ومتكاملة بين مختلف الكيانات المؤسسية التي تؤثر على التصدير فى مصر.

#### ثالثاً: الوضع الحالي لصادرات المنشآت الصغيرة والمتوسطة

خلال الأربعين عاماً الأخيرة شهد الاقتصاد المصري وقطاع المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة العديد من التغيرات الكبرى في الاقتصاد السياسي القومي أسفرت عن إعادة تشكيل الاقتصاد وهذا القطاع مرات عديدة . ويعتبر المناخ الصعب الذي يعمل في ظله قطاع المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة نتاجاً لظاهرة المد والجزر التي واجهتها مسألة القبول السياسي للمشروع الخاص الذي يعمل في الساحة الاقتصادية المصرية. ويعتبر وجود بيئة اقتصادية ديناميكية وتنافسية أمراً حيويًا من أجل نجاح صادرات المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ، ولقد حققت مصر تقدماً كبيراً في خلق هذه البيئة منذ عام 1991 . وبرغم من ان الشركات الصغيرة والمتوسطة تساهم بحوالي 20% من الناتج المحلي الإجمالي وتساهم بحوالي 25% من العمالة<sup>10</sup> ولكن ما زالت هناك عوامل تؤثر سلباً على الصادرات بصفة عامة ، وعلى صادرات تلك المنشآت بصفة خاصة وذلك بسبب طبيعتها الهشة ونعرض هنا لأهم ملامح قطاع المشروعات الصغيرة و المتوسطة فى مصر واهم العقبات التي تواجه مصدري هذا القطاع.

## 1-ملاح قطاع المشروعات الصغيرة و المتوسطة في مصر

أدى إصدار القانون 141 لسنة 2004 بشأن تنمية المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة إلى الارتقاء بدور الصندوق الاجتماعي للتنمية -هو مؤسسة شبه حكومية مسئولة عن التنسيق ما بين المشروعات الصغيرة، الوزارات، المؤسسات غير الحكومية و المؤسسات الأجنبية المانحة- ليكون المنسق الرئيسي بين تلك المشروعات والوزارات المعنية والجهات المانحة الأجنبية. ويوزع الصندوق ابتداءً أموال الائتمان التي تتيحها الجهات المانحة له بأسعار فائدة تفضيلية تتراوح ما بين 1% إلى 4% ثم يقرضها للمشروعات بسعر فائدة 7% بحيث يغطي الفرق التكاليف الإدارية والمخاطر، بالمقارنة مع سعر الإقراض الذي تطبقة البنوك والمقدر حالياً بحوالي 13%. ويقدم للمشروعات المتناهية الصغر والصغيرة المقترضة خدمات متنوعة مثل دراسات الجدوى والمعلومات التسويقية والمخاطر وأسماء موردي الآلات. ولهذا الغرض، فهو يخصص حوالي نصف موارده لمؤسسة تنمية المشروعات الصغيرة. وأخيراً يعتزم الصندوق إنشاء صناديق في كل محافظة لمساعدة المشروعات في الحصول على التمويل، وكذلك صندوق لتأمين المشروعات ضد المخاطر المالية.

### ملاح قطاع المشروعات الصغيرة و متناهية لصغر في مصر

عدد العاملين في المنشأة	4-1	9-4	29-10	49-30	50 فأكثر	لا يعرف	الاجمالي
نسبة العاملين 1988%	45	9	9	2	13	22	100
نسبة العاملين 1998%	48	17	10	4	16	6	100
نسبة العاملين 2006%	50	14	10	5	15	6	100

المصدر: تقرير التنمية البشرية في مصر لعام 2008

- تنعكس أهمية قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في حجم اسهامها فهو يشكل 75% من العمالة الخاصة غير الزراعية ، 40% من الناتج الإجمالي المحلي و 99% من مشروعات القطاع الخاص غير الزراعي في مصر.
- و بناء على نتائج احدث مسح سوق العمل في مصر لعام 2006 ، فإن عدد الأعمال التي يعمل بها أقل من 50 عامل قد زادت بمعدل سنوي يقدر ب 4.7 % في خلال الفترة من 1998- 2006 و طبقاً لإحصاء المنشآت لعام 2006 كان هناك 2.4 مليون منشأة متناهية



- الصغر يعمل بها اقل من عشرة عمال و يعمل بها 5.2 مليون و هناك ايضا 39 ألف منشأة أخرى خاصة يعمل بها من 10 الى 49 عامل.
- و لقد قدمت أكثر من جهة المساعدة الفنية والمالية بالإضافة الى تقديم الخدمات لهذا القطاع . و لكن تشتت هذه الجهود و عدم التنسيق بشكل كاف قد يؤدي الى عرقلة نمو هذا القطاع . فالمسوح التجريبية للمشروعات تشير إلى النتائج التالية:
- أ- أن كل مؤسسات التمويل الرسمية بما في ذلك الصندوق قد نجحت فقط في الوصول إلى 15-20% من المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة، رغم عدم تقديم رأس المال الابتدائي لأن المشروعات كانت قد بدأت نشاطها بالفعل، وقدم الصندوق في الغالب للوحدات الاقتصادية القائمة قروضاً لتمويل رأس المال العامل.<sup>11</sup>
- ب- أن التمويل المقدم للمشروعات الرسمية (والتي تمثل 18% من إجمالي عدد المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة في 2006) بلغ 41% وجاء معظمه من البنوك العامة والخاصة الرسمية.

## 2- العقبات التي تواجه مصدري المنشآت الصغيرة والمتوسطة

يواجه قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة عديد من العقبات التي تؤثر على الارتقاء بأدائه التصديري، حيث أنها تفتقر إلى:

### أ- الإدارة الماهرة

في ظل سوق تنخفض فيه الحواجز أمام الدخول فيه ، فإنه عادة ما تترك العمالة المدربة المشروعات لتبدأ في العمل لحسابها ، وتتمثل المعوقات الإدارية في نقص المهارات المتعلقة بأساسيات إدارة الأعمال ، والمحاسبة وإمساك الدفاتر ، وعدم القدرة علي الحصول علي الخدمات الاستشارية والخدمات المساندة. بالإضافة إلى ذلك فإنه نظراً لانخفاض المستوى التعليمي لأصحاب المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ( حوالي 9 % فقط من أصحاب هذه المنشآت حاصلون على درجات جامعية ) لذا فإنه ليس من المحتمل أن تقدر هذه المنشآت قيمة هذه المهارات. وكمجموعة اجتماعية فإن هذه المنشآت ، على العكس من المؤسسات الكبيرة ، تفتقر إلى الوجود المؤسسي الذي يضمن وصولها إلى صانعي السياسات. فاتحادات الصناعات ، وجمعيات الأعمال والمؤسسات المشابهة تسيطر عليها وبشكل كبير المؤسسات الكبرى ، وبالتالي فإن المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لا يمكن أن تأمل في التأثير على عملية صنع القرار أو السياسة في ظل وضعها الحالي .

### ب- العمالة الماهرة

تظهر مشكلة نقص الفنيين المدربين والعمال ذوي التدريب المهني الكافي بشكل واضح في قطاع المنشآت الصغيرة ، التي تقوم بتوظيف عمالة أمهر نسبياً من المنشآت متناهية الصغر. وبغض النظر عن معدلات البطالة المرتفعة ، ورغم اتباع المنشآت الصغيرة لأساليب الإنتاج كثيفة العمالة ،

فإن هناك حاجة ملحة لإصلاح نظم التدريب التعليمي والمهني الحالية كي تصبح قادرة على توفير العمالة الكافية للمنشآت الصغيرة. وبينما لا تعاني المنشآت متناهية الصغر من أي نقص في العمالة شبه المدربة (وذلك لاعتمادها على نظام التلمذة الحرفية التقليدية)، إلا أنها تواجه مشكلة الاحتفاظ بالعمالة المدربة.

#### ج-مدخلات الإنتاج ذات الأسعار التنافسية

لا تتوافر مدخلات الإنتاج عالية الجودة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة. وحتى يمكن الحصول على هذه المدخلات فإنه على تلك المنشآت أن تتنافس في الأسواق الخارجية في حالة استيراد جزء أو كل هذه المدخلات ، ومن ناحية أخرى فهي تتنافس مع المنشآت الكبيرة محلياً (على باقي أو جزء من هذه المدخلات) ، هذا إلى جانب ارتفاع التعريفات الجمركية المفروضة على المدخلات العالية الجودة وإجراءات الاستيراد المعقدة والطويلة التي تجعل المنشآت الصغيرة والمتوسطة في وضع تنافس أدنى.

#### د- المعدات والتكنولوجيا الحديثة

بالإضافة إلى افتقار المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة إلى المعدات ، فإنها تفتقر كذلك إلى أي مواصفات قياسية للإنتاج والرقابة على الجودة. وهذا الأمر يتسبب في جعل منتجات المنشآت الصغيرة والمتوسطة أقل قدرة تنافسية في الأسواق المحلية والدولية.

#### هـ- رأس المال الكافي

إن أحد القيود الرئيسية التي تواجه المنشآت الصغيرة والمتوسطة تتمثل في قدرتها المحدودة على الحصول على رأس المال والخدمات المالية اللازمة للوفاء باحتياجاتها من رأس المال العامل ورأس المال الثابت بصفة دائمة . وبصفة عامة فإن المؤسسات المالية الرسمية (البنوك ، أسواق المال ، الخ ..) لا تتعامل مع هذه

المنشآت . ونتيجة نقص الموارد المؤسسية والمالية الكافية التي تفي باحتياجاتها من رأس المال العامل والثابت فإن قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة يواجه عقبات كبيرة أمام دخول منشآت جديدة إلى السوق فضلاً عن العوائق التي تواجه نمو المنشآت القائمة . وبناءً على ذلك ، أصبح توفير الخدمات المالية هو الركن الأساسي في جهود تنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة. ولكن ، نتيجة ضيق مجال هذه الجهود والبرامج ، بالإضافة إلى اعتمادها على الإعانات والتمويل الخارجي ، فإن هذه البرامج لا تكفي لتلبية احتياجات المنشآت الصغيرة والمتوسطة سواءً في الأجل القصير أو الأجل الطويل.

#### و- نقص المعلومات عن السوق

يعد نقص المعلومات من أهم العوائق الشديدة التي تواجهها المنشآت الصغيرة والمتوسطة. وتفتقر المنشآت الصغيرة إلى التجمع ، كما يفتقد أصحابها إلى التعليم اللازم للوصول إلى مصادر المعلومات عن الأمور ذات الصلة (منتجات جديدة، اتجاهات المستهلك ، التطورات التكنولوجية) . وبالإضافة إلى ما تقدم ، ومع

الأخذ في الاعتبار ضعف قاعدة الموارد لهذه المنشآت، فإن المنشآت الصغيرة والمتوسطة لا يتوقع منها أن تقوم بالاستثمار في مجالات بحوث السوق أو أن تقوم بتوظيف الخبرات التسويقية التي تقوم

المؤسسات الكبرى بتوظيفها . وكما ذكرنا من قبل لا تقوم شبكات التسويق والتوزيع ذات الخبرة بتقديم خدماتها للمنشآت الصغيرة والمتوسطة .

#### س- قنوات وشبكات التسويق

تعتبر شبكات التوزيع للمنشآت الصغيرة محدودة للغاية ، حيث تقوم معظم هذه المنشآت بالتسويق في إطار النطاق الجغرافي الضيق الذي تقع فيه . وبصفة عامة ، فإن 56 % تقريباً من إنتاج المنشآت الصغيرة والمتوسطة يتم على أساس الطلبيات التي تقدم للمشروع بينما يتم إنتاج الباقي على أساس مستمر . وتعاني المنشآت الصغيرة والمتوسطة من غياب شبكات تنافسية من تجار الجملة والشركات التجارية التي يمكن أن تعرض منتجاتها في السوق المحلي والخارجي ، وتمدها بالمعلومات اللازمة عن السوق . وشبكات التسويق والتوزيع المتاحة إما أن تكون حكومية أو مقصورة على المشروعات الكبيرة . بالإضافة إلى ذلك ، فهناك حظر قانوني على نشاط الشركات التجارية الأجنبية في مصر . لذا فإن انعدام المنافسة داخل قطاع التجارة يجعل الفاعلين الأساسيين الموجودين حالياً يكتفون بالعملاء الكبار . وتفقر المنشآت الصغيرة والمتوسطة أيضاً لقناة أخرى وهي التجارة الإلكترونية ، وإلي فرصة استخدام الإنترنت للوصول إلى الأسواق الخارجية.

#### الخلاصة :

وفيما يتعلق بالأداء التصديري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة أشارت دراسة وزارة المالية التي أعدتها بالتعاون مع وزارة التجارة الخارجية بشأن تعزيز القدرة التنافسية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة في مصر، إلى أن هناك إجماع من جانب المشروعات الصغيرة والمتوسطة على أن أهم العقبات التي تعوق أدائها التصديري تتمثل في:-<sup>12</sup>

1. صعوبة الوصول إلى قنوات التصدير: عبرت كل الشركات عن الحاجة إلى وجود وكالة أو بيت متخصص في التصدير ليكون مسئولاً عن اتخاذ قرارات حول مكان تسويق منتجات الشركات إلى الخارج، وكيفية تسويقها ومواعيد تسويقها.
2. نقص الوعي التصديري: اتفق المشاركون في المناقشات التي أجريت مع أصحاب المنشآت من مختلف القطاعات في القاهرة الكبرى، على أنهم غير ملمين بالمواصفات أو التعديلات المطلوبة في المنتجات حتى يتسنى تسويقها دولياً.
3. ارتفاع أسعار المدخلات: أرجع القائمون على المنشآت الصغيرة والمتوسطة في بعض القطاعات (مثل صناعة الملابس والنسيج) عدم قدرتهم على التصدير أو المنافسة دولياً إلى الارتفاع النسبي في أسعار مدخلاتهم الإنتاجية، مما يفقدهم القدرة على المنافسة أمام منتجات العديد من الدول النامية مثل الهند وبنجلادش.
4. ندرة التمويل وصعوبة الحصول عليه: توافرت لعدد من الشركات فرص التصدير ولكنها لم تستطع أن تنتج على نطاق أوسع بسبب نقص التمويل.

## رابعاً: مدخل مقترح لتعزيز الأداء التصديري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة:

والسؤال هنا هو كيف السبيل لتعزيز صادرات مشروعاتنا الصغيرة؟  
نعرض فيما يلي مدخل مقترح لتعزيز الأداء التصديري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

### 1- علي مستوي السياسات الحكومية

يتطلب الأمر في هذا الصدد العمل علي المحاور التالية:

- تنسيق أدوار مشتركة ومتكاملة بين وزارة التجارة والصناعة والجامعات ومراكز البحوث لتحديد منتجات المشروعات الصغيرة التي تتمتع بمزايا تنافسية للتركيز علي تأهيلها وتنميتها لتكون رأس حربة ضمن الصادرات المصرية.
- قيام هيئة التوحيد القياسي بدور فعال في دعم المشروعات الصغيرة من حيث التأهل للتوافق مع شهادة الأيزو 9000/2000 التي تتضمن المواصفة الخاصة بالتوافق مع متطلبات حماية البيئة. ان سلاح الجودة عنصر هام في فاعلية التسويق المحلي والعالمي.
- تعزيز أداء هيئة الرقابة علي الصادرات من حيث تطوير تجهيزات ومعامل الفحص للسلع المصدرة، ليتم الفحص بشكل موضوعي ووفق المواصفات التي تشترطها كل سوق علي حدة علي أن يقر المصدر بأن كامل الشحنة المصدرة مطابقة تماما لخصائص العينة المقدمة للفحص بالهيئة فإن لم يف بذلك يشطب من سجل المصدرين فالنتيجة لا تنحصر فقط في إعادة الشحنة المصدرة اليه بل تتعدى ذلك لإساءة بالغة لسمعة الصادرات المصرية، ومن ثم تحجيمها.
- زيادة الحوافز الاستثمارية - علي أسس موضوعية للمشروعات الصغيرة التي تستهدف وتعمل علي توجيه انتاجها للتصدير واستيفاء وتنمية مقومات القدرة التنافسية في الاسواق الخارجية بحيث يكون لهذه المشروعات أولوية في التشجيع والدعم بجميع الصور الممكنة عمليا.
- إنشاء آلية لتخطيط وتنفيذ جهود مشتركة لتنمية صادرات المشروعات الصغيرة بين وزارة التجارة والصناعة، ووزارة الخارجية من جهة وبين المنظمات المصرية غير الحكومية مثل غرف التجارة والصناعة واتحاد الصناعات المصرية، وجمعيات الصداقة المصرية - الأجنبية في الدول العربية والأوروبية والآسيوية.
- إعادة النظر في السياسات المالية بهدف المساعدة علي خفض التكلفة الاستثمارية للمشروعات الصناعية الصغيرة لاسيما تلك المتوجهة للتصدير فالملاحظ أن هذه التكلفة تزيد بشكل ملحوظ بنسب متفاوتة من 15 الي 25% عن نظيرتها لو أقيم المشروع في دولة أجنبي. وهو ما يمثل قيودا علي محاولات ترشيد التكلفة والتسعير التنافسي، ومن ثم علي القدرة

التنافسية في السوق العالمية كذلك من الضروري تهيئة نسب إعفاء أعلى للمشروعات الصغيرة التي تقوم أساسا علي التصدير وليس مجرد تصدير الفائض عن طاقة السوق المحلية.

- فرض رسوم بنسبة 0.5% من قيمة الواردات - علي المستوردين - لإنشاء صندوق لدعم المصدرين من أصحاب المشروعات الصغيرة, يغطي الإعفاءات أو التخفيضات في الرسوم علي المصدرين كحافز لتنمية الصادرات.
- بحث سبل تعزيز مركز تنمية الصادرات المصرية في اكتشاف الفرص التصديرية وتعريف المصدرين بجميع المعلومات المتعلقة بها, وإعداد دراسات السوق عن حجم الطلب وخصائص المنتجات المطلوبة في الأسواق الخارجية.
- التنسيق بين وزارتي التجارة والصناعة والنقل ومنظمات التمويل المحلية والعالمية لإنشاء خطوط ملاحية بحرية تربط مصر بدول شرق وجنوب أفريقيا للافادة من عضوية مصر بالكوميسا ويمكن أن يشارك في التمويل - لإنشاء شركة أو أكثر في هذا الصدد - كل من بنك الاستثمار القومي والبنوك التجارية المصرية وبنك التنمية الأفريقية, ومؤسسات التمويل العالمية.
- تشجيع القطاع الخاص علي إنشاء شركات للشحن والتفريغ بالمواني المصرية بما يهييء تنافسا يسهم في خفض تكلفة الشحن والتفريغ, ومن ثم في تهيئة أسعار تنافسية.
- إعداد خطة خمسية تجزأ لخطط وجداول سنوية عن المعارض التي تقام في الدول التي تمثل أسواقا واعدة بحيث يتحدد أنسب موقع وتوقيت للعرض بكل سوق, وهيكل المعارضات من المنتجات التي يتعين ان تكون علي قدرة تنافسية عالية بالسوق المستهدفة.
- تكليف مكاتب التمثيل التجارية الملحقة بسفاراتنا بإعداد دراسات مبدئية - وتفصيلية ان دعت الحاجة - عن الأسواق المستهدفة لتقدم الي غرف التجارة والصناعة وبحيث تهييء الدراسة النتائج الرئيسية التالية:

1. حجم الطلب المتوقع علي السلعة المستهدف تصديرها, أو الخدمة مثل خدمات الاستشارات الفنية والمقاولات الانشائية والنقل والعمليات المصرفية والتأمينية وغيرها.
  2. خصائص المنتج (المنتجات) وفقا لأذواق وتوقعات العملاء المرتقبين بكل سوق علي حدة.
  3. أنسب سبل وصيغ تغليف وحزم السلع وفقا لحاجات كل سوق.
  4. توقيت أو توقيتات الطلب علي المنتج (المنتجات) بكل سوق.
  5. التوزيع الجغرافي للطلب بكل سوق علي حدة, بما يفيد في تحديد هيكل قنوات وشبكة التوزيع, وهل يكون التوزيع مباشرة من المركز التجاري المصري أم من خلال وسطاء, وطبيعة هؤلاء الوسطاء.
- بالإجمال فإن لهذه المكاتب دورا هاما في:
- (1) اكتشاف وتنمية الفرص التصديرية للمنتجات المصرية.

2) تزويد الشركات المصرية بالبيانات والمعلومات عن الأسواق الخارجية الواعدة والمستهدفة.

3) الترويج للاستثمار في مصر، خاصة في المشروعات الصناعية التي تستهدف التصدير للخارج.

● تهيئة دعم سياسي رسمي مستمر للمصدرين المصريين، وذلك من خلال التنسيق المستمر بين وزارتي التجارة والصناعة والخارجية للتخطيط لزيارات رسمية متكاملة يقوم بها الوزيران ومساعدوهما للترويج للصادرات المصرية لدى الأطراف الحكومية بالدول التي تمثل أسواقا مستهدفة للتصدير فضلا عن افتتاح معارض المنتجات المصرية بها، وزيادة عدد البعثات التجارية إلي هذه الدول.

● ترويج خدمات نقطة التجارة الدولية بوزارة التجارة والصناعة لدى المصدرين من المشروعات الصغيرة الحاليين والمرقبين الذين يمكن أن ينضموا إلي عداد المصدرين، إذ أن جانبا غير قليل من رجال الصناعة لاسيما في المشروعات الصغيرة لا يعلمون عن نقطة التجارة الدولية وهيكل خدماتها المساعدة علي فاعلية التصدير، هذا برغم أن نقطة التجارة الدولية قد أنشأت أخيرا عدة فروع لها ببعض المحافظات.

● حث وحدات الجهاز المصرفي علي تهيئة تمويل مناسب وبشروط ميسرة لصادرات المشروعات الصغيرة (مثل سعر الفائدة وفترات السماح) والاشتراك مع شركة ضمان الصادرات لتأمين المصدرين ضد المخاطر التجارية وغير التجارية.

● تشجيع اقامة أكثر من شركة لضمان الصادرات وتأمين المصدرين ويمكن أن تساهم في ذلك البنوك وشركات التأمين، واتحادات المستثمرين، مع بنك الاستثمار القومي.

● من المهم أن تسعى وزارة التجارة والصناعة بالتعاون مع وزارة الخارجية لاهياء وتنمية التبادل التجاري من خلال الصفقات المتكافئة وهذا يسهم في تقليل صعوبات يقابلها المصدرون من أصحاب المشروعات الصغيرة لتمويل صادراتهم.

## 2- دور أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة

أن سعي اصحاب هذه الشركات لتنمية الصادرات للسوق الخارجية يتطلب تهيئة المقومات التالية:

● أن يتحلي ويتزود أصحاب المشروعات الصغيرة أو مديروها بالتوجه التصديري فتكون نقطة البدء في صياغة خطط وبرامج الشركة للوقوف علي حاجات وتوقعات العملاء بالسوق أو الأسواق المستهدفة ويكون ذلك أساس بناء أهداف واستراتيجيات وسياسات الشركة وصنع قراراتها.

● جعل دراسات السوق نشاطا رئيسيا ضمن أنشطة إدارة التسويق فلا تصدير فاعل إلا بدراسات تجسد نبض الأسواق المحلية والخارجية عموما. وذلك من حيث حجم الطلب

- وتوقيتته وأنماط الاستهلاك وخصائص المنتج المطلوب وجميع المتغيرات المؤثرة علي هذا الطلب سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو تكنولوجية أو ثقافية أو اجتماعية.
- ويجب توافر نظام معلومات متكامل ومحدث يفيد في صنع القرارات التسويقية بشأن تصميم وتطوير المنتجات وتكنولوجيا التغليف والشحن وبشأن تسعير المنتجات وسبل الترويج لها واختيار قنوات ومنافذ التوزيع.
- التوجه بالتصدير والمقصود هنا ألا تنتظر الإدارة للتصدير باعتباره تخلصاً من الانتاج الذي لم يستوعبه السوق المحلي، بل يكون التصدير علي أولويات أجندة الإدارة وأن تهيأ طاقات إنتاجية مناسبة أو كافية لاقتناص الفرص التصديرية.
- تصميم برامج فاعلة لإدارة الجودة الشاملة تهيئ تحسناً مستمرا في مستوى جودة المنتجات المصدرة وتكسيبها ميزة تنافسية ولا يصح الاعتماد في هذا الصدد علي أن بعض الدول تعتمد مواصفات جودة تقل عن تلك المواصفات القياسية في الأسواق الأوروبية والأمريكية وغيرها.
- يتعين اعتماد مدخل التخطيط الاستراتيجي التسويقي متضمنا تحليل البيئة الخارجية للشركة لتحديد الفرص السوقية التي يمكن استغلالها في التصدير والتهديدات التي تتضمنها هذه البيئة وكذا تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف.
- من المفيد أيضا اعتماد مدخل تقسيم السوق لقطاعات وذلك بتحديد خصائص وتوقعات كل قطاع من العملاء ومخاطبته بالمنتج وأسلوب الترويج الذي يتناسب مع حاجاته وتوقعاته.
- مراعاة عدم اختلاف وتضارب أسعار تصدير المنتج الواحد الأمر الذي يؤدي لتشكك المستورد في جدية العروض.
- الاهتمام بالتغليف الفاعل للسلع، التغليف الذي يحفظ علي السلعة خصائصها الأصلية ويهيئ قبولاً سيكولوجياً ومادياً من جانب تقسيمات العملاء المستهدفة هذا فضلا عن تبيين كامل وواضح يهيئ البيانات الكافية عن المنتج (الخصائص أو المكونات - الرتبة - مكان الصنع - تاريخ الانتاج - تاريخ الصلاحية - ارشادات الاستخدام - المصدر).
- الحرص علي الوجود المستمر في المعارض العالمية المتخصصة مع جهد اعلامي مدروس بالتنسيق مع الملحقيات التجارية بسفارتنا بالاسواق المستهدفة.

### 3- غرف التجارة والصناعة

- وفيما يتعلق بدور غرف التجارة والصناعة فإنه يصعب تجاهل أو اغفال هذه الغرف في تنمية صادرات المشروعات الصغيرة ومن أهم مقومات فاعلية هذا الدور:
- إنشاء لجان مشتركة من رجل الأعمال المصريين والأجانب في الدول التي نستهدف أسواقها، يهيئ تعاونها فرصاً مشتركة للمبادلات التجارية.

- انشاء شركات مصرية للتسويق وأخري مشتركة مع شركات بهذه الدول, تسهم في زيادة فرص وأحجام المبادلات التجارية البيئية وذلك من خلال دراسة الاسواق وتهيئة المزيج التسويقي المناسب (منتج - سعر - ترويج - توزيع) لكل سوق بما يناسب خصائصها وتوقعات العملاء بها.
- تخطيط وتنفيذ وتقييم زيارات لاتحادات رجال الأعمال المناظرة في الأسواق الخارجية المستهدفة لترويج منتجات المشروعات الصغيرة بها.

1 البنك الأهلي المصري، المنشآت الصغيرة والمتناهية الصغر فى ظل القانون رقم 141 لسنة 2004، النشرة الاقتصادية، العدد الرابع، المجلد السابع والخمسون، القاهرة، ص 74  
 2 راجع: الأمانة العامة للاتحاد العام لغرف التجارة والصناعة والزراعة للبلاد العربية، تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واحتياجات بناء القدرات، بحث مقدم إلى الدورة التاسعة والثلاثين لمؤتمر غرف التجارة والصناعة والزراعة للبلاد العربية، أبو ظبي، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2-3 أيار (مايو) 2007، ص ص 3-4

3 Aygagari Meghana & Thorsten Beck and Asli Demirguc-Kunt, "Small and Medium Enterprises Across The Global: a New Database", World Bank Policy Research , Working Paper 3127 , August ,2003 pp 2-3  
 4 المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، تقرير مناخ الاستثمار فى الدول العربية لعام 2005، الكويت، يونيو 2006، ص 75

5 عبد الفتاح أحمد نصر الله، غازي الصوراني، دراسة حول المشروعات الصغيرة في فلسطين: واقع ورؤية نقدية، غزة – فلسطين، يونيو 2005. مناح فى: [www.ahewar.org/debat/files/40243.doc](http://www.ahewar.org/debat/files/40243.doc)

6 نوزاد عبد الرحمن الهيتي، الصناعات الصغيرة والمتوسطة في دول مجلس التعاون الخليجي: الوضع القائم والتحديات المستقبلية، مجلة علوم انسانية [www.ulum.nl](http://www.ulum.nl) السنة الرابعة: العدد 30: ايلول (سبتمبر) 2006

7 <http://www.mfti.gov.eg/programs/export.htm>

8 لمزيد من التفاصيل حول الاستثمار الاجنبي واهميته راجع : حسين عبد المطلب الاسرج، "استراتيجية تنمية الاستثمار الاجنبي الى مصر"، كتاب الاهرام الاقتصادى، اغسطس 2005

9 لمزيد من التفاصيل حول حركة تطور الصادرات المصرية بصفة عامة وحول درجة التصنيع، راجع ، "تقرير أداء التجارة الخارجية (تقرير نصف سنوى)، العدد3 المجلد 1، مايو 2008، ص ص 24-31

10 [http://www.investment.gov.eg/MOI\\_Portal/ar-EG/](http://www.investment.gov.eg/MOI_Portal/ar-EG/)

[Announcements/mani+market+companies+8+-6-2007.htm](http://www.investment.gov.eg/MOI_Portal/ar-EG/Announcements/mani+market+companies+8+-6-2007.htm)

11 بسبب حجم المشروعات الصغيرة والمتوسطة التى لا تمتلك الموارد البشرية والمالية فأنها تتجه للعمل بصورة غير رسمية حيث ان تكلفة الالتزام بالقواعد عادة ما تنقص كلما زاد حجم المشروع. و يقدر حجم المصاريف غير القانونية التى تدفعها المشاريع الصغيرة والمتوسطة من 15% الى 90% تقريبا من اجمالى قيمة المدفوع لاستخراج الرخص و التأسيس. راجع عرض تقديمى للدكتورة عالية المهدي مناح فى:

[www.undp.org/Portals/0/EHDR%20Page/Alia%20El%20Mahdi-Arabic.ppt](http://www.undp.org/Portals/0/EHDR%20Page/Alia%20El%20Mahdi-Arabic.ppt)

12 [http://www.sme.gov.eg/papers/SMEs\\_Role\\_Dev.pdf](http://www.sme.gov.eg/papers/SMEs_Role_Dev.pdf)