

دراسة اقتصادية لتنافسية العنب المصري في أهم أسواقه الخارجية

د/ هشام علي حسن الجندي

د/ هيدي علي حسن الجندي

معهد بحوث الاقتصاد الزراعي - مركز البحوث الزراعية

مقدمة:

تعتبر تنمية الصادرات المصرية في مقدمة الأولويات التي تستحوذ علي النصيب الأكبر من إهتمام الدولة حتي يمكن خفض العجز الحاد في الميزان التجاري المصري، بالإضافة إلي دفع عجلة التنمية، خاصة في ظل التغيرات العالمية المتسارعة والتي تؤدي دائماً إلي زيادة المنافسة بين الدول للحصول علي النصيب الأكبر في الأسواق العالمية، والذي لا يتوقف علي الإنتاج المحلي فقط، لكن لا بد من توفر الميزة التنافسية للسلعة، والتي تنتج من تفاعل مجموعة من العوامل معاً مثل النمو والاستقرار الاقتصادي، وتطوير القطاع الخاص والتعليم والتدريب والإنتاجية والكفاءة ودرجة الإدماج في الاقتصاد العالمي^(٤)، ومن هذا المنطلق تبرز أهمية دراسة الوضع التنافسي لأهم الصادرات الزراعية المصرية.

ويعتبر العنب من أهم محاصيل الفاكهة التصديرية في مصر، حيث بلغت قيمة صادراته حوالي ٢٢٣ مليون دولار، تمثل نحو ٨٪ من قيمة الصادرات الزراعية المصرية والتي تبلغ حوالي ٢٨٢٧,٨ مليون دولار وذلك في متوسط الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧)^(٩). لذا تعتبر دراسة الأسواق العالمية لصادرات العنب من الأهمية بمكان، لأنها توضح مدي استيعابها لها مقارنة بصادرات الدول المنافسة داخل هذه الأسواق.

مشكلة البحث:

علي الرغم من الأهمية الاقتصادية لمحصول العنب باعتباره أحد المحاصيل التصديرية الرئيسية التي تهدف السياسة الزراعية المصرية إلي تعظيم العائد التصديري منه، بهدف توفير النقد الأجنبي اللازم لتمويل خطط التنمية الاقتصادية، إلا أن صادراته، على الرغم من زيادتها مازلت لم تتعدى نحو ٧% فقط من كمية الإنتاج المحلي من العنب وذلك خلال متوسط الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) ، الامر الذي يستوجب دراسة الوضع التنافسي لهذا المحصول الهام والعوامل المؤثرة على كمية الصادرات المصرية من العنب داخل أهم أسواقه الخارجية.

هدف البحث:

يهدف البحث لدراسة الوضع التنافسي لصادرات العنب المصري في أهم الأسواق الخارجية، وتحديد أهم العوامل المؤثرة علي النصيب السوقي في هذه الأسواق، وذلك من خلال دراسة كل من تطور الإنتاج وصادرات العالم ومصر من العنب ، والتوزيع الجغرافي لصادرات مصر من العنب ، و الموقف التنافسي لصادرات العنب المصري في أهم أسواقه الخارجية ، فضلاً عن تحديد أهم العوامل المؤثرة على صادرات العنب المصري في هذه الأسواق من خلال نموذج الجاذبية .

الأسلوب البحثي ومصادر البيانات:

أعتمد البحث في تحقيق أهدافه علي إستخدام أسلوب التحليل الوصفي والكمي لتحليل البيانات وتفسير النتائج المتعلقة بموضوع البحث من خلال إستخدام بعض الأساليب الرياضية والإحصائية مثل المتوسطات الحسابية والنسب المئوية وأسلوب تحليل الإنحدار بطريقة المربعات الصغرى لتقدير الاتجاه الزمني العام لبعض المتغيرات موضع الدراسة خلال الفترة (٢٠٠٥-٢٠١٧)، كما تم تطبيق بعض مؤشرات التنافسية لقياس القدرة التنافسية لصادرات العنب المصري في أهم أسواقه الخارجية، مقارنة بأهم الدول المنافسة له في هذه الأسواق وذلك خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧)، وفيما يلي توضيح لهذه المؤشرات:

١ - تنافسية سعر التصدير

يقيس هذا المؤشر الوضع التنافسي لسعر المحصول بالنسبة لأسعار الدول المنافسة له داخل سوق معين، و تنحصر قيمة هذا المؤشر بين الصفر والواحد الصحيح، وكلما ارتفعت هذه القيمة دل ذلك على تحسن الرضع التنافسي السعري للدولة بالنسبة للدول المنافسة لها داخل السوق ويتم حسابها من المعادلة التالية^(١) :

$$P=(A-M)/(G-M)$$

حيث:

$$P = \text{تنافسية سعر التصدير}$$

$$A = \text{النسبة بين متوسط أسعار تصدير العنب لاهم الدول المتنافسة ككل الى سعر تصدير العنب لكل}$$

دولة على حده من الدول موضع الدراسة والمتنافسة داخل السوق لكل سنة .

$$M = \text{اقل قيمة للنسب المحسوبة من A لكل سنة .}$$

$$G = \text{إكبر قيمة للنسب المحسوبة من A لكل سنة .}$$

٢ - تنافسية كمية الإنتاج :

يقيس هذا المؤشر الوضع التنافسي لكمية إنتاج المحصول التصديري لدولة ما بالنسبة لإنتاج المحصول في الدول المنافسة لها داخل السوق المستورد لهذا المحصول ، وتنحصر قيمة هذا المؤشر بين الصفر والواحد الصحيح ، وكلما ارتفعت هذه القيمة دل ذلك على تحسن الوضع التنافسي لكمية إنتاج الدولة بالنسبة لإنتاج الدول المنافسة لها داخل السوق ، ويتم تقديرها من المعادلة التالية^(١):

$$Q=(D-C)/(B-C)$$

حيث:

$$Q = \text{تنافسية كمية الإنتاج}$$

$$D = \text{النسبة بين كمية إنتاج العنب لكل دولة على حدة من الدول موضع الدراسة والمتنافسة داخل السوق}$$

الى إجمالي كمية إنتاج العنب لاهم الدول المتنافسة ككل في هذا السوق لكل سنة .

$$C = \text{اقل قيمة للنسب المحسوبة من D لكل سنة}$$

$$B = \text{اعلى قيمة للنسب المحسوبة من D لكل سنة}$$

٣ - السعر النسبي:

يقارن هذا المؤشر بين سعر تصدير المحصول للدولة موضع الدراسة بأسعار تصدير المحصول لاهم الدول المنافسة لها داخل سوق معين ، حيث يعنى انخفاض قيمة هذا المؤشر عن الواحد الصحيح وجود ميزة تنافسية سعريه للدولة في تصدير المحصول مقارنة بالدول المنافسة لها ، ويتم تقديره من المعادلة التالية^(٢):

$$PA_j = \frac{P_c}{P_e}$$

حيث:

$$PA_j = \text{النسبة بين سعر تصدير مصر الى أسعار تصدير كل دولة من الدول المتنافسة في كل سوق.}$$

$$P_c = \text{سعر تصدير مصر في السوق لكل سنة}$$

$$P_e = \text{سعر تصدير كل دولة منافسة في السوق لكل سنة}$$

٤ - النصيب السوقي Market share:

يعتبر مؤشراً هاماً لقياس القدرة التنافسية، وذلك لأن زيادة النصيب السوقي يعتبر في حد ذاته هدفاً

رئيسياً لتحقيق تنمية صادرات أي دولة، وبالتالي تحسين وضعها التنافسي، حيث يمثل النصيب السوقي صادرات دولة معينة من سلعة ما بالنسبة إلي الواردات الكلية لدولة أخرى مستوردة لتلك السلعة^(٦). ويتم حسابه من المعادلة التالية:

$$MSH_{ji} = \frac{X_{jci}}{MCW_i} \times 100$$

حيث:

MSH_{ji} = النصيب السوقي للدولة z من السلعة i في سوق معين.

X_{jci} = كمية صادرات الدولة z إلي الدولة c من السلعة i .

MCW_i = إجمالي كمية واردات الدولة C من دول العالم من السلعة i .

٥ - الأهمية النسبية للصادرات^(٦):

أي نسبة صادرات الدولة من السلعة لأهم الأسواق إلي إجمالي صادرات الدولة المصدرة للسلعة، ويتم حسابه من المعادلة التالية:

$$EXMP = \frac{EXMP_{ij}}{EX_j}$$

حيث:

$EXMP$ = نسبة صادرات الدولة من السلعة لأهم الأسواق إلي إجمالي صادرات الدول المصدرة .

$EXMP_{ij}$ = كمية صادرات الدولة المصدرة من السلعة في السوق.

EX_j = إجمالي كمية صادرات الدولة المصدرة.

٦ - معدل اختراق السوق (MPR) Market Penetration Ratio:

وهو عبارة عن النسبة بين كمية صادرات الدولة من السلعة وإستهلاكها الظاهري Apparent consumption في الدولة المستوردة، وهو أكثر معايير قياس التنافسية إنتشاراً ويتم تقديره من المعادلة التالية^(٧):

$$MPR_{ij} = \frac{EX_{ij}}{Q_{ij} + M_{ij} - X_{ij}}$$

حيث:

MPR_{ij} = معدل اختراق الدولة لأهم الأسواق من السلعة z .

EX_{ij} = كمية صادرات الدولة المصدرة من السلعة z .

Q_{ij} = كمية إنتاج الدولة المستوردة من السلعة z .

M_{ij} = كمية واردات الدولة المستوردة من السلعة z .

X_{ij} = كمية صادرات الدولة المستوردة من السلعة z .

إضافة إلي ذلك، تم تقدير نموذج الجاذبية Gravity Model والذي يعتمد أساساً على بيانات مقطعية تمثل عدد الدول وسلاسل زمنية تمثل السنوات للمتغيرات الاقتصادية للدول الداخلة في النموذج خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧).

يستند نموذج الجاذبية الى قانون الجاذبية العام للعالم اسحق نيوتن والذي ينص على ان قوة الجاذبية بين جسمين تتناسب طرديا مع حاصل ضرب كتلتيهما وعكسيا مع المسافة بين مركزيهما ، حيث قام جان تنبرجن بتطبيق القانون في مجال علم الاقتصاد ، بحيث يكون التدفق التجارى بين دولتين يتناسب طرديا مع حاصل ضرب إجمالي الناتج المحلى للدولتين ، وعكسيا مع مربع المسافة الجغرافية بين عاصمة تلك الدولتين او المدن الرئيسية فيها ، وهو ما يمكن صياغته في الشكل الرياضى في المعادلة رقم (١) كما يلى :

$$Y_{ij} = B_0 \frac{GDP_i^{B_1} GDP_j^{B_2}}{Dist_{ij}^{B_3}}$$

$$= B_0 GDP_i^{B_1} GDP_j^{B_2} Dist_{ij}^{-B_3} \quad (1)$$

وياخذ لوغاريتم الطرفين ، يتم تحويلها الى دالة خطية في المعادلات على شكل دالة لوغاريتمية مزدوجة في المعادلة رقم (٢) كالتالى :

$$\ln Y_{ij} = B_0 + B_1 \ln GDP_i + B_2 \ln GDP_j - B_3 \ln Dist_{ij} + e_{ij} \quad (2)$$

حيث تمثل (e_{ij}) الخطا العشوائى لمعادلة الانحدار

ويطلق على المعادلة رقم (٢) نموذج الجاذبية الاساسى (Basic Gravity Model (BGM)

ثم أضاف لينمان عدد سكان الدولتين و اطلق عليه نموذج الجاذبية المعدل Augmented Gravity Model (A G M) كما يظهر بالمعادلة رقم (3) كالتالى :

$$\ln Y_{ij} = B_0 + B_1 \ln PCGDP_i + B_2 \ln PCGDP_j - B_3 \ln Dist_{ij} + e_{ij} \quad (3)$$

حيث :

- . Y_{ij} : التدفق التجارى للدولة (i) الى او من الدولة (j) .
- . GDP_i ، GDP_j : إجمالي الناتج المحلى في الدولتين (i,j).
- . $Dist_{ij}$: المسافة الجغرافية بين الدولتين (i,j).
- . $PCGDP_i$ ، $PCGDP_j$: نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلى في الدولتين (i,j).

و بما ان نموذج الجاذبية ذا صورة لوغاريتمية مزدوجة ، فان معاملات الانحدار هي نفسها المرونات ، ولا بد ان تتفق إشارات تلك المرونات مع المنطق الاقتصادى ، حيث ان إجمالي الناتج المحلى او نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلى ذو علاقة طردية والمسافة ذات علاقة عكسية وذلك مع المتغير التابع وهو كمية الصادرات .

وقد اعتمد البحث على بيانات التجارة العالمية من موقع الأمم المتحدة UN Comtrade وموقع منظمة الأغذية والزراعة FOA State .

النتائج البحثية:

- الإنتاج العالمى من العنب :

توضح البيانات الواردة بالجدول رقم (١) أن الصين تحتل المرتبة الأولى بين دول العالم المنتجة للعنب ، حيث بلغ متوسط إنتاجها حوالي ١٢٥٩٤ ألف طن في متوسط الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧)، تمثل نحو ١٧٪ من متوسط إنتاج العالم والبالغ حوالي ٧٥٤٧٥ ألف طن لنفس الفترة، ثم تأتي إيطاليا في المرتبة الثانية، حيث بلغ متوسط إنتاجها حوالي ٧٦٤٦ ألف طن، تمثل نحو ١٠٪ من متوسط إنتاج العالم، تليها الولايات

المتحدة الأمريكية في المرتبة الثالثة حيث بلغ متوسط إنتاجها حوالي ٧١٧٠ ألف طن، تمثل نحو ٩,٥% من متوسط إنتاج العالم، ثم تليها دول اسبانيا، فرنسا، تركيا، في المرتبة الرابعة، الخامسة، السادسة علي الترتيب، حيث بلغ متوسط إنتاجها حوالي ٦١٦٨، ٦٠٣٣، ٤٠٠٧ ألف طن تمثل نحو ٨,٢%، ٨%، ٥,٣% من متوسط إنتاج العالم لكل منها علي الترتيب خلال نفس الفترة موضع الدراسة، واحتلت دول الهند، شيلي، الأرجنتين، إيران، جنوب أفريقيا، استراليا، المرتبة السابعة، الثامنة، التاسعة، العاشرة، الحادية عشر، والثانية عشر، على الترتيب، حيث بلغ متوسط إنتاجها حوالي ٢٦٣٦,٥، ٢٤٦١، ٢٣٢٩,٢، ٢٢٧٩,٨، ١٩٨٧,١، ١٧٢٩,٢ ألف طن مثل نحو ٣,٥%، ٣,٣%، ٣,١%، ٣%، ٢,٦%، ٢,٣% من متوسط إنتاج العالم لكل منها علي الترتيب خلال نفس الفترة موضع الدراسة، واحتلت مصر المرتبة الثالثة عشر من بين أهم الدول المنتجة للعنب علي مستوي العالم، حيث بلغ متوسط إنتاجها حوالي ١٦٢٢,٤ ألف طن، يمثل نحو ٢,١% من متوسط الإنتاج العالمي من العنب خلال متوسط الفترة (٢٠١٧-٢٠١٣).

جدول رقم (١): الأهمية النسبية لأهم الدول المنتجة والمصدرة للعنب في العالم في متوسط الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧).

الترتيب	الإنتاج		الصادرات		الدولة المصدرة	الأهمية النسبية %	الدولة المنتجة	الترتيب
	كمية الإنتاج ألف طن	الأهمية النسبية %	كمية الصادرات ألف طن	قيمة الصادرات مليون دولار				
١	١٢٥٩٤,٤	١٦,٧	٧٥٠,٢	١٤١١	شيلي	١٦,٧	الصين	١
٢	٧٦٤٥,٦	١٠,١	٤٨٢,٣	٧٧٨,٥	إيطاليا	١٠,١	إيطاليا	٢
٣	٧١٧٠,٤	٩,٥	٤١٦,٥	٩٦٨,٤	أمريكا	٩,٥	أمريكا	٣
٤	٦١٦٨	٨,٢	٣٠٩,٦	٤٧٩,٢	جنوب أفريقيا	٨,٢	أسبانيا	٤
٥	٦٠٣٣,٤	٨	٢٦٤,٧	٦٢١,٤	بيرو	٨	فرنسا	٥
٦	٤٠٠٧,٤	٥,٣	٢٥٧,٦	٦٦٤,٣	هولندا	٥,٣	تركيا	٦
٧	٢٦٣٦,٥	٣,٥	٢١٧,٤	١٦٦,٢	تركيا	٣,٥	الهند	٧
٨	٢٤٦١	٣,٣	١٩٤,٨	٥٥٧,٦	الصين	٣,٣	شيلي	٨
٩	٢٣٢٩,٢	٣,١	١٧٤,٨	٣٣٢,٤	هونج كونج والصين	٣,١	الأرجنتين	٩
١٠	٢٢٧٩,٨	٣	١٤٧,١	٣٢٧,٤	أسبانيا	٣	إيران	١٠
١١	١٩٨٧,١	٢,٦	١٣٨,٦	٢٠٧,٢	الهند	٢,٦	جنوب أفريقيا	١١
١٢	١٧٢٩,٢	٢,٣	١٢٤,٣	١٢٥	المكسيك	٢,٣	استراليا	١٢
١٣	١٦٢٢,٤	٢,١	١٠٨,٦	٢٢٣,٤	مصر	٢,١	مصر	١٣
١٤	١٥٠٧,٦	٢	٨٧,٢٢	١٥٤,٤	اليونان	٢	اوزبكستان	١٤
١٥	١٤٥٧,٦	٢	٥٣	٢٢,٦	جزر المالديف	٢	برازيل	١٥
١٦	١١٦٤,٨	١,٥	٤٥,٤	٥٧,٨	المغرب	١,٥	ألمانيا	١٦
١٧	٩٦١,٤	١,٣	٣٦,٢	٨٠,٧	البرازيل	١,٣	اليونان	١٧
١٨	٨٧٤,٨	١,٢	٣٣,٨	١٥,٨	فرنسا	١,٢	رومانيا	١٨
١٩	٨٤٤,٧	١,١	٣٠,٤	٦٩,٣	ألمانيا	١,١	برتغال	١٩
٢٠	٥٧٥,٧	٠,٨	٢٥,٣	٣٣,١	نيبال	٠,٨	بيرو	٢٠
٢١	٩٤٢٣,٩	١٢,٥	٢٠٣,٧٨	٢٧٤,٧	أخرى	١٢,٥	أخرى	٢١
	٧٥٤٧٤,٧	١٠٠	٤١٩٨	٧٧٩٤,٤	إجمالي العالم	١٠٠	إجمالي العالم	

المصدر: جمعت وحسبت من:

١ - شبكة المعلومات الدولية، موقع منظمة الأغذية والزراعة www.faostat.org

٢ - شبكة المعلومات الدولية، موقع الأمم المتحدة www.Contrade.UN.org

- الصادرات العالمية من العنب:

توضح البيانات الواردة بالجدول رقم (١) أن شيلي احتلت المرتبة الأولى بين دول العالم المصدرة للعنب، حيث بلغ متوسط كمية صادراتها حوالي ٧٥٠ ألف طن، تمثل نحو ١٧,٩% من متوسط صادرات العالم والبالغ حوالي ٤١٩٨ ألف طن في متوسط الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧)، ثم تأتي إيطاليا في المرتبة الثانية

حيث بلغ متوسط كمية صادراتها حوالي ٤٨٢,٣ ألف طن، تمثل نحو ١١,٥٪ من متوسط كمية صادرات العالم، ثم يليها من حيث الترتيب كل من الولايات المتحدة الأمريكية، جنوب أفريقيا، بيرو، هولندا، تركيا، الصين، هونج كونج، إسبانيا، الهند، المكسيك، في المرتبة الثالثة، الرابعة، الخامسة، السادسة، السابعة، الثامنة، التاسعة، العاشرة، الحادية عشر، والثانية عشر على الترتيب، حيث يمثل متوسط صادراتها حوالي ٣٠٩,٦، ٤١٦,٥، ٢٦٤,٧، ٢٥٧,٦، ٢١٧,٤، ١٩٤,٨، ١٧٤,٨، ١٤٧,١، ١٣٨,٦، ١٢٤,٣ ألف طن تمثل نحو ٩,٩٪، ٧,٤٪، ٦,٣٪، ٦,١٪، ٥,٢٪، ٤,٦٪، ٤,٢٪، ٣,٥٪، ٣,٣٪، ٢,٩٪ من متوسط صادرات العالم لكل منها علي الترتيب خلال نفس الفترة.

تليها مصر في المرتبة الثالثة عشر حيث بلغ متوسط كمية صادراتها حوالي ١٠٨,٦ ألف طن، تمثل نحو ٢,٦٪ من متوسط صادرات العالم، خلال نفس الفترة.

تطور إنتاج وصادرات مصر من العنب:

بدراسة تطور كل من كمية الإنتاج والصادرات المصرية من العنب خلال الفترة (٢٠٠٥-٢٠١٧)،

كما هو موضح بالجدول رقم (٢) والتحليل الإحصائي بالجدول رقم (٣) تبين ما يلي:

أن كمية الإنتاج من العنب خلال الفترة موضع الدراسة قد تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي ١٣٢١ ألف طن عام ٢٠١١، وحد أعلى بلغ حوالي ١٧٠٣ ألف طن عام ٢٠١٧، أي بزيادة تعادل نحو ٢٢٪ عن الحد الأدنى، ونحو ١٤,٢٪ عن متوسط الإنتاج الكلي للمحصول، والذي يقدر بحوالي ١٤٩١ ألف طن خلال الفترة موضع الدراسة. وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لكمية الإنتاج من العنب، يتبين من المعادلة رقم (١) بالجدول رقم (٣)، أن كمية الإنتاج من العنب خلال الفترة موضع الدراسة قد تزايدت بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ حوالي ٢٣,٧ ألف طن، أي ما يعادل نحو ١,٦٪ من متوسط الإنتاج الكلي من العنب والبالغ حوالي ١٤٩١ ألف طن.

كما تبين أن الكمية المصدرة من العنب وقد تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي ٢٤,٦ ألف طن عام ٢٠٠٥ وحد أعلى بلغ حوالي ١٣٦ ألف طن عام ٢٠٠٩، أي بزيادة تعادل نحو ٤٥١٪ عن الحد الأدنى، ونحو ٦٥,٤٪ من متوسط كمية الصادرات من العنب، والمقدر بحوالي ٨١,٩٩ ألف طن وذلك خلال الفترة موضع الدراسة. وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لكمية الصادرات من العنب، يتبين من المعادلة رقم (٢) بالجدول رقم (٣) أن كمية الصادرات من العنب خلال الفترة موضع الدراسة قد تزايدت بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ حوالي ٧,٤٩ ألف طن، أي ما يعادل نحو ٩,١٪ من متوسط كمية الصادرات من العنب خلال نفس الفترة.

وتبين أيضاً أن قيمة الصادرات من العنب قد تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي ١٦,٨٣ مليون دولار عام ٢٠٠٥، وحد أقصى بلغ حوالي ٢٤٥,١ مليون دولار عام ٢٠١٤، أي بزيادة تعادل نحو ١٣٥٦٪ عن الحد الأدنى، ونحو ٥٣٪ من متوسط قيمة الصادرات للمحصول والذي يقدر بحوالي ١٦٠,٢٧ مليون دولار خلال متوسط الفترة موضع الدراسة، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لقيمة الصادرات من العنب، يتبين من المعادلة رقم (٣) بالجدول رقم (٣)، أن قيمة الصادرات من العنب قد تزايدت بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ حوالي ١٩,١ مليون دولار، أي ما يعادل نحو ١١,٩٪ من متوسط قيمة الصادرات من العنب خلال الفترة موضع الدراسة. كما تبين أن أسعار تصدير الطن من العنب قد أتسمت بالتذبذب بين الارتفاع والانخفاض من عام لآخر، وقد تراوحت بين حد أدنى بلغ حوالي ٠,٦٨٤ ألف دولار عام ٢٠٠٥ وحد أعلى بلغ حوالي ٣,٣٧٠ ألف دولار عام ٢٠١١، أي بزيادة تعادل نحو ٣٩٣٪ عن الحد الأدنى، ونحو ٨٣,٦٪ عن متوسط سعر تصدير الطن من العنب، والمقدر بحوالي ١,٨٣٥ ألف دولار وذلك خلال الفترة موضع الدراسة. وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لسعر تصدير الطن من العنب، يتبين من المعادلة رقم (٤)

بالجدول رقم (٣) ان سعر تصدير الطن من العنب خلال الفترة موضع الدراسة قد تزايد بمقدار سنوي معنوي إحصائياً بلغ حوالي ٠,١٦ ألف دولار ، أي ما يعادل نحو ٥,٨ ٪ من متوسط سعر تصدير الطن من العنب خلال نفس الفترة.

جدول رقم (٢): تطور كمية إنتاج وقيمة و سعر صادرات العنب المصري خلال الفترة (٢٠١٧/٢٠٠٥) .

السنة	كمية الإنتاج ألف طن	كمية الصادرات ألف طن	قيمة الصادرات مليون دولار	سعر الطن لصادرات العنب الف دولار
٢٠٠٥	١٣٩١,٧٤	٢٤,٦	١٦,٨٣	٠,٦٨٤
٢٠٠٦	١٤٣١,٩٧	٢٧,٨	٢١,٩٢	٠,٧٨٨
٢٠٠٧	١٤٨٥,٠١	٥٣,٧	٥٩,٦٩	١,١١٢
٢٠٠٨	١٥٣١,٤٢	٤٩,٧٤	٩١,٩٣	١,٨٤٨
٢٠٠٩	١٣٧٠,٢٤	١٣٥,٥٩	٢٢٥,٣٨	١,٦٦٢
٢٠١٠	١٣٦٠,٥٢	٥٢,٨٦	١١٥,٠١	٢,١٧٦
٢٠١١	١٣٢٠,٨	٦٢,٣٣	٢١٠,٠٦	٣,٣٧٠
٢٠١٢	١٣٧٨,٨٢	١١٦,٠٥	٢٢٤,٣١	١,٩٣٣
٢٠١٣	١٤٣٤,٦٧	٨٨,١٤	١٨٣,٣٦	٢,٠٨٠
٢٠١٤	١٥٩٦,١٧	١١٣,٤٩	٢٤٥,٠٨	٢,١٦٠
٢٠١٥	١٦٨٦,٧١	١١٥,٩١	٢٤٢,٩٠	٢,٠٩٦
٢٠١٦	١٦٩١,١٩	١١٣,١٣	٢١٢,٧٦	١,٨٨١
٢٠١٧	١٧٠٣,٣٩	١١٢,٥٣	٢٣٢,٩٦	٢,٠٧٠
المتوسط	١٤٩٠,٩٧	٨١,٩٩	١٦٠,٢٧	١,٨٣٥

المصدر: جمعت وحسبت من:

١- شبكة المعلومات الدولية، موقع منظمة الاغذية والزراعة خطأ! مرجع الارتباط التشعبي غير صالح.

٢- بيانات التجارة العالمية من موقع الأمم المتحدة www.Contrade.UN.org .

جدول رقم (٣): معادلات الاتجاه الزمني العام لتطور إنتاج وصادرات العنب المصري خلال الفترة (٢٠١٧-٢٠٠٥) .

م	الظاهرة	المعادلة	مقدار التغير السنوي	ر	ر-	ف
١	كمية إنتاج العنب (ألف طن)	ص ^ا = ١٣٢٥,٠٣٩ + ٢٣,٧٠٥*س ^{هـ} (٣,٠١٧)	٢٣,٧٠٥	٠,٤٥	٠,٤٠	*٩,١٠
٢	كمية الصادرات (ألف طن)	ص ^ا = ٢٩,٥٨٢ + ٧,٤٨٧*س ^{هـ} (٣,٩٤٢)	٧,٤٨٧	٠,٥٩	٠,٥٥	**١٥,٥٤
٣	قيمة الصادرات (مليون دولار)	ص ^ا = ٢٦,٧٦٤ + ١٩,٠٥٨*س ^{هـ} (٥,٥٢٠)	١٩,١	٠,٧٤	٠,٧١	**٣٠,٤٧
٤	سعر الصادرات (ألف دولار)	ص ^ا = ١,٠٩٥ + ٠,١٠٦*س ^{هـ} (٢,٤٥٥)	٠,١٠٦	٠,٣٥	٠,٣٠	*٦,٠٢٩

حيث ص^ا = القيمة التقديرية للظاهرة موضع الدراسة في السنة هـ

س^{هـ} = متغير الزمن حيث هـ = (١ ، ٢ ، ٣ ، ... ، ١٣).

() = الأرقام بين الأقواس تشير إلى قيمة "ت" المحسوبة.

** معنوي عند مستوي ١٪ * معنوي عند مستوي ٥٪

المصدر: حسبت من بيانات الجدول رقم (٢).

التوزيع الجغرافي للصادرات المصرية من العنب :

تشير بيانات التوزيع الجغرافي للصادرات المصرية من العنب إلي أهم الدول المستوردة له خلال متوسط الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) والمبينة بالجدول رقم (٤)، أن كمية الصادرات المصرية من العنب بلغت

دراسة اقتصادية لتنافسية العنب المصري في أهم أسواقه الخارجية

٦٣٦

حوالي ١٠٨,٦ ألف طن، بقيمة بلغت حوالي ٢٢٣,٤ مليون دولار كمتوسط للفترة موضع الدراسة، وتبين من الجدول أن إنجلترا تأتي في المرتبة الأولى من حيث الدول المستوردة للعنب المصري، فقد بلغ متوسط كمية وارداتها من العنب المصري حوالي ٣١,٥ ألف طن تمثل نحو ٢٩٪ من متوسط إجمالي كمية صادرات مصر بمتوسط قيمة بلغ حوالي ٦٩,٠٣ مليون دولار تمثل نحو ٣١٪ من متوسط إجمالي قيمة الصادرات المصرية من العنب خلال الفترة موضع الدراسة. تأتي هولندا في المرتبة الثانية من بين الدول المستوردة للعنب، حيث بلغ متوسط الكمية المصدرة إليها حوالي ٢٤,٨ ألف طن، تمثل نحو ٢٣٪ من متوسط إجمالي الكمية المصدرة من العنب المصري، بمتوسط قيمة بلغ حوالي ٤٩,٣ مليون دولار تمثل نحو ٢٢٪ من متوسط إجمالي قيمة الصادرات المصرية من العنب خلال الفترة موضع الدراسة. احتلت ألمانيا المرتبة الثالثة، حيث بلغ متوسط الكمية المصدرة إليها حوالي ٩,١ ألف طن تمثل نحو ٨,٤٪ من متوسط إجمالي الكمية المصدرة من العنب المصري بمتوسط قيمة بلغ ٢٠,٧ مليون دولار تمثل نحو ٩,٣٪ من متوسط إجمالي قيمة الصادرات المصرية خلال الفترة موضع الدراسة، كما توضح بيانات نفس الجدول أن روسيا والسعودية احتلتا المرتبتين الرابعة والخامسة بمتوسط كمية بلغ حوالي ٨,٤، ٦,١ ألف طن، تمثل نحو ٧,٨٪، ٥,٦٪ من متوسط إجمالي كمية الصادرات المصرية من العنب، وبمتوسط قيمة بلغ حوالي ١٦,٥، ٨,٢ مليون دولار تمثل، نحو ٧,٤٪، ٣,٧٪ من متوسط إجمالي قيمة الصادرات المصرية خلال الفترة موضع الدراسة لكل منهما علي الترتيب، وجاءت أسواق كل من الإمارات، إيطاليا، بلجيكا، عمان، الكويت، ليبيا، سلوفينيا، جنوب أفريقيا، زنجبار، ماليزيا، في المراكز من السادس إلي الخامس عشر، حيث بلغ متوسط إجمالي كمية الصادرات المصرية من العنب إليها حوالي نحو ٤,١٪، ٣,٥٪، ١,٩٪، ١,٧٪، ١,٧٪، ١,٦٪، ١,١٪، ١,١٪ من متوسط إجمالي كمية الصادرات المصرية من العنب، وبمتوسط قيمة بلغ حوالي ٣,٨، ٨,٥، ٨,٥، ٤,١، ٤,٨، ٣,٧، ٣,٦، ٣,٩، ٣,٨، ٢,٥، ٢,٣ مليون دولار، تمثل نحو ٣,٨٪، ٢,١٪، ١,٨٪، ١,٧٪، ١,٨٪، ١,٧٪، ١,٦٪، ١,٨٪، ١,١٪ من متوسط قيمة الصادرات المصرية من العنب لكل منها علي الترتيب خلال متوسط الفترة موضع الدراسة

جدول رقم (٤): التوزيع الجغرافي لصادرات العنب المصري إلي أهم الدول المستوردة لها خلال متوسط

الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧).

الدولة	الكمية المصدرة طن	٪ من إجمالي صادرات مصر	قيمة الصادرات ألف دولار	٪ من إجمالي صادرات مصر	السعر التصديري دولار/طن
إنجلترا	٣١٤٩٢,٥	٢٩	٦٩٠٣٦,٦	٣١	٢١٩٢
هولندا	٢٤٧٧٩,٦	٢٢,٨	٤٩٢٩٩,٢	٢٢,١	١٩٩٠
ألمانيا	٩١٢٠,٥	٨,٤	٢٠٧٣٠,٥	٩,٣	٢٢٧٣
روسيا	٨٤٤٥,٢	٧,٨	١٦٥٤٥	٧,٤	١٩٥٩
السعودية	٦١٠٠,٨	٥,٦	٨٢٣٧,٨	٣,٧	١٣٥٠
الإمارات	٤٤١١,٩	٤,١	٨٥٣٣	٣,٨	١٩٣٤
إيطاليا	٣٧٥٧,٦	٣,٥	٨٥٠٥,٥	٣,٨	٢٢٦٤
بلجيكا	٢٠٧٣,٦	١,٩	٤٧٦٢,٧	٢,١	٢٢٩٧
عمان	٢٠٢١,٢	١,٩	٤٠٦٥,٢	١,٨	٢٠١١
الكويت	١٨٩٦,٤	١,٧	٣٧١٠,١	١,٧	١٩٥٦
ليبيا	١٨٧٩	١,٧	٣٦٢١,٩	١,٦	١٩٢٨
سلوفينيا	١٨٤٢,٦	١,٧	٣٩٧١,٦	١,٨	٢١٥٥
جنوب أفريقيا	١٧١١,٣	١,٦	٣٨٤٩,٣	١,٧	٢٢٤٩
زنجبار	١٢٠٨,٥	١,١	٢٥٤٣,٦	١,١	٢١٠٥
ماليزيا	١١١٩,٧	١	٢٢٨٢,١	١	٢٠٣٨
أخرى	٦٧٧٧,٨	٦,٢	١٣٧١٥,٨	٦,١	-
الإجمالي	١٠٨٦٣٨,٢	١٠٠	٢٢٣٤٠٩,٩	١٠٠	-

المصدر: جمعت وحسبت من: شبكة المعلومات الدولية، موقع الأمم المتحدة www.comtrade.un.org

- الموقف التنافسي لصادرات العنب المصري في أهم الأسواق العالمية :

يتضح مما سبق أن كل من السوق الانجليزي، الهولندي ، الروسي، الألماني ، الإماراتي ، الكويتي ، العماني ، من أهم أسواق العالم المستوردة للعنب المصري وذلك خلال متوسط الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧)، لذلك سوف يتم تحليل الوضع التنافسي لصادرات العنب في هذه الأسواق الرئيسية وذلك من خلال قسامين رئيسيين، حيث يتم أولاً تقدير مؤشرات التنافسية لصادرات مصر والدول المنافسة في كل سوق خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) ، ويتم ثانياً عرض نتائج تقدير نموذج الجاذبية لصادرات العنب المصري الى هذه الأسواق خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) .

أولاً - مؤشرات تنافسية صادرات العنب في الأسواق موضع الدراسة:

(أ) السوق الانجليزي: تم تقدير مؤشرات التنافسية لصادرات العنب لمصر وأهم الدول المنافسة لها في السوق الانجليزي علي النحو التالي:

١- النصيب السوقي للدول المتنافسة في السوق الانجليزي: توضح بيانات الجدول رقم (٥) أن جنوب أفريقيا تحتل المرتبة الأولى في السوق الانجليزي من حيث النصيب السوقي، حيث تمثل صادراتها نحو ٢٤٪ من متوسط إجمالي واردات إنجلترا والذي بلغ حوالي ٢٦٢,٥ ألف طن، احتلت شيلي المرتبة الثانية حيث يمثل متوسط صادراتها نحو ١٤٪ من متوسط إجمالي واردات إنجلترا، ثم يليها اسبانيا في المرتبة الثالثة بنحو ١٣٪ من متوسط إجمالي واردات إنجلترا، ثم جاءت مصر في المرتبة الرابعة بنحو ٧٪ من متوسط إجمالي واردات إنجلترا ، ثم يليها الهند في المرتبة الخامسة بنحو ٥٪ من متوسط إجمالي كمية واردات إنجلترا وذلك خلال الفترة موضع الدراسة .

٢- تنافسية سعر التصدير: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن تنافسية سعر التصدير قد بلغت نحو ٨٤٢,٠٠, ٥٠٥,٠٠, ٣١١,٠٠, ٢٨٦,٠٠, ١٧٧,٠٠ لكل من الهند ، شيلي ، اسبانيا ، جنوب أفريقيا، مصر علي الترتيب، مما يدل علي أن مصر لا تتمتع بميزة تنافسية سعريه بالنسبة للدول المنافسة في هذا السوق.

٣- السعر النسبي: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أيضاً أن السعر النسبي قد بلغ نحو ١,٢٠, ١,١٠, ١,٠٢ لكل من الهند ، شيلي، اسبانيا ، جنوب أفريقيا، علي الترتيب، أي أن مصر لا تتمتع بميزة نسبية سعريه إذا ما قورنت بأسعار الهند ، شيلي، اسبانيا ، جنوب أفريقيا.

٤- تنافسية كمية الإنتاج: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥)، أن تنافسية كمية الإنتاج قد بلغت نحو ٢٣٠,٠٠, ١٧٨,٠٠, ٠,٨٠ لكل من اسبانيا ، الهند ، شيلي ، جنوب أفريقيا ، مصر علي الترتيب، حيث تبين ان اسبانيا تميزت في هذا المؤشر عن باقي الدول المنافسة في هذا السوق .

٥- الأهمية النسبية للصادرات: يتضح من بيانات نفس الجدول (٥)، أن الأهمية النسبية لصادرات العنب بلغت نحو ٢٣٪ ، ٢٠٪، ١٦٪ ، ١٠٪ ، ٥٪ لكل من اسبانيا ، جنوب أفريقيا ، مصر، الهند ، شيلي علي الترتيب، حيث تبين أن اسبانيا تميزت في هذا المؤشر عن باقي الدول المنافسة في السوق تليها جنوب أفريقيا، مصر.

٦- معدل اختراق السوق للدول المتنافسة في السوق الانجليزي: يتضح من بيانات نفس الجدول السابق ذكره، أن معدل اختراق السوق قد بلغ نحو ٢٤٢,٠٠, ١٣٩,٠٠, ١٣٢,٠٠, ٠,٦٨, ٠,٥٦ لكل من جنوب أفريقيا، شيلي، اسبانيا، مصر ، الهند علي الترتيب ، أي أن مصر تحتل المركز الرابع في هذا المؤشر مما يدل على المنافسة الشديدة التي تواجه صادرات مصر من العنب في هذا السوق .

- (ب) السوق الهولندي: تم تقدير مؤشرات التنافسية لصادرات العنب لمصر وأهم الدول المنافسة لها في السوق الهولندي علي النحو التالي:
- ١- النصيب السوقي للدول المتنافسة في السوق الهولندي: توضح بيانات الجدول رقم (٥) أن جنوب أفريقيا تحتل المرتبة الأولى في السوق الهولندي من حيث النصيب السوقي، حيث تمثل صادراتها نحو ٢٩٪ من متوسط إجمالي واردات هولندا خلال الفترة موضع الدراسة والذي بلغ حوالي ٣٠٥ ألف طن، احتلت شيلي المرتبة الثانية، حيث يمثل متوسط صادراتها نحو ١٦٪ من متوسط إجمالي واردات هولندا ثم يليها الهند في المرتبة الثالثة بنحو ١٢٪ من متوسط إجمالي واردات هولندا ثم جاءت كل من بيرو، مصرفي المراكز من الرابع و الخامس ، حيث تمثل صادراتها نحو ١١٪، ٦٪، لكل منها علي الترتيب من متوسط إجمالي واردات هولندا خلال الفترة موضع الدراسة.
- ٢- تنافسية سعر التصدير: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن تنافسية سعر التصدير قد بلغت نحو ١، ٠،٦٣٨ ، ٠،٥١٢ ، ٠،٢٩٧ ، ٠،٠٦٨ ، لكل من الهند ، شيلي، مصر، جنوب أفريقيا ، بيرو علي الترتيب.
- ٣- السعر النسبي: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن السعر النسبي قد بلغ نحو ١،١٩ ، ١،٠٣ ، ٠،٩٠ ، ٠،٨٢ ، لكل من الهند ، شيلي ، جنوب أفريقيا ، بيرو علي الترتيب، وعلي ذلك فمصر تتمتع بميزة نسبية سعرية مقارنة بصادرات العنب لجنوب أفريقيا وبيرو فقط في هذا السوق.
- ٤- تنافسية كمية الإنتاج: يتضح من نفس بيانات الجدول السابق، أن تنافسية كمية الإنتاج قد بلغت نحو ٠،٨٦٩ ، ٠،٧٧١ ، ٠،٧٢٤ ، ٠،٤٩٠ ، ٠،١٠٤ ، لكل من شيلي، الهند، جنوب أفريقيا، مصر، بيرو علي الترتيب.
- ٥- الأهمية النسبية للصادرات: يتضح من بيانات نفس الجدول، أن الأهمية النسبية لصادرات العنب قد بلغت نحو ٢٨٪، ٢٦٪، ١٦٪، ١٣٪، ٧٪ لكل من جنوب أفريقيا، الهند ، مصر ، بيرو ، شيلي علي الترتيب.
- ٦- معدل اختراق السوق للدول المتنافسة في السوق الهولندي: يتضح من بيانات نفس الجدول (٥)، أن معدل اختراق السوق قد بلغ نحو ٠،٨٣٦ ، ٠،٠٤٨ ، ٠،٧٦٠ ، ٠،٧١١ ، ٠،٣٦٤ ، لكل من جنوب أفريقيا، شيلي ، الهند ، بيرو ، مصر علي الترتيب، أي أن مصر تحتل المركز الخامس في هذا المؤشر، مما يعكس المنافسة الشديدة التي تواجه صادرات مصر من العنب في هذا السوق .
- (ج) السوق الروسي: تم تقدير مؤشرات التنافسية في السوق الروسي علي النحو التالي:
- ١- النصيب السوقي: توضح بيانات الجدول رقم (٥) أن تركيا تحتل المرتبة الأولى في السوق الروسي من حيث النصيب السوقي، حيث تمثل صادراتها نحو ٣٩٪ من متوسط إجمالي واردات روسيا خلال الفترة موضع الدراسة والذي بلغ حوالي ٣٠٣ ألف طن، احتلت جزر المالديف المرتبة الثانية حيث يمثل متوسط صادراتها نحو ١١٪ من متوسط إجمالي واردات روسيا ، ثم تليها شيلي في المرتبة الثالثة بنحو ٧٪ من متوسط إجمالي واردات روسيا ، ثم جاءت كل من الهند ، بيرو ، أوزبكستان ، جنوب أفريقيا ، أرمينيا ، مصر في المراكز من الرابع إلي التاسع ، حيث تمثل صادراتها نحو ٦٪، ٥٪، ٥٪، ٤٪ ، ٤٪ لكل منهم علي الترتيب من متوسط إجمالي واردات روسيا خلال الفترة موضع الدراسة.
- ٢- تنافسية سعر التصدير: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن تنافسية سعر التصدير قد بلغت نحو ٠،٨٦٠ ، ٠،٧٥١ ، ٠،٤١٤ ، ٠،٣٦٠ ، ٠،٠٩٦ ، ٠،٠٩٤ ، ٠،٠٨٥ ، ٠،٠٥٣ ، ٠،٠٣٤ ، لكل من أرمينيا، جزر المالديف ، أوزبكستان ، تركيا ، جنوب أفريقيا ، الهند ، شيلي ، مصر ، بيرو علي الترتيب.

٣- السعر النسبي: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن السعر النسبي قد بلغ نحو ٢,٨٨ ، ٢,١٤ ، ١,٦٩ ، ١,٥٥ ، ١,٠٩ ، ١,٠٩ ، ١,٠٧ ، ٠,٩٩ ، لكل من ارمينيا ، جزر المالديف ، اوزبكستان ، تركيا ، جنوب أفريقيا ، الهند ، شيلي ، بيرو علي الترتيب، وعلي ذلك فمصر تتمتع بميزة نسبية سعرية مقارنة بعنبر بيرو في هذا السوق.

٤- تنافسية كمية الإنتاج: يتضح من نفس بيانات الجدول (٥)، أن تنافسية كمية الإنتاج قد بلغت ١ ، ٠,٦٣٧ ، ٠,٥٩٤ ، ٠,٤٦٥ ، ٠,٣٦٨ ، ٠,٣٣٧ ، ٠,٠٩٥ ، ٠,٠٨٩ ، صفر لكل من تركيا، الهند ، شيلي ، جنوب أفريقيا، مصر ، جزر المالديف ، بيرو ، ارمينيا علي الترتيب

٥- الأهمية النسبية للصادرات: يتضح من بيانات نفس الجدول أن الأهمية النسبية لصادرات العنبر قد بلغت نحو ٦٣٪ ، ٥٥٪ ، ١٢٪ ، ١٠٪ ، ٩٪ ، ٦٪ ، ٤٪ ، ٣٪ لكل من جزر المالديف ، تركيا ، الهند ، ارمينيا ، مصر، بيرو ، جنوب أفريقيا، شيلي علي الترتيب.

٦- معدل اختراق السوق: يتضح من بيانات نفس الجدول، أن معدل اختراق السوق قد بلغ نحو ٠,٢٤٢ ، ٠,١٣٩ ، ٠,١٣٢٠ ، ٠,٠٥٦ ، لكل من جنوب أفريقيا، شيلي ، أسبانيا، مصر، الهند علي الترتيب، أي أن مصر تحتل المركز الرابع في هذا المؤشر، مما يعكس ضعف قدرة العنبر المصري علي اختراق السوق الروسي مقارنة بالدول المنافسة.

(د) السوق الألماني: تم تقدير مؤشرات التنافسية في السوق الألماني علي النحو التالي:

١- النصيب السوقي: توضح بيانات الجدول رقم (٥) أن إيطاليا تحتل المرتبة الأولى في السوق الألماني من حيث النصيب السوقي، حيث تمثل صادراتها نحو ٤١ % من متوسط إجمالي واردات ألمانيا خلال متوسط الفترة موضع الدراسة والذي بلغ حوالي ٣٢٥ ألف طن، احتلت جنوب أفريقيا المرتبة الثانية، حيث يمثل متوسط صادراتها نحو ١٢٪ من متوسط إجمالي واردات ألمانيا، ثم تليها أسبانيا، في المرتبة الثالثة بنحو ٩٪ من متوسط إجمالي واردات ألمانيا ، ثم جاءت كل من اليونان ، الهند ، شيلي ، تركيا ، مصر في المراكز من الرابع إلي الثامن ، حيث تمثل صادراتها نحو ٩٪ ، ٦٪ ، ٦٪ ، ٤٪ ، ٤٪ لكل منهم علي الترتيب من متوسط إجمالي واردات ألمانيا خلال متوسط الفترة موضع الدراسة.

٢- تنافسية سعر التصدير: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن تنافسية سعر التصدير قد بلغت نحو ١ ، ٠,٣٤٤ ، ٠,٢٩٧ ، ٠,١٥١ ، ٠,١٠١ ، ٠,١٠٠ ، ٠,٠٥٥ ، ٠,٠٤٤ ، لكل من تركيا ، اليونان ، إيطاليا، الهند ، شيلي ، اسبانيا ، مصر ، جنوب أفريقيا علي الترتيب .

٣- السعر النسبي: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن السعر النسبي قد بلغ نحو ١,٤٠ ، ١,٣٩ ، ١,٢٨ ، ١,٢٠ ، ١,١٨ ، ١,١٤ ، ١,٠٦ ، ١ لكل من إيطاليا ، اليونان ، تركيا ، اسبانيا ، جنوب أفريقيا ، الهند ، شيلي ، مصر علي الترتيب، وعلي ذلك فمصر لا تتمتع بميزة نسبية سعرية مقارنة بأسعار الدول المنافسة في السوق .

٤- تنافسية كمية الإنتاج: يتضح من نفس بيانات الجدول السابق، أن تنافسية كمية الإنتاج قد بلغت نحو ١ ، ٠,٧٧٩ ، ٠,٥٤٩ ، ٠,٢٥٢ ، ٠,٢٢٤ ، ٠,١٥٣ ، ٠,٠٩٩ ، صفر لكل من إيطاليا ، أسبانيا، تركيا ، الهند ، شيلي ، جنوب أفريقيا، مصر ، اليونان علي الترتيب.

٥- الأهمية النسبية للصادرات: يتضح من بيانات نفس الجدول، أن الأهمية النسبية لصادرات العنبر قد بلغت نحو ٣٣٪ ، ٢٨٪ ، ٢٠٪ ، ١٤٪ ، ١٢٪ ، ١١٪ ، ٦٪ ، ٢٪ لكل من اليونان ، إيطاليا ، أسبانيا، الهند ، جنوب أفريقيا، مصر، تركيا، شيلي علي الترتيب.

٦- معدل اختراق السوق: يتضح من بيانات نفس الجدول، أن معدل اختراق السوق قد بلغ نحو ٠,٤٤٩، ٠,١٢٦، ٠,٠٩٩، ٠,٠٩٨، ٠,٠٦٥، ٠,٠٦١، ٠,٠٤٢، ٠,٠٤٢ لكل من إيطاليا، جنوب أفريقيا، إسبانيا، اليونان، الهند، شيلي تركيا، مصر علي الترتيب، أي ان مصر تحتل المركز الأخير بين الدول المتنافسة، مما يبين المنافسة الشديدة التي تواجه صادرات مصر من العنب في هذا السوق .

(م) السوق الإماراتي: تم تقدير مؤشرات التنافسية في السوق الإماراتي علي النحو التالي:

١- النصيب السوقي: توضح بيانات الجدول رقم (٥) أن الهند تحتل المرتبة الأولى في السوق الإماراتي من حيث النصيب السوقي، حيث تمثل صادراتها نحو ٢٣٪ من متوسط إجمالي واردات الإمارات خلال الفترة موضع الدراسة والذي بلغ حوالي ٥٩ ألف طن، احتلت جنوب أفريقيا المرتبة الثانية حيث يمثل متوسط صادراتها نحو ١٨٪ من متوسط إجمالي واردات الإمارات، ثم تليها استراليا في المرتبة الثالثة بنحو ١٠٪ من متوسط إجمالي واردات الإمارات، ثم جاءت كل من مصر، إيطاليا، أمريكا في المراكز من الرابع إلي السادس، حيث تمثل صادراتها نحو ٩٪، ٨٪، ٦٪ لكل منهم علي الترتيب من متوسط إجمالي واردات الإمارات خلال الفترة موضع الدراسة.

٢- تنافسية سعر التصدير: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن تنافسية سعر التصدير قد بلغت نحو ١، ٠,٥٧٣، ٠,٥٠٦، ٠,٤٤٨، ٠,١٤٤، ٠,٠٠٨ لكل من الهند، مصر، إيطاليا، جنوب أفريقيا، استراليا، أمريكا علي الترتيب.

٣- السعر النسبي: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن السعر النسبي قد بلغ نحو ١,٣٢، ٠,٩٥٢، ٠,٩٠٩، ٠,٦٨٤، ٠,٥٨٤ لكل من الهند، إيطاليا، جنوب أفريقيا، استراليا، أمريكا علي الترتيب، وعلي ذلك فمصر تتمتع بميزة نسبية سعرية مقارنة بأسعار العنب الإيطالي، الجنوب أفريقي، الاسترالي، الأمريكي في هذا السوق. بينما لا توجد له ميزة نسبية سعرية مقارنة بأسعار الهند في هذا السوق.

٤- تنافسية كمية الإنتاج: يتضح من نفس بيانات الجدول السابق، أن تنافسية كمية الإنتاج قد بلغت نحو ٠,٩٩٢، ٠,٩١٦، ٠,١٧٠، ٠,٠٦١، ٠,٠١٨، ٠,٠٠١ لكل من إيطاليا، أمريكا، الهند، جنوب أفريقيا، استراليا، مصر علي الترتيب.

٥- الأهمية النسبية للصادرات: يتضح من بيانات نفس الجدول أن الأهمية النسبية لصادرات العنب قد بلغت نحو ٩٠٪، ١٣٪، ٥٪، ٣٪، ١٪ لكل من أمريكا، الهند، مصر، جنوب أفريقيا، إيطاليا علي الترتيب.

٦- معدل اختراق السوق: يتضح من بيانات نفس الجدول، أن معدل اختراق السوق قد بلغ نحو ٠,٢٧٢، ٠,٢٠٦، ٠,١٠٢، ٠,١١٦، ٠,٠٩٧، ٠,٠٧١ لكل من الهند، جنوب أفريقيا، استراليا، مصر، إيطاليا، أمريكا علي الترتيب، أي أن مصر تحتل المركز الرابع في هذا المؤشر، مما يعكس ضعف قدرة العنب المصري علي اختراق السوق الإماراتي مقارنة بالدول المنافسة.

(هـ) السوق الكويتي: تم تقدير مؤشرات التنافسية في السوق الكويتي علي النحو التالي:

١- النصيب السوقي: توضح بيانات الجدول رقم (٥) ان مصر تحتل المرتبة الأولى في السوق الكويتي من حيث النصيب السوقي حيث تمثل صادراتها تمثل نحو ٢٤% من متوسط إجمالي واردات الإمارات والذي بلغ حوالي ١٣ ألف طن، احتلت لبنان المرتبة الثانية حيث يمثل متوسط صادراتها نحو ١٩٪ من متوسط إجمالي واردات الكويت ثم تليها الهند في المرتبة الثالثة بنحو ١٣٪ من متوسط إجمالي واردات الكويت، ثم جاءت كل من تركيا، جنوب أفريقيا في المراكز الرابع و الخامس، حيث تمثل صادراتها نحو ١١٪، ٨٪ لكل منهما علي الترتيب من متوسط إجمالي واردات الكويت خلال الفترة موضع الدراسة.

٢- تنافسية سعر التصدير: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن تنافسية سعر التصدير قد بلغت نحو ٠,٦٣٨ ، ٠,٦٠١ ، ٠,٢٥٥ ، ٠,١١٨ ، ٠,٠٤١ لكل من تركيا ، لبنان ، الهند ، جنوب أفريقيا ، مصر علي الترتيب.

٣- السعر النسبي: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن السعر النسبي قد بلغ نحو ٢,٣٢ ، ٢,٠٨ ، ١,٥٧٣ ، ١,٥٧٣ ، ١,٢٣٠ لكل من لبنان ، تركيا ، الهند ، جنوب أفريقيا علي الترتيب، وعلي ذلك فمصر لا تتمتع بميزة نسبية سعريه في هذا السوق مقارنة بأسعار كل من لبنان ، تركيا ، الهند ، جنوب أفريقيا .

٤- تنافسية كمية الإنتاج: يتضح من نفس بيانات الجدول السابق، أن تنافسية كمية الإنتاج قد بلغت ١,٦٥٢ ، ٠,٤٨٨ ، ٠,٣٩٥ ، صفر لكل من تركيا ، الهند ، جنوب أفريقيا ، مصر ، لبنان علي الترتيب.

٥- الأهمية النسبية للصادرات: يتضح من بيانات نفس الجدول أن الأهمية النسبية لصادرات العنب قد بلغت نحو ٢٩ % ، ٢٠ % ، ١ % ، ٠,٦٠ % ، ٠,٣٠ % لكل من مصر ، لبنان ، الهند ، تركيا ، جنوب أفريقيا، علي الترتيب.

٦- معدل اختراق السوق: يتضح من بيانات نفس الجدول، أن معدل اختراق السوق قد بلغ نحو ٠,٢٤٨ ، ٠,١٩٥ ، ٠,١٢٧ ، ٠,٠٨ ، لكل من مصر ، لبنان ، الهند ، تركيا ، جنوب أفريقيا علي الترتيب، أي أن مصر تحتل المركز الأول في هذا المؤشر، مما يعكس قدرة العنب المصري علي اختراق السوق الكويتي مقارنة بالدول المنافسة.

(و) السوق العماني: تم تقدير مؤشرات التنافسية في السوق العماني علي النحو التالي:

١- النصيب السوقي: توضح بيانات الجدول رقم (٥) ان الإمارات تحتل المرتبة الأولى في السوق العماني من حيث النصيب السوقي حيث تمثل صادراتها تمثل نحو ٤٥ % من متوسط إجمالي واردات عمان خلال الفترة موضع الدراسة والذي بلغ حوالي ١٢ ألف طن، احتلت مصر المرتبة الثانية حيث يمثل متوسط صادراتها نحو ١٩ % من متوسط إجمالي واردات عمان ثم تليها لبنان في المرتبة الثالثة بنحو ١١ % من متوسط إجمالي واردات عمان ، ثم جاءت الهند في المراكز الرابع حيث تمثل صادراتها نحو ٨ % من متوسط إجمالي واردات عمان خلال الفترة موضع الدراسة.

٢- تنافسية سعر التصدير: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن تنافسية سعر التصدير قد بلغت نحو ٠,٨٠٠ ، ٠,٣٥١ ، ٠,١١٣ ، ٠,٠٣٤ لكل من لبنان ، الإمارات ، لهند ، مصر علي الترتيب.

٣- السعر النسبي: يتضح من بيانات الجدول رقم (٥) أن السعر النسبي قد بلغ نحو ٢,٦٩ ، ١,٤٩ ، ١,٢٠ لكل من لبنان ، الإمارات ، الهند علي الترتيب، وعلي ذلك فمصر لا تتمتع بميزة نسبية سعريه في هذا السوق مقارنة بأسعار كل من لبنان ، الإمارات ، الهند.

٤- تنافسية كمية الإنتاج: يتضح من نفس بيانات الجدول السابق، أن تنافسية كمية الإنتاج قد بلغت ١,٤٠١ ، ٠,٢٣٥ ، صفر لكل من الإمارات ، الهند، مصر ، لبنان علي الترتيب.

٥- الأهمية النسبية للصادرات: يتضح من بيانات نفس الجدول أن الأهمية النسبية لصادرات العنب قد بلغت نحو ٦٤ % ، ١٠ % ، ٢ % ، ٠,٧٠ % لكل من الإمارات ، لبنان ، مصر ، الهند علي الترتيب .

٦- معدل اختراق السوق: يتضح من بيانات نفس الجدول، أن معدل اختراق السوق قد بلغ نحو ٠,٤٥٦ ، ٠,١٩٨ ، ٠,١١٢ ، ٠,٠٨٥ لكل من الإمارات ، مصر ، لبنان ، الهند علي الترتيب، أي أن مصر تحتل المركز الثاني في هذا المؤشر، مما يعكس قدرة العنب المصري علي اختراق السوق العماني مقارنة بالدول المنافسة.

جدول رقم (٥): مؤشرات التنافسية لصادرات العنب لمصر وأهم الدول المنافسة لها في أهم الأسواق

الخارجية كمتوسط للفترة (٢٠١٣-٢٠١٧)

السوق	الدول المتنافسة	النصيب السوقي %	تنافسية سعر التصدير	السعر النسبي	تنافسية كمية الإنتاج	الأهمية النسبية للصادرات %	معدل الاختراق
الانجليزي	جنوب أفريقيا	٢٣,٦٣٧	٠,٢٨٦	١,٠٢	٠,٠٨٠	٢٠,٠٠	٠,٢٤٢
	شيلي	١٣,٥٧٧	٠,٥٠٥	١,١٠	٠,١٧٨	٤,٧	٠,١٣٩
	اسبانيا	١٢,٨٨٦	٠,٣١١	١,١٠	١,٠٠	٢٣,٠٠	٠,١٣٢
	مصر	٦,٦١٩	٠,١٧٧	١,٠٠	-	١٦,٠٠	٠,٠٦٨
	الهند	٥,٤٤٩	٠,٨٤٢	١,٢٠	٠,٢٣٠	١٠,٣	٠,٠٥٦
الهولندي	جنوب أفريقيا	٢٨,٥٤١	٠,٢٩٧	٠,٩٠	٠,٧٢٤	٢٨,١	٠,٨٣٦
	شيلي	١٦,٢٩١	٠,٦٣٨	١,٠٣	٠,٨٦٩	٦,٦	٠,٠٤٨
	الهند	١١,٨٩٣	١,٠٠	١,١٩	٠,٧٧١	٢٦,٢	٠,٧٦٠
	بيرو	١١,٠٤٨	٠,٠٦٨	٠,٨٢	٠,١٠٤	١٢,٧	٠,٧١١
	مصر	٥,٦٥٨	٠,٥١٢	١,٠٠	٠,٤٩٠	١٥,٩	٠,٣٦٤
الروسي	تركيا	٣٩,٤٣	٠,٣٦٠	١,٥٥	١,٠٠	٥٠,٠٠	٠,٣٩٥
	جزر المالديف	١٠,٩٥٦	٠,٧٥١	٢,١٤	٠,٠٩٥	٦٢,٦	٠,١١٠
	شيلي	٧,٢	٠,٠٨٥	١,٠٧	٠,٥٩٤	٢,٩	٠,٠٧٢
	الهند	٥,٦٧١	٠,٠٩٤	١,٠٩	٠,٦٣٧	١٢,٤	٠,٠٥٧
	بيرو	٥,١٠٩	٠,٠٣٤	٠,٩٩	٠,٠٨٩	٥,٨	٠,٠٥١
	اوزبكستان	٥,٠٨٥	٠,٤١٤	١,٦٩	٠,٣٣٧	-	٠,٠٥١
	جنوب أفريقيا	٣,٩٢٣	٠,٠٩٦	١,٠٩	٠,٤٦٥	٣,٦	٠,٠٣٩
	ارمنيا	٣,٦٨٩	٠,٨٦٠	٢,٨٨	-	٩,٨	٠,٠٣٧
الألماني	مصر	٣,١٣٢	٠,٠٥٣	١,٠٠	٠,٣٦٨	٨,٧	٠,٠٣١
	ايطاليا	٤٠,٨٥٧	٠,٢٩٧	١,٤٠	١,٠٠	٢٧,٦	٠,٤٤٩
	جنوب أفريقيا	١١,٤٦٢	٠,٠٤٠	١,١٨	٠,١٥٣	١٢,٠٠	٠,١٢٦
	اسبانيا	٨,٩٩١	٠,١٠٠	١,٢١	٠,٧٧٩	١٩,٩	٠,٠٩٩
	اليونان	٨,٩٥٢	٠,٣٤٤	١,٣٩	-	٣٣,٤	٠,٠٩٨
	الهند	٥,٩١٢	٠,١٥١	١,١٤	٠,٢٥٢	١٣,٨	٠,٠٦٥
	شيلي	٥,٥٩٢	٠,١٠١	١,٠٦	٠,٢٢٤	٢,٤	٠,٠٦١
	تركيا	٣,٨٣٨	١	١,٢٨	٠,٤٥٩	٥,٧	٠,٠٤٢
الإماراتي	مصر	٣,٧٨٣	٠,٠٥٥	١,٠٠	٠,٠٩٩	١١,٣	٠,٠٤٢
	الهند	٢٣,٢٧٤	١	١,٣٣	٠,١٧٠	١٢,٨	٠,٢٧٢
	جنوب أفريقيا	١٧,٥٧٥	٠,٤٤٨	٠,٩١	٠,٠٦١	٣,٣	٠,٢٠٦
	استراليا	٩,٩٣٩	٠,١٤٤	٠,٦٨	٠,٠١٨	-	٠,١١٦
	مصر	٨,٦٨٤	٠,٥٧٣	١,٠٠	٠,٠٠١	٤,٧	٠,١٠٢
الكويتي	إيطاليا	٨,٢٧٥	٠,٥٠٦	٠,٩٥	٠,٩٩٢	١,٠٠	٠,٠٩٧
	أمريكا	٦,١٠	٠,٠٠٨	٠,٥٨	٠,٩١٦	٩٠,٠٠	٠,٠٧١
	مصر	٢٤,٤١٥	٠,٠٤١	١,٠٠	٠,٣٩٥	٢٩,٤	٠,٢٤٨
	لبنان	١٩,١٩٩	٠,٦٠١	٢,٣٢	-	١٩,٥	٠,١٩٥
	الهند	١٢,٥١٤	٠,٢٥٥	١,٥٧٣	٠,٦٥٢	١,١	٠,١٢٧
العماني	تركيا	١٠,٨٤٨	٠,٦٣٨	٢,٠٨	١,٠٠	٠,٦	٠,١١
	جنوب أفريقيا	٧,٨٦٧	٠,١١٨	١,٢٣٠	٠,٤٨٨	٠,٣	٠,٠٨
	الإمارات	٤٤,٩١	٠,٣٥١	١,٤٩	١,٠٠	٦٣,٥	٠,٤٥٦
	مصر	١٩,٤٨	٠,٠٣٤	١,٠٠	٠,٢٣٥	٢,١	٠,١٩٨
	لبنان	١٠,٩٩	٠,٨٠٠	٢,٦٩	-	١٠,١	٠,١١٢
	الهند	٨,٣٩	٠,١١٣	١,٢٠	٠,٤٠١	٠,٧٠	٠,٠٨٥

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة المعلومات الدولية:

- 1- www.comtrade.un.org.
- 2- www.faostat.org.

ثانياً- نتائج تقدير نموذج الجاذبية لصادرات العنب المصري لاهم الدول المستوردة له :

تم تقدير نموذج الجاذبية بين مصر واهم الدول المستوردة للعنب المصري خلال الفترة موضع الدراسة (٢٠١٣-٢٠١٧) ، حيث تضمن النموذج سبعة دول من اهم الدول المستوردة للعنب المصري ، حيث بلغت نسبة كمية الصادرات المصرية من العنب لتلك الدول السبع نحو ٧٥,٦ % من إجمالي كمية الصادرات المصرية من العنب خلال متوسط الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) ، و قد امكن التوصل الى تقدير صورة نموذج الجاذبية المعدل Augmented Gravity Model (A G M) لقياس إجمالي الأثر الفردي Individual Effect للدول السبع موضع الدراسة على الصادرات المصرية للعنب خلال الفترة موضع الدراسة ، في المعادلة التالية :

$$\ln Y_{ij} = 8.699 + 1.002^{**} \ln pcGDP_j - 0.056 \ln pcGDP_i - 1.222^{**} \ln Dist_{ij}$$

(2.969) (-0.049) (-2.746)

R²=0.203 F=3.895^{**}

حيث:

$$Y_{ij} = \text{الصادرات المصرية من العنب للدول موضع الدراسة.}$$

$$pcGDP_j = \text{نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في الدولة j.}$$

$$pcGDP_i = \text{نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في مصر.}$$

$$() = \text{الأرقام بين الاقواس تشير الى قيمة t المحسوبة.}$$

$$** = \text{تشير الى المعنوية عند مستوى ٠,٠١ .}$$

حيث يتبين من المعادلة ان إجمالي المتغيرات في النموذج تشرح نحو ٢٠,٣ % من التغيرات الحادثة في الصادرات المصرية من العنب لتلك الدول موضع الدراسة ، بينما ترجع باقى التغيرات الى عوامل أخرى غير مقيسة بالنموذج ، و قد ثبتت معنوية نموذج الجاذبية المعدل احصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ وفقاً لاختبار F.

ويتبين من المعادلة ان زيادة نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي pcGDP_j للدول المستوردة بنسبة ١ % يؤدي لزيادة صادرات مصر من العنب لتلك الدول بنسبة ١,٠٠٢ % ، و لم تثبت معنوية تأثير نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي في مصر pcGDP_i على صادرات مصر من العنب للدول موضع الدراسة ، كما تبين ان زيادة المسافة الجغرافية Dist_{ij} بين مصر وكل دولة من الدول المستوردة موضع الدراسة بنسبة ١ % يؤدي لانخفاض صادرات مصر من العنب بنسبة ١,٢ % خلال الفترة موضع الدراسة مع ثبات باقى العوامل الأخرى .

ولبيان اثر كل دولة من الدول موضع الدراسة "Covntry Effect" على الصادرات المصرية من العنب ، تم عمل نموذج يتضمن ٧ متغيرات صورية للدول المستوردة للعنب ، بدون مصر ، بحيث يأخذ كل متغير صوري (D_{ij}) لسنوات كل دولة القيمة واحد، و القيمة صفر خلاف ذلك^(٣)، فامكن الحصول على المعادلة التالية :

$$\ln Y_{ij} = 3.427D_1^{**} + 3.205D_2^{**} + 2.202D_3^{**} + 2.099D_4^{**} + 1.499D_5^{**} + 0.691^{**}D_6 + 0.634^{**}D_7$$

(40.293) (37.685) (25.889) (24.677) (17.620) (8.124) (7.451)

R²=0.993 F=679.266

حيث:

$$Y_{ij} = \text{الصادرات المصرية من العنب للدول موضع الدراسة.}$$

$$D_1 = \text{المتغير الصوري للمملكة المتحدة}$$

$$D_2 = \text{المتغير الصوري لهولندا.}$$

D4 = المتغير السوري لروسيا الاتحادية

D3 = المتغير السوري لألمانيا

D6 = المتغير السوري لعمان .

D5 = المتغير السوري للامارات العربية المتحدة .

D7 = المتغير السوري للكويت

ويلاحظ ان المعادلة الأخيرة لا تحتوى على الحد الثابت ، وذلك منعا لحدوث ازدواج خطى كامل بين الحد الثابت و المتغيرات السورية السبعة ، و التي تعطى في مجموعها متغير من الواحد الصحيح . ويتضح من نفس المعادلة وجود تأثير معنوي لافراد الدول السبعة موضع الدراسة على زيادة الصادرات المصرية من العنب خلال الفترة موضع الدراسة حيث تبين ان المملكة المتحدة، هولندا، ألمانيا، روسيا الاتحادية، الإمارات العربية المتحدة، عمان، والكويت مسؤلة عن زيادة الصادرات المصرية من العنب بنسبة ٣,٤٣%، ٣,٢١%، ٢,٢%، ٢,١%، ١,٥%، ٠,٦٩%، ٠,٦٣%، على الترتيب وذلك خلال الفترة موضع الدراسة .

الملخص :

تعتبر تنمية الصادرات المصرية في مقدمة الأولويات التي تستحوذ علي النصيب الأكبر من إهتمام الدولة حتي يمكن خفض العجز الحاد في الميزان التجاري المصري، بالإضافة إلي دفع عجلة التنمية، خاصة في ظل التغيرات العالمية المتسارعة والتي تؤدي دائماً إلي زيادة المنافسة بين الدول للحصول علي النصيب الأكبر في الأسواق العالمية، ومن هذا المنطق تبرز أهمية دراسة الوضع التنافسي لاهم الصادرات الزراعية المصرية ، ويعتبر العنب من أهم محاصيل الفاكهة التصديرية في مصر، حيث تمثل صادراته نحو ٨٪ من قيمة الصادرات الزراعية المصرية وذلك في متوسط الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) ، الا ان صادراته ، على الرغم من زياتها، الا انها مازالت لا تتعدى نحو ٧% فقط من كمية الإنتاج المحلي من العنب في نفس الفترة، وفي ضوء ذلك يستهدف البحث دراسة الوضع التنافسي لصادرات العنب المصري في اهم الأسواق الخارجية، وتحديد اهم العوامل المؤثرة على النصيب السوقي في هذه الأسواق ، ومدى استيعابها لصادرات العنب المصري مقارنة بصادرات الدول المنافسة داخل تلك الأسواق . لذا تعتبر دراسة الأسواق العالمية لصادرات العنب من الأهمية بمكان، لأنها توضح مدي استيعابها لها مقارنة بصادرات الدول المنافسة داخل هذه الأسواق.

أعتمد البحث في تحقيق أهدافه علي إستخدام أسلوب التحليل الوصفي والكمي لتحليل البيانات وتفسير النتائج المتعلقة بموضوع البحث من خلال إستخدام بعض الأساليب الرياضية والإحصائية مثل المتوسطات الحسابية والنسب المئوية وأسلوب تحليل الإنحدار، كما تم تطبيق بعض مؤشرات التنافسية مثل النصيب السوقي ، ومعدل اختراق السوق وغيرها من المؤشرات لقياس القدرة التنافسية لصادرات العنب المصري مقارنة باهم الدول المنافسة له في أهم الأسواق الرئيسية خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧)، إضافة إلي ذلك، تم تقدير نموذج الجاذبية Gravity Model و الذي يعتمد أساسا على بيانات مقطعية تمثل عدد الدول وسلاسل زمنية تمثل السنوات للمتغيرات الاقتصادية للدول الداخلة في النموذج خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧)، وقد اعتمد البحث على بيانات التجارة الخارجية من موقع الأمم المتحدة UN Comtrade وموقع منظمة الأغذية والزراعة FOA State ، وكانت اهم نتائج التي توصل اليها البحث مايلي :

١- احتلت مصر المرتبة الثالثة عشر بين اهم الدول المنتجة للعنب في العالم ، حيث بلغ إنتاجها نحو ٢,١% من متوسط الإنتاج العالمي من العنب ، كما احتلت نفس المرتبة بين اهم الدول المصدرة للعنب في العالم ، حيث بلغت صادراتها نحو ٢,٦% من متوسط صادرات العالم من العنب و ذلك خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧).

٢- أوضحت النتائج ان كمية الإنتاج وكمية الصادرات وقيمة الصادرات وسعر التصدير للطن من العنب المصري قد اخذت كلها اتجاهها عاما متزايدا ثبتت معنويته احصائيا ، و قد بلغ مقدار الزيادة السنوية حوالي ٢٣,٧% ، ٧,٤٩ الف طن، وحوالي ١٩,١ مليون دولار، وحوالي ١,٠٦% ، الف دولار اي ما يعادل نحو ١,٦% ، ٩,١% ، ١١,٩% ، ٥,٨% لكل منها على الترتيب خلال الفترة (٢٠٠٥-٢٠١٧).

٣- احتل السوق الانجليزي المرتبة الأولى من حيث كمية الصادرات بين الأسواق المستوردة للعنب المصري خلال الفترة موضع الدراسة ، حيث بلغت كمية واردته من العنب المصري نحو ٢٩% يليه السوق الهولندي ثم الألماني ، و الروسي حيث بلغت كمية واردتها نحو ٢٣% ، ٨,٤% ، ٧,٨% من متوسط صادرات العنب المصري لكل منها على الترتيب خلال نفس الفترة .

٤- بالنسبة لتقدير مؤشرات التنافسية لاهم الأسواق المستوردة للعنب و هي أسواق إنجلترا ، هولندا ، روسيا ، ألمانيا ، الإمارات ، الكويت ، عمان ، حيث تستحوذ تلك الأسواق السبعة على ما يزيد عن ٧٥% من كمية صادرات العنب المصري خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٧) ، حيث أوضحت النتائج عدم تمتع مصر بميزة تنافسية سعريه اذا ما قورنت بأسعار اهم الدول المنافسة في كافة الأسواق موضع الدراسة ، الامر الذي يعكس تمتع العنب المصري بالجودة وتفضيل بعض المستهلكين له بالرغم من ارتفاع سعره النسبي.

٥- كما إشارات نتائج دراسة النصيب السوقي ومعدل اختراق السوق ، الى ان صادرات العنب المصري احتلت مراكز متاخرة بين الدول المنافسة في كافة الأسواق ماعدا سوق الكويت وعمان وذلك خلال الفترة موضع الدراسة ، مما يعكس صعوبة اختراق هذه الأسواق ، والمنافسة الشديدة التي تواجهها الصادرات المصرية من العنب في اهم الأسواق المستوردة منها، احتلت الصادرات المصرية من العنب في سوق الكويت و عمان المرتبة الأولى والثانية من حيث معدل اختراق السوق والنصيب السوقي في كل منهما على الترتيب ، مما يعكس أهمية السوقين بالنسبة لصادرات العنب المصرية ، و ان كان يصعب تنمية هذه الصادرات بالسوقين لتشبعهما منها ، كما اتضح أيضا ان صادرات العنب المصرية الى السوق الروسي تحتل المرتبة الرابعة من حيث معدل اختراق السوق ، بينما تحتل المرتبة التاسعة من حيث مؤشر النصيب السوقي مما يدل على إمكانية التوسع في صادرات العنب لتلك السوق و اعتبارها من الأسواق الواعدة بالنسبة للصادرات المصرية من العنب .

٦- أوضحت نتائج تقدير نموذج الجاذبية المعدل لصادرات العنب المصري لاهم الدول المستوردة له خلال الفترة موضع الدراسة ، ان زيادة نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي للدول المستوردة بنسبة ١% يؤدي الى زيادة صادرات مصر من العنب لتلك الدول بنسبة ١,٠٢% ، بينما تبين ان زيادة المسافة الجغرافية بين مصر و كل دولة من الدول المستوردة بنسبة ١% يؤدي لانخفاض صادرات العنب المصري لتلك الدول بنسبة ١,٢% ، و لم تثبت معنوية تأثير نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي في مصر على صادرات مصر من العنب للدول موضع الدراسة مع ثبات باقي العوامل الأخرى . كما أوضحت انتاج أيضا ان كل من المملكة المتحدة ، هولندا ، ألمانيا ، روسيا الاتحادية ، الإمارات العربية المتحدة، عمان، والكويت تساهم في زيادة الصادرات المصرية من العنب بنسبة ٤,٤٣% ، ٣,٢١% ، ٢,٢% ، ٢,١% ، ١,٥% ، ٠,٦٩% ، ٠,٦٣% لكل منها على الترتيب خلال الفترة موضع الدراسة.

وفي ضوء ما تقدم من نتائج ، خلص البحث الى بعض التوصيات التي يمكن ايجازها فيما يلي :

١ - العمل على الحفاظ على الأسواق الرئيسية للعنب المصري عن طريق الاهتمام بالأنشطة التسويقية والترويجية والدعاية والاعلان حتى يمكن الحفاظ على النصيب السوقي لمصر داخل تلك الأسواق ، خاصة في ظل عدم تمتع مصر بميزة تنافسية سعريه مقارنة بأسعار الدول المنافسة .

- ٢- وجود تخطيط استراتيجي لإنتاج العنب من أجل التصدير ، يهدف الى التوسع في صادرات العنب الى الأسواق الرئيسية خاصة الواعدة منها مثل السوق الروسي ، مع العمل على فتح أسواق جديدة للتصدير .
- ٣- توفير قاعدة معلومات عن كافة الأسواق الرئيسية بما يخدم قطاعي الإنتاج والتسويق ، مع الحرص على استيفاء كافة معايير الجودة والموصفات والشروط البيئية التي تتلائم مع ذوق المستهلكين بتلك الأسواق .

المراجع :

١. احمد محمود عبد العزيز محمد (دكتور)، القدرة التنافسية لاهم الدول المصدرة للقمح الى السوق المصري، مجلة أسبوط للعلوم الزراعية، كلية الزراعة ، جامعة أسيوط ، المجلد ٤٥، العدد ٥، ٢٠١٤ .
٢. حسن عبد الغفور العباسي (دكتور) و اخرون ، تنافسية بعض الصادرات الزراعية المصرية ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد الخامس عشر ، العدد الثالث ، سبتمبر ٢٠٠٥ .
٣. شريف محمد فياض (دكتور) ، التجارة الخارجية المصرية مع اهم الدول العربية باستخدام نموذج الجاذبية وآفاقها المستقبلية ، مجلة العلوم الاقتصادية والاجتماعية الزراعية ، جامعة المنصورة ، المجلد ٢ ، العدد ٥ ، مايو ٢٠١١ .
٤. عبد الوكيل محمد أبو طالب (دكتور) و اخرون ، تقدير دوال الطلب على صادرات البطاطس المصرية للاتحاد الاوربي باستخدام نموذج الطلب الأمثل ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد التاسع عشر ، العدد الرابع، ديسمبر ٢٠٠٩ .
٥. عماد عبد المسيح شحاته (دكتور) ، الآثار الاقتصادية للتجارة الخارجية بين مصر و الكوميسا باستخدام نموذج الجاذبية للتحليل المكاني ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد الحادي و العشرون ، العدد الرابع، ديسمبر ٢٠١١ .
٦. مصطفى عبد ربه القبلاوي (دكتور) ، القدرة التنافسية لصادرات الأرز المصري في اهم الأسواق العالمية ، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي ، المجلد الرابع عشر ، العدد الثالث ، سبتمبر ٢٠٠٤ .
7. Ashraf Kamal Abbas , "TheCmpetitiveness of the Main Egyptian Agricultural Exports (1991-1994) and (1995-1998) " ,Egyptian Journal of Applied Science, Vol .(15),No.(7),July 2000 .
8. Fratianni, M. " The Gravity Equation inInternational Trade' , 2nd edition , Oxford University Press , 2007 .
9. WWW.Comtrade Un .org .
10. WWW .Faostat .org

The Economic Study Of The Competitiveness Of Egyptian Grape In Its Most Important Foreign Markets

Hesham Aly El Gendy

Haidi Aly El Gendy

Agriculture Economic Research Institute

Summary :

The main objective of this research is to study Egyptian grapes competitiveness in major foreign markets. To achieve its objective, some competitive indicators have been applied for the studies crop on the level of the competitive countries in addition to estimating the gravity model which is based on cross sectional data representing the number of countries and time series representing the years of the economic variables of the countries included in the model during the period (2013-2017).

Some of the results of the research are:

1. Egypt ranked thirteenth among the most important grape producing countries in the world and ranked among the most important grape exporters in the world by exports represent about 2.6% of the total world exports of grape during the period (2013-2017).
2. The annual rate of increase in the quantity of production , the quantity of exports, the value of exports price per ton of Egyptian grapes were estimated at 1.6% , 9.1% , 11.9% and 5.8%, respectively for the period (2005 - 2017)
3. In the estimation of the competitive indicators of the imported markets for Egyptian grapes, namely the markets of England , the Netherlands , Russia , Germany , The UAE , Kuwait and Oman where there markets accounted for more than 75% of the total Egyptian exports of grapes, the results showed that Egypt did not enjoy a competitive price advantage countries competing in all markets, which reflects the enjoyment of Egyptian grapes quality and preference of some consumers , despite the rise its relative price.
4. The results of the market share analysis and the penetration rate of the market indicate that the Egyptian grapes were occupied late positions among the countries

competing in most markets reflecting the difficulty of penetrating these markets and the fierce competition faced by Egyptian exports, it also show the possibility of expanding grapes exports is Russian market and considered a promising market for Egyptian grape exports.

5. The results of the estimation of the augmented gravity model showed that the increase in per capital GDP of importing countries by 1% to the increase of Egypt's grape exports is these countries by 1.02% while increasing the geographical distance between Egypt and each of the importing countries by 1% for the decline of grapes exports to those countries by 1.2% with the stability of other factors.
6. The results also showed that the UK , the Netherlands, Germany , Russia , UAE, Oman and Kuwait , contributed to the increase in Egyptian grape exports by 4.43% , 3.21% , 2.2% , 2.1% , 1.5% , 0.69% , 0.63% respectively during the period under review.

Finally, the research recommends that the necessity of working to preserve the Egyptian grape markets by paying attention to planning for the production of grapes for exports to expand grapes exports to promising markets, the need for a strategic planning for the production of grapes for exports to expand grapes exports to promising markets , the need to provide an information base on all the foreign markets to serve the production and marketing sectors.