

# أساليب تعظيم القدرة التنافسية للاقتصاد المصري مع التطبيق علي قطاع المنتجات النسيجية خلال الفترة من ١٩٩٠م وحتى ٢٠٠٥م

رسالة مقدمة من الطالب

**ياسر إبراهيم محمد داود**

المدرس المساعد بقسم الاقتصاد  
كلية التجارة - جامعة المنوفية - فرع السادات

للحصول على درجة دكتور الفلسفة في العلوم التجارية تخصص الاقتصاد

---

\* ياسر إبراهيم محمد داود: من مواليد كفر الشيخ في ١٢/٤/١٩٦٨ وحاصل على بكالوريوس تجارة في الاقتصاد كلية التجارة جامعة طنطا ١٩٩٠ بتقدير عام جيد جداً - وحاصل على ماجستير العلوم التجارية تخصص الاقتصاد كلية التجارة جامعة المنوفية عام ٢٠٠٢م وحاصل على درجة دكتور الفلسفة في العلوم التجارية تخصص الاقتصاد - كلية التجارة جامعة المنوفية عام ٢٠١١م

الرسالة تحت إشراف كل من :  
الأستاذ الدكتور/ محمد صفوت قابل أستاذ الاقتصاد والمالية العامة المتفرغ - قسم الاقتصاد والمالية العامة - كلية التجارة - جامعة المنوفية - فرع السادات وعميد كلية التجارة بالسادات (سابقاً)  
الأستاذ الدكتور/ شريف محمد على أستاذ الاقتصاد و المالية العامة - قسم الاقتصاد والمالية العامة كلية التجارة - جامعة المنوفية - فرع السادات ووكيل كلية التجارة لشئون التعليم والطلاب  
بالسادات

## ١- مدخل :

تسعي السياسات الاقتصادية للدول إلي اغتنام كافة الفرص المتاحة من أجل زيادة نصيبها في الأسواق المحلية والعالمية، لما لذلك من أثر كبير علي مستوى رفاهية شعوبها . ومن هنا تبرز العلاقة الإرتباطية والتبادلية بين كل من تعظيم القدرة التنافسية لإقتصاد دولة أو صناعة ما وبين هدف الوصول والتواصل مع كل من السوق المحلي والعالمي . إلا أن الأساس في تلك العلاقة هو مدي تمتع السلع والخدمات التي تنتجها دولة ما أو صناعة ما بقدرة وميزة تنافسية تمكنها من الوصول المستمر والقوي لكل من السوق المحلي والعالمي.

ويعتبر تعظيم تنافسية الإقتصاد المصري من أهم الموضوعات المطروحة حالياً علي الساحتين العلمية والعملية ، فالتنافسية ضرورية لتعزيز كفاءة المنتجات ومن ثم الإستمرار في الإنتاج علي النطاق المحلي والعالمي مما يؤدي إلي زيادة معدلات النمو في الدخل القومي نتيجة القدرة علي تصريف المنتجات في السوق العالمي والمحلي . ومن هنا يبرز دور تعظيم القدرة التنافسية للاقتصاد المصري كأهم الأدوات التي تمكن الإقتصاد المصري من أن يكون إقتصاداً قادراً علي التوافق مع متغيرات العولمة الإقتصادية وليس إقتصاد منعزل عن متغيرات ومتطلبات العولمة الإقتصادية التي تتعايش معها كافة دول العالم سواء المتقدمة أو النامية.

فأي إقتصاد معاصر لا بد وأن يملك أداتين هامتين لكي يصبح إقتصاداً مسابراً ومتوافقاً مع متطلبات ومتغيرات العولمة الإقتصادية . هاتين الأداتين هما :

- ميزة تنافسية مستمرة ومستقرة ومتطورة لمنتجاته في كل من الأسواق المحلية والعالمية.
  - القدرة علي جذب المزيد من الإستثمارات الأجنبية المباشرة وغير المباشرة .
- ولعل تلك الأداتين ترتبطان ببعضهما البعض بعلاقة إرتباطية تبادلية .

ومن هذا المنطلق تهتم الدراسة التي بين أيدينا والتي تتناول " أساليب تعظيم القدرة التنافسية للاقتصاد المصري مع التطبيق علي قطاع المنتجات النسجية خلال الفترة من عام ١٩٩٠م وحتى عام ٢٠٠٥م " بالأساليب والسياسات الفعالة لتعظيم القدرة التنافسية للمنتجات النسجية المصرية - والتي تشمل الغزل والنسيج والملابس الجاهزة - خلال فترة الدراسة . وكذا أهم المشاكل والإختلالات التي واجهت هدف تعظيم القدرة التنافسية للمنتجات النسجية المصرية. وتوصلت الدراسة في النهاية إلي أهم العوامل المحددة للقدرة التنافسية للمنتجات النسجية المصرية.

ويتركز اهتمامنا علي تعظيم القدرة التنافسية التصديرية، فقضية الصادرات تحتل مكانة متقدمة بين القضايا الإقتصادية الهامة في تحليل الأداء الإقتصادي خاصة مع تزايد نسبة العجز في الميزان التجاري السلعي كما في حالة الإقتصاد المصري، وذلك لأن نمو الصادرات إنما يعني زيادة القدرة التنافسية للسلع والخدمات المنتجة في الداخل وقدرة الجهاز الإنتاجي علي تحقيق تلك القدرة التنافسية، في حين تعكس الواردات عدم قدرة الدولة علي تحقيق إحتياجاتها.

ومجال الدراسة التطبيقية في دراستنا هو قطاع المنتجات النسجية المصري خلال الفترة من عام ١٩٩٠م - ٢٠٠٥م، وكان إختيارنا لهذا القطاع نظراً لما تمتع به هذا القطاع من ميزة تنافسية موجبة مستمرة ومستقرة - علي المستوي التطبيقي - حتي وإن إبتابتها حالات من التذبذب بين الحين والآخر، هذا بالإضافة إلي أن هذا القطاع ذو ثقل تاريخي للصناعة المصرية وأهمية نسبية كبيرة في الخريطة الصناعية والتجارية المصرية من حيث :

- عدد العاملين به، وكذا عدد المصانع والوحدات الإنتاجية التي يشملها هذا القطاع .
- حجم الناتج الذي ينتجه ونسبته للناتج الصناعي في مصر .
- حجم صادرات هذا القطاع ونسبته لإجمالي الصادرات الصناعية المصرية .
- توافر كافة مستلزمات الإنتاج لهذا القطاع وخاصة القطن المصري طويل النيلة.

ومع أن تلك العناصر من العناصر الضرورية لإملاك قدرة تنافسية لقطاع إنتاجي ما، إلا أنه لا يجب الإعتماد علي تلك العناصر علي أنها قادرة وكافية علي تحقيق وتعظيم قدرة تنافسية للمنتجات النسجية المصرية مستمرة ومستقرة، وذلك حيث أن تلك العناصر تضمن فقط الحصول علي ميزة تنافسية مكتسبة أو موروثية وليست مخلقة أو متجددة، فالحصول علي تلك الأخيرة يلزم توافر العوامل البيئية والوظيفية والمؤسسية التي تضمن توفر ميزة تنافسية مخلقة ومستمرة . علاوة علي ما سبق يعتبر الإستخدام الأمثل للموارد الإقتصادية ، ومن ثم تحقيق الكفاءة الإقتصادية لجميع المراحل الإنتاجية بقطاع المنتجات النسجية ، حجر الزاوية الرئيسي لإملاك الميزة التنافسية المخلقة والمستمرة لذلك القطاع بما يحقق النفاذ الدائم لكل من الأسواق المحلية والدولية.

## ٢- مشكلة البحث :

يمكن صياغة المشكلة الرئيسية للدراسة بصورة مبسطة من خلال النقاط التالية :

- يعاني الإقتصاد المصري منذ فترة طويلة من إختلال توازنه الخارجي والمتولد أساساً من الإختلالات الداخلية به - الإختلالات الهيكلية والوظيفية والمؤسسية- الأمر الذي يجعل من تعظيم القدرة التنافسية للإقتصاد المصري شرط ضروري للقضاء علي ذلك الإختلال الخارجي للإقتصاد المصري.
- تعظيم القدرة التنافسية للإقتصاد المصري يعتبر أحد المقومات والمتطلبات الرئيسية لأي إستراتيجية تنموية في مصر في الوقت الحالي وذلك في ضوء المتغيرات والمستجدات العالمية الدولية المعاصرة مع التركيز علي أهم القطاعات الصناعية المصرية وهو قطاع المنتجات النسجية .
- يواجه الإقتصاد المصري مجموعة من الضياعات الإقتصادية علي المستوي القومي والقطاعي والجزئي ، تلك الضياعات المتولدة عن عدم الكفاءة الإقتصادية في إستغلال الموارد الإقتصادية المتاحة . الأمر الذي يشير إلي أهمية العلاقة الارتباطية بين نمط الإستخدام الأمثل للموارد الإقتصادية علي المستوي الكلي والقطاعي والجزئي وبين تعظيم القدرة التنافسية في كل من الأسواق المحلية والدولية .

- تمتع قطاع المنتجات النسيجية بميزة تنافسية موجبة خلال فترة التسعينات ، إلا أنه واجه العديد من المستجدات الداخلية والخارجية خاصة خلال الخمس سنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين والتي كان لها أثر سلبياً علي القدرة التنافسية للمنتجات النسيجية المصرية في كل من السوق المحلي والعالمي.
- يتعايش قطاع المنتجات النسيجية المصري مع مجموعة من الاختلالات الهيكلية والمؤسسية والوظيفية منذ فترة طويلة وحتى الآن، مما ساهم في المشكلات والعوائق التي واجهها وبواجهها قطاع المنتجات النسيجية الأمر الذي يؤثر سلباً علي إمكانية تعظيم القدرة التنافسية لهذا القطاع الهام في مصر .

### ٣- أهمية البحث :

- يمثل تعظيم القدرة التنافسية لأي إقتصاد وطني معاصر أو أي صناعة أو منتج ما أحد الأدوات الرئيسية للتعایش في البيئة الإقتصادية العالمية المعاصرة والتي تتصف بأنها سريعة التطور والتغير المستمر سواء علي نطاق التحليل الإقتصادي الجزئي أو الكلي، ولما تفرضه تلك البيئة العالمية من ضرورة إمتلاك مقومات وأدوات للتعایش الإقتصادي والسياسي والإجتماعي في نطاق النظام العالمي المعاصر . ويتركز إهتمام البحث علي تعظيم القدرة التنافسية التصديرية، فقطاع التصدير في أي دولة وخاصة الدول النامية ومن بينها مصر هو أحد الركائز الأساسية لعملية التنمية الإقتصادية وذلك من خلال :
- خلق فرص عمل جديدة حيث تعد القطاعات التصديرية مجالاً خصباً لتوليد المزيد من فرص العمل نظراً لتنامي نطاق السوق المستهدف للمنتجات المعنية من سوق محلي محدود إلي أسواق عالمية مترامية الأطراف ومتعددة الأذواق.
  - إصلاح العجز في ميزان المدفوعات والذي تلعب الصادرات دوراً مباشراً في معالجة الخلل المزمن في الميزان التجاري كما في حالة الميزان التجاري المصري.
  - تحقيق الإستقرار النقدي فالصادرات أحد الموارد الرئيسية للنقد الأجنبي، ومن ثم فإن زيادة الصادرات تنعكس بصورة إيجابية علي قوة العملة الوطنية وتحقيق الإستقرار النقدي ككل .
  - جذب الإستثمار الأجنبي حيث ترتبط الصادرات والإستثمارات الأجنبية بعلاقات تشابكية تبادلية، فيفتنر قدم الإستثمار الأجنبي عادة بجلب التكنولوجيا الحديثة والخبرة في الإدارة وتوثيق الروابط بالأسواق العالمية وهو الأمر الذي من شأنه زيادة الصادرات ومن ناحية أخرى فإن تنامي الصادرات يعد حافزاً قوياً لجذب المزيد من الإستثمارات الأجنبية
  - إعادة تخصيص الموارد بصورة أكثر كفاءة فالقطاعات التصديرية أكثر قطاعات النشاط الإقتصادي للدولة تمتعاً بالمزايا التنافسية ومن ثم فإنها تعد بمثابة الدليل الذي يمكن الإهتمام به لإعادة توزيع الموارد بصورة أكثر كفاءة وبما يحقق الإرتفاع بمستويات الدخل القومي .

علي تعاملات مصر مع العالم الخارجي مما زاد من عجز ميزان المدفوعات وبالذات العجز في ميزان المعاملات الجارية وعلي وجه الخصوص ميزان التجارة المنظورة .  
ج- لتعظيم القدرة التنافسية للمنتجات المصرية في السوق العالمي يجب أولاً العمل علي رفع الكفاءة الإنتاجية لعوامل الإنتاج سواء علي مستوي المؤسسة أو المشروع (المستوي الجزئي) أو علي مستوي المجتمع ككل (المستوي الكلي)، الأمر الذي يتطلب في المقام الأول إمتلاك المقومات الرئيسية لتعظيم القدرة التنافسية للاقتصاد المصري.  
د- تحليل الأهمية الاقتصادية لقطاع المنتجات النسيجية للاقتصاد المصري خلال الفترة من عام ١٩٩٠: ٢٠٠٥م من خلال:

- فرص العمل التي يوفرها، وكذا عدد وحجم المنشآت الإنتاجية بقطاع المنتجات النسيجية.
- قيمة وكمية صافي صادرات المنتجات النسيجية .
- القيمة المضافة الإجمالية والصافية المنحققة بقطاع المنتجات النسيجية.
- قيمة الإنتاج الكمي والقيمي من أهم أصناف المنتجات النسيجية المصري.

هـ- تحديد مجموعة السياسات والإجراءات الواجبة الإتباع لتنفيذ الأهداف الإستراتيجية لتنشيط الصادرات المصرية ومن ثم إتباع مجموعة أخرى من السياسات لتعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد المصري ككل .

و- تحديد أهم العوامل المحددة للقدرة التنافسية للصادرات المصرية بالتطبيق علي الصادرات المصرية من المنتجات النسيجية خلال الفترة من عام ١٩٩٠م وحتى عام ٢٠٠٥م وذلك من خلال نموذج قياسي.

#### ٥- فروض البحث :

يمكن تحديد الفروض الرئيسية للبحث فيما يلي :

- هناك علاقة قوية وعضوية بين إستمرار العجز في الميزان التجاري المصري وخاصة ميزان التجارة المنظورة وبين الإختلالات الهيكلية الأخرى في الاقتصاد المصري . الأمر الذي يدل علي فشل برنامج الإصلاح الاقتصادي سواء من خلال سياسات برنامج التثبيت الاقتصادي أو سياسات برنامج التكيف الهيكلي في تحقيق إصلاح اقتصادي حقيقي، وهو ما تتناوله دراستنا من خلال تعظيم القدرة التنافسية للاقتصاد المصري - بالتطبيق علي قطاع المنتجات النسيجية - وبين قيمة الصادرات المصرية - ممثله في صافي صادرات المنتجات النسيجية المصرية .
- يتطلب تحقيق التنمية الاقتصادية في مصر تبني إستراتيجية التوجه التصديري أو الخارجي، وذلك نظراً إلي أن التنمية الاقتصادية تحتاج زيادة حجم ومعدل الإدخار الإجمالي والذي يتطلب زيادته القدر المناسب من القوة الشرائية الخارجية .
- تتطلب إستراتيجية تنشيط الصادرات المصرية وضع أهداف إستراتيجية لها ومن ثم سياسات وإجراءات لتحقيقها سواء علي المدى المتوسط والطويل الأجل هذا بالإضافة للأهداف قصيرة الأجل، وذلك كله بغرض تعظيم القدرة التنافسية للاقتصاد المصري في ضوء المستجدات والمتغيرات التي شهدتها النظام الاقتصادي العالمي .

- الإنفراج بالآثار الديناميكية للتصدير فالعملية التصديرية تقتزن عادة بتولد ضغوط كثيفة من المنافسة في السوق العالمي وهو الأمر الذي من شأنه سعي المنتجون نحو تحسين الجودة ورفع كفاءة الإنتاج واكتساب الفنون الإنتاجية والأساليب الإدارية الحديثة. الاستفادة من وفورات الحجم الكبير حيث يتيح الإنفتاح علي الأسواق العالمية الأخذ بأليات الحجم الكبير والذي يمثل بدوره أحد العناصر الأساسية لزيادة القدرة التنافسية في العديد من الصناعات التي يتجاوز الحد الأدنى للإنتاج الكفاء لها حجم السوق المحلي .
- ومجال الدراسة التطبيقية في دراستنا هو قطاع المنتجات النسجية، حيث يعتبر قطاع المنتجات النسجية مجالاً واسعاً لتوضيح محددات الميزة التنافسية من حيث :
  - عناصر الإنتاج: يمتلك الخامات الأساسية والمتمثلة في القطن إلا أنها تعتبر من العناصر التقليدية الموروثة وليست المتخصصة أو المتقدمة.
  - أوضاع الطلب : إنخفاض الطلب علي المنتجات النسجية المصرية أمام المنافسة الشديدة من الدول الأخرى من حيث الجودة والسعر نتيجة عدم الإهتمام بالبحوث والتطوير، وكذا التحرير الكامل لهذا القطاع من كافة القيود الكمية والقيود والتعريفات مع بداية عام ٢٠٠٥ م .
  - الصناعات المدعمة والمغذية : تفقد مصر إلي وجود هذه الصناعات في شكل عناقد صناعية "clusters" حققت النجاح التنافسي في دول كثيرة مثل صناعة الملابس والموضة والمجوهرات والأحذية والمصنوعات الجلدية في إيطاليا، وصناعة الكيماويات وماكينات الطباعة والأحبار والأقلام في ألمانيا، والزراعة والأسمدة ومعدات الري في إسرائيل .
  - أما الحكومة : كمحدد مساعد تستطيع أن تؤثر علي المحددات الأخرى بطريقة إيجابية أو سلبية عن طريق وسائل الإعلام والتأثير علي السياسات والإستراتيجيات وهيكل المنافسة المحلية من خلال بعض السياسات المالية والنقدية مثل الضرائب والتسهيلات الائتمانية أو من خلال القوانين والتشريعات المنظمة والمشجعة للإستثمار مثل قانون تشجيع المنافسة ومنع الإحتكار مع الأخذ في الإعتبار أهمية تفعيل الأدوات والآليات المنفذة لأي قانون وليس في إصدار القانون فقط .

#### ٤- أهداف البحث :

- ينطلب تعظيم القدرة التنافسية للإقتصاد المصري تحديد مجموعة من الأهداف الإستراتيجية لنفاذ المنتجات المصرية لكل من السوق المحلي والدولي، ومن ثم مجموعة من السياسات الإقتصادية لتحقيق تلك الأهداف علي المدى القصير والمتوسط والطويل. وتستهدف الدراسة أيضاً تناول وتحليل المشكلات والعوائق الرئيسية التي تحول دون تعظيم القدرة التنافسية للإقتصاد المصري علي وجه العموم ولقطاع المنتجات النسجية علي وجه الخصوص. هذا بالإضافة إلي تحديد أهم العوامل المحددة للقدرة التنافسية للمنتجات النسجية المصرية. وتتحقق الأهداف الرئيسية والفرعية للبحث من خلال التسلسل المنهجي التالي :
- أ- تناول المفاهيم المختلفة للتنافسية علي النطاق الكلي والقطاعي والجزئي . وكذا أهم مبادئ ومحددات التنافسية ، هذا بالإضافة إلي المؤشرات المختلفة لقياس التنافسية .
- ب- تقييم النتائج الفعلية لبرنامج الإصلاح الإقتصادي في مصر خلال الخمسة عشر عاماً الماضية من عام ١٩٩٠م وحتى عام ٢٠٠٥م، مع التركيز علي أثر برنامج الإصلاح الإقتصادي

- يعتبر قطاع المنتجات النسيجية في مصر مجالاً واسعاً وخصباً لتطبيق أساليب تعظيم القدرة التنافسية لما يتمتع به من ميزات تنافسية موجبة لفترات طويلة . ويتطلب ذلك بالضرورة مواجهة المشاكل المختلفة التي يعاني منها.

#### ٦- الدراسات السابقة :

ونود أن نشير في هذا السياق إلى بعض تلك الدراسات والأبحاث ذات الصلة بموضوع دراستنا

- تناولت الدراسة التي أعدها الباحث محمود حامد محمود عبدالرازق عن المعلومات ودورها في أداء الصادرات الصناعية " دراسة تطبيقية علي الإقتصاد المصري" أهمية دور المعلومات للنشاط الإقتصادي وبالتالي في تحسين القدرة التنافسية للإنتاج والصادرات الصناعية وذلك من خلال مجموعة من الخطوات التي يراها الباحث مناسبة لتحقيق الهدف . فبعد عرض الإطار النظري لخدمات المعلومات كخطوة أولى يتبع ذلك توضيح أهمية الإعتماد علي المعلومات كمحدد للميزة التنافسية للصادرات الصناعية المصرية من خلال إدخال المعلومات كأحد محددات دالة عرض الصادرات الصناعية.
- استهدفت الدراسة التي أعدتها الباحثة مها محمد مصطفى الشال عن بناء القدرة التنافسية للصناعة المصرية في ظل المتغيرات العالمية الجديدة إلى تحقيق الأهداف التالية :
  - دراسة هيكل الصناعة المصرية في الوضع الحالي ودورها في الإقتصاد القومي، وتقييم مدي مساهمة قطاع الصناعة المصرية في إجمالي الصادرات المصرية .
  - الكشف عن التحديات التي تواجه الصناعة المصرية والصادرات الصناعية المصرية في ظل المتغيرات العالمية والمحلية، ورصد هذه التحديات في المرحلة الحالية .
  - بحث كيفية بناء القدرة التنافسية للصناعة المصرية في ظل المتغيرات العالمية الجديدة، ودعم إتجاه الدولة إلى الإنتاج من أجل التصدير وليس تصدير الفائض، وذلك من أجل تدعيم القدرة التنافسية للصناعة المصرية في الأسواق العالمية .
- ركزت الدراسة التي قدمتها أمال ضيف بسيوني يوسف عن القدرة التنافسية للإقتصاد المصري في ظل إتفاقيات الجات " دراسة تطبيقية علي القطاع الصناعي مع التركيز علي (صناعة الغزل والنسيج) إلى تحقيق الأتي :

- (١) قياس القدرة التنافسية للإقتصاد المصري وتحديد وسائل الإرتقاء بها .
- (٢) دراسة الآثار الإقتصادية المتوقعة لإتفاقية الجات ١٩٩٤م وإتفاقية الألياف المتعددة MFA علي التجارة الخارجية للقطاع الصناعي في مصر (صناعة الغزل والنسيج) في إطار منظمة التجارة العالمية .
- (٣) بيان أهمية القدرة التنافسية في زيادة الوزن النسبي لتجارة مصر الدولية من الغزل والنسيج .

- (٤) التأكد من ضرورة التكامل بين الميزتين النسبية والتنافسية في الإقتصاد القومي خاصة في القطاع الصناعي (الغزل والنسيج) من أجل تحقيق وزن تنافسي قوي لمصر يتيح لها فرصة التواجد بين الدول المتنافسة في أسواق التصدير الدولية .
- (٥) التنبؤ بمستقبل التجارة الخارجية لصناعة الغزل والنسيج في ظل تحرير التجارة الدولية وإمكانية تحقيق القدرة التنافسية .

• ركزت دراسة علاء فوزي علي إصمامة عن تحديث الصناعة المصرية في ظل المتغيرات الدولية المعاصرة " مع التطبيق علي قطاع الصناعات النسيجية " علي تناول أهم التحديات والمشاكل التي تواجه قطاع المنتجات النسيجية المصري والتي تحول دون تعظيم تنافسيته وتؤثر بشكل مباشر في مدي قدرة هذا القطاع الحيوي علي المنافسة في الداخل والخارج، كما إستهدفت الدراسة أيضاً تشخيص الوضع الراهن للصناعة المصرية، والوقوف علي أهم التحديات التي تواجهها، وتحديد متطلبات تحديث الصناعة المصرية، كما إهتمت الدراسة بتحديد دور برنامج تحديث الصناعة المصرية في دعم القدرة التنافسية للصناعة المصرية بصفة عامة، والصناعات النسيجية بصفة خاصة . هذا بالإضافة إلي وضع رؤية مستقبلية للسياسات المتبعة لتطوير وتحديث الصناعة النسيجية المصرية ومستقبل الصادرات النسيجية المصرية.

• وفي دراسة عن الأسواق الخارجية وسبل النفاذ إليها ضمن سلسلة قضايا التخطيط والتنمية عرفت التنافسية بأنها "قدرة الدولة علي إنتاج السلع والخدمات التي تنجح في اختراق الأسواق الدولية، وفي نفس الوقت تزيد الدخل الحقيقي للأفراد وتحقق معدلات نمو مرتفعة ومستدامة" . وعليه فإن التحدي الأساسي أمام الدول النامية ومن بينها مصر يكمن في تحسين القدرة التنافسية لضمان الإستمرار في بيئة دولية تتعايش فيها نزعات جديدة في ممارسة الأعمال تتمثل في عولمة الأسواق وتمائل خيارات المستهلكين مما ينعكس في تزايد تشعب وتعقد السلع والخدمات والبرامج والإستراتيجيات التسويقية وبما يولد فرصاً ويضع تحديات عليها من خلال إجبارها علي إعادة تنظيم هيكلها الإنتاجية وأساليبها في التسويق بغرض الوصول إلي الأسواق الدولية التي تخضع للمنافسة من قبل الدول المتقدمة وكبري الشركات متعددة الجنسيات .

ويستلزم تعزيز قدرة الصادرات المصرية علي النفاذ إلي الأسواق الدولية التعرف علي بيئة التسويق الدولي بمتغيراتها الاقتصادية والسياسية والمؤسسية والتشريعية وغيرها مثل :

- خصائص الأسواق .
- إستراتيجيات الدخول .
- طبيعة الطلب العالمي .
- درجة الحمائية .
- الفهم الواضح لتنافسية المنتج .

الأمر الذي ينطوي عليه القدرة علي إيجاد منتجات جديدة وعالية الجودة قابلة للتسويق، وسرعة إيصال المنتج للسوق وبأسعار تنافسية ..... الخ .



- تناولت الدراسة التي أعدها سميحة فوزي وندي مسعود " عن مستقبل الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة في ظل القواعد الجديدة للتجارة العالمية" العديد من التغيرات التي من شأنها التأثير على مستقبل التجارة العالمية للمنسوجات والملابس الجاهزة. ولعل من أهم هذه المستجدات إلغاء نظام الحصص الكمية بدءاً من عام ٢٠٠٥م، وإنضمام الصين لمنظمة التجارة العالمية، وظهور أدوات جديدة للحماية، وتنامي التجارة البينية داخل التكتلات الإقليمية، وسيطرة الشبكات السلعية العالمية علي إنتاج وتجارة تلك المنتجات، وأخيراً اتجاه أكبر منتجي المنتجات النسيجية علي المستوى العالمي إلي الإستخدام الكثيف للألياف الصناعية . هذا ويلاحظ أن هذه التغيرات وإن كانت تعكس في مجملها درجة أعلى من التحرير في تجارة المنسوجات والملابس ومن ثم تتيح فرصاً أوسع للتصدير، إلا أنها تفرض في الوقت ذاته تحديات كبيرة أمام هذه الصادرات . وتهدف هذه الدراسة أيضاً إلي تحليل الآثار المتوقعة لهذه التغيرات علي مستقبل صادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة في ظل بديلين محتملين : الأول أن تظل الأوضاع الداخلية علي ما هي عليه، والثاني، أن يقرر المجتمع المصري حكومة ومنتجين ومصدرين إتخاذ الإصلاحات الضرورية التي تضمن التكيف مع هذه التغيرات، بل وتعظيم الإستفادة منها . وقد أوضحت الدراسة التحليلية بتلك الدراسة أنه إذا ما ظلت الأوضاع الداخلية علي ما هي عليه، ستعجز الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة عن الإستفادة من تحرير التجارة، ومواجهة المنافسة، وإستيفاء شروط النفاذ للأسواق . بل من المتوقع أن ينتهي الأمر إلي تراجع نسبة الصادرات المصرية من المنتجات النسيجية في أسواقها الرئيسية . وعليه يصبح البديل الثاني أمراً حتمياً، وقد إنتهت الدراسة إلي أن زيادة نصيب الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة من السوق العالمية لتجارة هذه السلع في المستقبل، هو رهن بثلاثة أمور وهي : إيجاد حافز للمنتجين علي التصدير، ورفع القدرة التنافسية للمنسوجات والملابس المصرية، وأخيراً الإلتزام بالمواصفات والمعايير الدولية لضمان نفاذ تلك المنتجات إلي الأسواق الخارجية .
- استهدفت الورقة التي أعدها غرفة الصناعات النسيجية المصرية وجهات أخرى إلي التوصل لوضع الخطوط الرئيسية لإستراتيجية للصناعات النسيجية المصرية (٢٠٠٤م - ٢٠١٠) تهدف إلي "رفع كفاءة المصانع بالداخل لتغطية إحتياجات المواطنين وزيادة قيمة الصادرات المصرية إلي ٥ مليار دولار سنوياً والعمالة إلي ٣ مليون عامل وبالتالي تتحول مصر إلي قوة رئيسية في السوق الدولية للصناعات النسيجية". وتحاول هذه الورقة رسم طريق الوصول إلي هذا الهدف من خلال معالجة ثلاثة محاور هي :
  - المحور الأول: الهيكل الحالي للصناعات النسيجية المصرية .
  - المحور الثاني: موقع مصر من الخريطة الدولية للصناعات النسيجية .
  - المحور الثالث: السياسات المطلوبة لتحويل مصر إلي قوة رئيسية في السوق الدولية للصناعات النسيجية .
- وفي نهاية تناولنا لأهم الدراسات السابقة نود أن نعرض لبعض الأوراق البحثية في المؤتمر العلمي الثالث والعشرين للاقتصاديين المصريين تحت عنوان "القدرة التنافسية للاقتصاد المصري" في الفترة من ٨-١٠ مايو ٢٠٠٣م ومن بين الأوراق البحثية ما يلي:

- تعرضت الدراسة التي أعدها كل من الأستاذة الدكتورة نجوي علي خشبة - أستاذ ورئيس قسم الاقتصاد بكلية التجارة بالإسماعيلية - جامعة قناة السويس . والأستاذة سهام فتحي إبراهيم - باحث اقتصادي بجامعة قناة السويس عن " قياس الميزة التنافسية للقطاع الصناعي في الاقتصاد المصري " من خلال التعرض للموضوعات التالية :

- مفهوم الميزة التنافسية .
- محددات الميزة التنافسية علي مستوي الصناعة.
- أهم المؤشرات المستخدمة لقياس الميزة التنافسية.
- قياس المزايا التنافسية لأنشطة القطاع الصناعي في الاقتصاد المصري .

#### ٧- مناهج البحث :

إعتمدت الدراسة في تناول المشكلة البحثية علي المنهج الاستنباطي في تحليل وتفسير الظواهر والمتغيرات المتعلقة بموضوع البحث، علاوة علي إعتداد الدراسة الرئيسي علي منهج تحليل النظم في تحليل وتتبع تلك الظواهر والمتغيرات المتعلقة بموضوع البحث والعلاقات التي تربط بينها ، وكذا استخدام الجداول الإحصائية والرسوم البيانية لتوضيح تلك العلاقة بين تلك المتغيرات ، ومن أهم تلك الظواهر والمتغيرات ما يلي:

- العلاقة بين العجز في الميزان التجاري المصري وخاصة ميزان التجارة المنظورة وبين الإختلالات الهيكلية الأخرى في الإقتصاد المصري .
- العلاقة الإرتباطية بين القدرة التنافسية وكافة المقومات الإقتصادية الأساسية لإمتلاكها .
- العلاقة الإرتباطية والتبادلية بين قيمة صافي الصادرات المصرية من المنتجات النسيجية وتعظيم القدرة التنافسية للمنتجات النسيجية المصرية .
- أهم العوامل المحددة للقدرة التنافسية للمنتجات النسيجية المصرية .

وبناء علي ذلك ، فإن البناء المنهجي للدراسة يتكون مما يلي :

إطار نظري مرجعي يشمل ما يلي :

- أ- أهم تعريفات ومفاهيم التنافسية علي المستوي الكلي والقطاعي والجزئي ، وكذا أهم محددات ومبادئ ومؤشرات التنافسية . وسيتم تناول ذلك في الفصل الأول من الدراسة .
- ب- هيكل الإقتصاد المصري والأهمية النسبية للتجارة الخارجية . وسيتم تناوله بالفصل الثاني من الدراسة .
- ج- الأهمية النسبية للصناعات النسيجية في الإقتصاد المصري . وسيتم تناول ذلك بالفصل الثالث من الدراسة .
- د- تنافسية الصادرات المصرية من المنتجات النسيجية في ظل القواعد الجديدة للتجارة العالمية . علي أن يتم تناول ذلك بالفصل الرابع من الدراسة .

- إطار تطبيقي : يحتوي علي دراسة قياسية تشمل علي بناء وتحليل نموذجين قياسيين لتفسير وتحليل متغيرات أو محددات تعظيم تنافسية المنتجات النسيجية المصرية من

أجل الوصول في نهاية دراستنا إلى وضع رؤية أو تصور عن أساليب أو سياسات لتعظيم تنافسية المنتجات النسجية المصرية في ضوء المتغيرات التي تم قياسها وجمع البيانات عنها خلال الفترة من عام ١٩٩٠ وحتى عام ٢٠٠٥ م :

• يقيس النموذج الأول العلاقة بين تعظيم تنافسية الصادرات المصرية من المنتجات النسجية وقيمة الصادرات من تلك المنتجات خلال الفترة من عام ١٩٩٠ وحتى عام ٢٠٠٥ م . فالمتغير التابع في هذا النموذج هو تنافسية الصادرات المصرية من المنتجات النسجية وسنرمز له بالرمز "Y" . أما المتغير المستقل أو المفسر فهو قيمة صافي الصادرات المصرية من المنتجات النسجية خلال الفترة من عام ١٩٩٠م وحتى عام ٢٠٠٥م وسنرمز له بالرمز "X" .

• والنموذج القياسي الثاني فهو يقيس العلاقة بين تنافسية الصادرات النسجية المصرية خلال الفترة من عام ١٩٩٠ وحتى عام ٢٠٠٥م والمتغيرات الكمية المؤثرة فيها . وسنعمد على متغيرات كمية محلية مفسرة يسهل قياسها خلال الفترة المذكورة منها تحديداً :

١. الناتج المحلي الإجمالي في مصر بالأسعار الثابتة ( ٩٢/٩١ ) خلال الفترة من عام ١٩٩٠ وحتى عام ٢٠٠٥م بالمليون جنية . وسنرمز له بالرمز — x1.
٢. الإستثمار الأجنبي المباشر ونرمز له بالرمز — x3.
٣. سعر صرف الدولار (سعر الصرف الحقيقي) خلال الفترة المذكورة — x5.
٤. تطور أسعار المستهلكين خلال الفترة المذكورة — x4.
٥. متوسط دخل الفرد بالجنية خلال الفترة المذكورة — x2.
٦. المتغير العشوائي الذي يوضح تأثير المتغيرات النوعية أو تأثير باقي المتغيرات التي لم يدخلها النموذج القياسي وسنرمز له بالرمز — e.

هذا من ناحية المتغيرات المحلية والتي تؤثر علي التنافسية للمنتجات النسجية المصرية، أما المتغيرات الخارجية أو الدولية فستركز الدراسة علي أهم المتغيرات في كل من الولايات المتحدة الأمريكية ومنطقة اليورو خلال فترة الدراسة من عام ١٩٩٠ وحتى عام ٢٠٠٥م حيث يمثل أهم شركاء مصر سواء في جانب الصادرات أو الواردات وعلي ذلك إهتمت الدراسة بالمتغيرات التالية :

١. الناتج المحلي الإجمالي في الولايات المتحدة الأمريكية بالأسعار الثابتة وبالمليار دولار خلال فترة الدراسة من عام ١٩٩٠ وحتى عام ٢٠٠٥ x6
٢. الرقم القياسي لأسعار المنتجات في الولايات المتحدة خلال الفترة المذكورة x7.
٣. الرقم القياسي للناتج الصناعي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة المذكورة x8.
٤. الناتج المحلي الإجمالي في منطقة اليورو بالأسعار الثابتة وبالمليار يورو وخلال نفس الفترة المذكورة أعلاه .
٥. الرقم القياسي لأسعار المنتجات في منطقة اليورو خلال الفترة المذكورة
٦. تطور أسعار المستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة المذكورة x9.

٧. تطور أسعار المستهلكين في منطقة اليورو خلال الفترة المذكورة .  
وتجدر الإشارة إلي أن الدراسة حاولت أن ترصد سلوك بعض المتغيرات الاقتصادية  
خلال السنوات التالية لفترة الدراسة - ١٩٩٠ : ٢٠٠٥م - وبالتحديد حتى عام ٢٠٠٨م .  
ومن تلك المتغيرات :

- قياس الميزة التنافسية للمنتجات النسجية المصرية من عام ١٩٩٠م : ٢٠٠٨م .
- قيم الإستثمار الأجنبي المباشر بقطاع المنتجات النسجية المصري خلال الفترة من  
يناير ١٩٩٠م : مارس ٢٠٠٨م .
- قيم المبيعات المحلية والصادرات الخاصة بأهم الشركات التابعة للشركة القابضة للقطن  
والغزل والنسيج والملابس الجاهزة خلال عامي ٢٠٠٨/٢٠٠٩ : ٢٠٠٩/٢٠١٠م .
- أهم المتغيرات المالية والتمويلية والإستثمارات والقوي العاملة والربحية بالشركة  
القابضة للقطن والغزل والنسيج والملابس الجاهزة وبعض الشركات التابعة لها في  
ميزانية ٢٠٠٨/٦/٣٠م .
- الأداء الفعلي للصادرات المصرية من المنتجات النسجية حتى فبراير ٢٠٠٩م .

#### ٨- هيكل الدراسة :

تشمل الدراسة مقدمة وخمسة فصول ونتائج وتوصيات وملحق إحصائي وقائمة المراجع .  
وترتيب الفصول كالتالي :

#### الفصل الأول

التنافسية والنفاد للأسواق الدولية

( المفهوم - المبادئ - المحددات - المؤشرات )

المبحث الأول: التنافسية : المفهوم والمحددات والمبادئ والأنواع.

المبحث الثاني: قياس التنافسية : المنهجية والمستويات والمؤشرات .

المبحث الثالث: الإهتمام بالتنافسية وإنعكاساتها علي تطور التجارة الدولية .

#### الفصل الثاني

هيكل الإقتصاد المصري والأهمية النسبية للتجارة الخارجية.

المبحث الأول: المقومات الاقتصادية الأساسية لتوفير بيئة اقتصادية مواتية لتعظيم القدرة  
التنافسية.

المبحث الثاني: الأداء التصديري المصري خلال الفترة من عام ١٩٩٠ حتى عام ٢٠٠٥م .

المبحث الثالث: الدور الحكومي وغير الحكومي في تنشيط الصادرات المصرية.

#### الفصل الثالث

الأهمية النسبية للصناعات النسجية في الإقتصاد المصري

المبحث الأول: تطور الصناعات النسجية في مصر.

المبحث الثاني: هيكل الصناعات النسجية المصرية .

المبحث الثالث: الأداء التصديري بقطاع المنتجات النسجية المصري .

المبحث الرابع: مشاكل قطاع المنتجات النسجية المصري .

#### الفصل الرابع

تنافسية الصادرات المصرية من المنتجات النسجية

في ظل القواعد الجديدة للتجارة العالمية .

- المبحث الأول :** الإتفاقيات التجارية الدولية وأثرها علي قطاع المنتجات النسجية المصري .  
**المبحث الثاني :** مستقبل الصناعات النسجية المصرية في ظل القواعد الجديدة للتجارة العالمية .  
**المبحث الثالث :** تقييم الوضع التنافسي والتكنولوجي للصناعات النسجية المصرية والسياسات المقترحة لتعظيمه .

#### الفصل الخامس

- العوامل المحددة للقدرة التنافسية للمنتجات النسجية في مصر  
**المبحث الأول :** متغيرات النموذج القياسي وفقاً للنظرية الاقتصادية .  
**المبحث الثاني :** نماذج الدراسة القياسية .

#### ٩- أهم نتائج الدراسة :

١. أصبحت التنافسية بمفهومها الشامل أحد أهم الأدوات والوسائل للدخول والتعايش مع متغيرات النظام العالمي الجديد وعلي كافة المستويات السياسية والاقتصادية والإجتماعية، كما إهتمت بالتنافسية كافة الجهات والأوساط الرسمية وغير الرسمية وكذا علي النطاق الكلي أو الجزئي . فالتنافسية أصبحت الهدف المرجو الوصول إليه في إطار الإنتاج السلعي والخدمي وعلي نطاق كافة الوظائف والمهام علي جميع المستويات التنظيمية الجزئية والقطاعية والكلية .
٢. يميز الكثير من الأدبيات بين عدة أنواع من التنافسية أهمها :

- أ- تنافسية التكلفة أو السعر : فالبلد ذو التكاليف الأرخص يتمكن من تصدير السلع إلى الأسواق الخارجية بصورة أفضل .
- ب- التنافسية غير السعرية وتشمل :

- التنافسية النوعية : والتي تشمل بالإضافة إلى النوعية والملائمة وتسهيلات التقديم، وعنصر الابتكار، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الجيدة والأكثر ملائمة للمستهلك - وذلك بوجود المؤسسات المصدرة ذات السمعة الحسنة في السوق - يتمكن من تصدير سلعة أو خدمة حتى ولو كانت أعلى سعراً من سلع منافسة .
- التنافسية التقنية : حيث تتنافس المشروعات من خلال النوعية في صناعات عالية التقنية .

كما تميز الأدبيات أيضا بين إنجاز التنافسية وكمون التنافسية وإستمرارية التنافسية، اذ يتوجب الموازنة بين الإنجاز الأني والكامن لأن التركيز علي أحدهما علي حساب الآخر يؤدي إلى فقدان الغرض الأساسي من البحث في التنافسية .  
 فالتنافسية الظرفية أو الجارية تركز علي مناخ الأعمال وعمليات الشركات وإستراتيجياتها بينما تركز التنافسية المستدامة أو الكامنة علي الابتكار ورأس المال البشري والفكري .

(١) أصبحت القدرة التنافسية في الأسواق الدولية شرطا أساسيا لتوظيف التجارة الخارجية لخدمة النمو في عالم تزداد فيه بشكل متواصل أهمية هذه الأخيرة . وإذا صور البعض التجارة الخارجية علي أنها محرك النمو في الإقتصاديات العصرية والمتقدمة فان

التنافسية هي بمنزلة زيت المحرك الذي لا يمكن أن يعمل بكفاءة من دونه، وهنا تكمن أهمية التعرف إلى الوضع التنافسي للدول في تحديد مكان القوة ومكان الضعف لكل دولة في ذلك الخصوص .

(٢) القدرة التنافسية في ظل المتغيرات العالمية المعاصرة أصبحت أحد المتطلبات الأساسية لتحقيق النمو الاقتصادي من منظور التغيير الكمي لكافة المتغيرات الاقتصادية بالمجتمع كما أنها في نفس الوقت شرط ضروري ولكن ليس كافياً لتحقيق التنمية الاقتصادية من منظور التغيير الكمي والكيفي للمتغيرات الاقتصادية في دولة ما . ومن ناحية أخرى فالتنمية الاقتصادية بما تحدثه من تغيرات كمية وكيفية علي المستوي الاقتصادي والاجتماعي والسياسي لدولة ما ، وما يؤدي إليه النمو الاقتصادي من تغيير كمي لكافة المتغيرات الاقتصادية لتلك الدولة ، يعتبر من الركائز الأساسية لإمتلاك قدرة تنافسية علي المستوي الكلي والقطاعي والجزئي في ذلك المجتمع . ومن ثم فالعلاقة بين التنمية والنمو الاقتصادي من ناحية وبين إمتلاك قدرة تنافسية من ناحية أخرى هي علاقة ارتباطية وتبادلية .

(٣) التنافسية : هي الغاية لأي نشاط إقتصادي علي مستوي الدول والأفراد والوحدات الإنتاجية ، وتحقق التنافسية بالإنضباط الإنتاجي والسلوكي علي المستوي الفردي وعلي مستوي الوحدات الإنتاجية ومن ثم علي مستوي المجتمع ككل . ويمثل ذلك الإنضباط المحور الرئيسي للاختلاف والتميز والتفاوت في التنافسية للنشاط الإنتاجي علي كافة المستويات الجزئية والكلية.

(٤) إن بعض صناعات قطاع الصناعة التحويلية في مصر تتمتع بمزايا نسبية فقط وذلك اعتماداً علي توافر المواد الخام، حيث تمثلت هذه الصناعات في الملابس الجاهزة والمنسوجات، وبعض منتجات الصناعة الكيماوية، وبالتالي فإن تلك الصناعات تعتمد علي توافر مواد خام و مدخلات إنتاجية منخفضة التكاليف، وتلك الصناعات إن كانت تملك ميزة نسبية لتوافر المواد الخام الرخيصة وبالتالي فهي تملك ميزة تنافسية موروثية أو أنية، إلا أنها لا تملك ميزة تنافسية مخلقة أو كامنة وهذا واضح من ضالة نصيب مصر في الأسواق الدولية وخاصة لقطاع المنتجات النسيجية .

(٥) أن قطاع المنتجات النسيجية من القطاعات الرائدة بالاقتصاد القومي من حيث أنه أول القطاعات من حيث عدد المنشآت الإنتاجية لإجمالي عدد المنشآت المسجلة بهيئة التنمية الصناعية وذلك عن عام ٢٠٠٩م وبنسبة من الإجمالي بلغت ٢١,٩%، كما أنه خامس القطاعات من حيث التكاليف الاستثمارية وبنسبة للإجمالي ٨,١%، وهو رابع الأنشطة بالنسبة لقيمة الإنتاج وبنسبة ٩% من الإجمالي، أما من حيث عدد العمال فهو النشاط الأول وبنسبة من الإجمالي بلغت ٢٤,٧%، في حين أنه جاء ثالثاً بالنسبة للأجور السنوية وبنسبة ١٦,٣% من الإجمالي . ولقد انعكس كبر الحجم الاقتصادي لقطاع المنتجات النسيجية وإنخفاض الإنتاجية فيه علي إنخفاض متوسط أجر العامل وإنتاجية الجنية أجر، وكذا كثافة الأموال المستثمرة ومتوسط قيمة الإنتاج للمصنع .

(٦) أن زيادة قيمة صافي الصادرات من المنتجات النسيجية (X) يؤدي إلي زيادة قيمة مؤشر الميزة التنافسية للمنتجات النسيجية المصرية (Y)، كما أن تحقق الميزة التنافسية للمنتجات النسيجية المصرية ينتج عنه أيضاً زيادة قيمة صافي الصادرات من المنتجات

النسجية، أي أن العلاقة بين  $X, Y$  هي علاقة ارتباطية وتبادلية وموجبة، ولكن يراعي أن صافي الصادرات من المنتجات النسجية ليس هو العنصر الوحيد المفسر أو المؤثر علي وجود ميزة تنافسية من عدمه فهناك عناصر أو عوامل أخرى نذكر منها علي سبيل المثال :

- الكفاءة الإنتاجية بقطاع المنتجات النسجية .
  - جودة المنتجات النسجية المصرية .
  - السياسات التسويقية بالسوق الداخلي والخارجي .
  - التطوير التكنولوجي والمعلوماتي .
  - بيئة الأعمال .
  - مدي كفاية الإنتاج للطلب المحلي والخارجي .
  - السياسات والإجراءات الاقتصادية علي المستوى الكلي .
  - تدفق الاستثمارات المحلية والأجنبية لقطاع المنتجات النسجية المصرية .
- وبناء علي ذلك نستنتج نتيجة هامة من القياس الإحصائي بالدراسة أنه لتعظيم القدرة التنافسية التصديرية للمنتجات النسجية المصرية والتي تتحقق في صورة زيادة قيمة صافي الصادرات من المنتجات النسجية المصرية لأبد من تضافر عوامل داخلية - من داخل القطاع أو داخل الدولة - وعوامل خارجية - من خارج القطاع أو من خارج الدولة - وذلك لتحقيق تلك القدرة التنافسية التصديرية .

(٧) أنه من بين التسعة متغيرات المفسرة أو المستقلة والتي تؤثر علي المتغير  $Y$  " وهو الميزة التنافسية للمنتجات النسجية خلال الفترة من عام ١٩٩٠ وحتى عام ٢٠٠٥ م"، نجد ان هناك علاقة ارتباطية قوية بين ٤ متغيرات منها والمتغير التابع  $Y$  وهي بالترتيب  $X1, X2, X3, X7$  وكانت أقوى قيمة لمعامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع  $Y$  هي للعلاقة بين  $X7$  وهو الرقم القياسي لأسعار المنتجات في الولايات المتحدة و  $Y$  وهي الميزة التنافسية للمنتجات النسجية المصرية، الأمر الذي يستدل منه أن المنتجات النسجية المصرية تعتمد في المقام الأول علي الميزة التنافسية السعرية. ويستدل أيضاً من القيمة الكبيرة لتلك العلاقة الارتباطية بين  $X7, Y$  تأثير العوامل الخارجية الكبير علي المنتجات النسجية المصرية وتأثيرها بالعوامل الخارجية مما يدل علي عدم استقرار الميزة التنافسية للمنتجات النسجية المصرية في الأمد المتوسط والطويل وتعرضها للمزاحمة القوية للمنتجات النسجية المنافسة لها في الأسواق الداخلية والخارجية، خاصة في ظل المستجدات والتطورات الجديدة التي يشهدها النظام التجاري العالمي بعد إنشاء منظمة التجارة العالمية عام ١٩٩٥م والتحرير الكامل لقطاع المنتجات النسجية علمياً اعتباراً من عام ٢٠٠٥.

(٨) في ظل تحليلنا الاقتصادي علي علاقة بين  $Y, X3$  يتضح لنا أن قطاع المنتجات النسجية المصري هو قطاع عتيق ولله غير قادر علي تمويل الاستثمارات به داخلياً أو ذاتياً الأمر الذي يستلزم تشجيع تدفق استثمار الأجنبي المباشر وفي سبيل تحقيق ذلك أصبحت أغلب السياسات المطبقة بقطاع المنتجات النسجية المصري سواء السياسات الإنتاجية أو التسويقية أو الاستثمارية هي سياسات منبعاها الخارج وليس الداخل والمصلحة الوطنية، فهذه السياسات الخارجية المنبع تحقق مصالح وأهداف المركز

(مصدر الاستثمارات) وليس أهداف الداخل أو البلد المضيف (مستقبل الاستثمارات أو  
البلد المضيف) .

### ١٠- أهم توصيات الدراسة :

١- يتطلب تعزيز قدرة الصادرات المصرية علي النفاذ إلي الأسواق الدولية التعرف علي  
بيئة التسويق الدولي بمتغيراتها الإقتصادية والسياسية والمؤسسية والتشريعية وغيرها  
مثل خصائص الأسواق، إستراتيجيات الدخول، طبيعة الطلب العالمي، درجة الحمائية،  
الفهم الواضح لتنافسية المنتج بما ينطوي عليه من القدرة علي إيجاد منتجات جديدة  
وعالية الجودة قابلة للتسويق العالمي وسرعة إيصال المنتج للسوق وبأسعار تنافسية .

٢- يتطلب تعظيم القدرة التنافسية للمنتجات المصرية علي وجه العموم وللمنتجات النسجية  
علي وجه الخصوص صياغة خطة شاملة تضم مجموعة من السياسات المناسبة التي  
تضمن في النهاية تحقيق هدف تعظيم القدرة التنافسية للمنتجات النسجية المصرية  
وتشتمل تلك الخطة الشاملة علي تعزيز الكفاءة الإنتاجية والتسويقية بالمرحل  
المختلفة للصناعات النسجية المصرية من غزل ونسيج وملابس جاهزة .

٣- يجب علي الإدارة الإقتصادية علي جميع المستويات أن لا تعمل علي تلبية إحتياجات  
الأسواق الخارجية من المنتجات النسجية المصرية وخاصة الملابس الداخلية القطنية  
والملابس الجاهزة المصرية وكذا المنسوجات المصرية، وذلك علي حساب حرمان  
السوق المحلي نظراً لعدم مرونة الجهاز الإنتاجي للوفاء بإحتياجات كل من السوقين  
المحلي والخارجي، وذلك نظراً لأهمية السوق المحلي أولاً لتعظيم القدرة التنافسية لكافة  
بنود المنتجات النسجية المصرية .

٤- يجب علي مصر من أجل الحفاظ علي التواجد المستمر في الأسواق الدولية وتنمية  
القدرة التنافسية وزيادة نصيبها من الصادرات النسجية في المستقبل التكيف مع التغيرات  
والتحديات التي تفرضها القواعد الجديدة التي تحكم التجارة الدولية في المنتجات النسجية  
. ويحتاج ذلك تنفيذ برنامج شامل للتكيف مع تلك المتغيرات الدولية من خلال تحديد  
أهداف قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل لتعظيم القدرة التنافسية للمنتجات النسجية  
المصرية في كل من السوق المحلي والعالمي .

٥- تقترح الدراسة أن تهتم الدراسات المستقبلية والأبحاث العلمية في مجال تعظيم القدرة  
التنافسية للإقتصاد المصري وخاصة بقطاع المنتجات النسجية بالموضوعات التالية :

- العوامل المؤثرة علي تنمية الصادرات من المنتجات النسجية في المستقبل .
- التهديد التنافسي للصادرات النسجية المصرية في الأسواق الرئيسية لها وخاصة من  
تركيا والصين والدول المنضمة حديثاً للإتحاد الأوروبي (دول أوروبا الشرقية سابقاً)
- تقييم الوضع التنافسي والتكنولوجي للصناعات النسجية المصرية والسياسات  
المقترحة لتعظيمه .



- الإستثمار الأجنبي المباشر ودوره الفعال في تعظيم القدرة التنافسية للصادرات النسيجية المصرية .
- قياس وتحليل الميزة التنافسية للبند الفرعية للمنتجات النسيجية المصرية ، وتحليل الوضع التنافسي لمصر فيها بالنسبة للدول المنافسة لها في كل من السوق المحلي والعالمي .
- تهريب المنتجات النسيجية للسوق الداخلي وأثره على القدرة التنافسية للمنتجات النسيجية المصرية .

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....