

القدرة التنافسية لصادرات البرتقال المصري

أ.د/ عبد الوكيل إبراهيم محمد / أ.د/ فوزى فوزى أبو العيين / د/ داليا حامد جوده الشويخ
أستاذ الاقتصاد الزراعي المتفرغ / أستاذ الاقتصاد الزراعي / أستاذ الاقتصاد الزراعي المساعد
كلية الزراعة - جامعة أسيوط / كلية الزراعة - جامعة الأزهر بأسيوط / كلية الزراعة - جامعة أسيوط

محمد نصر الدين حلمي محمد

مدرس مساعد - قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة الأزهر بأسيوط

مقدمة:

تلعب التجارة الخارجية دورا هاما في الاقتصاد القومى المصرى. وتتمثل أهمية هذا الدور فى تأثيرها على التنمية الاقتصادية وخلق الطلب الخارجى على الصادرات الوطنية. مما يدفع عجلة التنمية نحو زيادة معدل نموها لتغطية حاجة الطلب المحلى بما يعكس على معدل التنمية الاقتصادية. كما تلعب التجارة الخارجية دورا فى توازن البنيان الاقتصادي. والذي يتمثل فى كونها وسيلة للتخلص من فائض الطلب المحلى من خلال الصادرات. تماما كما أنها وسيلة لسد عجز العرض السلعى من خلال الواردات، بما يؤدى إلى إحداث التوازن بين الطلب والعرض.

مشكلة البحث:

على الرغم من أهمية محصول البرتقال فى توفير النقد الاجنبى اللازم لتمويل الخطط الإنمائية، إلا أن النظام التصديرى للبرتقال المصرى يواجه العديد من المشاكل والتي ترتبط بتعدد الدول المستوردة إلى جانب اختلاف أسعار التصدير لكل دولة مستورده له، فضلا عن اختلاف ظروف الطلب على هذا المحصول فى الدول المستوردة له وطاقتها الاستيرادية القسوى، بالإضافة إلى المنافسة التى يواجهها محصول البرتقال المصرى فى الأسواق الخارجية واث ذلك على الكميات المصدرة، الأمر الذى يتطلب التعرف على أهم مؤشرات القدرة التنافسية لهذا المحصول فى أهم الأسواق العالمية لصادرات البرتقال المصرى.

هدف البحث:

يستهدف البحث دراسة مؤشرات القدرة التنافسية للبرتقال المصرى فى أهم الأسواق العالمية التى يصدر اليها خلال الفترة (٢٠٠٨ - ٢٠١٣)، ووصولاً لهذا الهدف فقد استند البحث على معرفة القدرة التنافسية لصادرات مصر من البرتقال فى أهم الأسواق العالمية .

مصادر البيانات والطريقة البحثية:

اعتمد البحث على البيانات الثانوية المنشورة وغير المنشورة الصادرة عن الجهات الرسمية منها الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، ومنظمة الأغذية والزراعة العالمية (الفاو)، فضلا عن موقع الأمم المتحدة على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت). بالإضافة إلى بعض البحوث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث.

- كما اعتمد هذا البحث ايضا فى تحليله للبيانات على أسلوبى التحليل الوصفي والكمي لأهم المؤشرات الاقتصادية للقدرة التنافسية للبرتقال المصرى لقياس مركزها التنافسى فى الأسواق العالمية، ومنها^(٤):

١- **مؤشر الميزة النسبية الظاهرة Revealed Comparative Advantage**: وتعني الميزة النسبية مدي توفر مزايا بالدولة تساعد على إنتاج سلع معينة، كالظروف الطبيعية، والمناخية، والموارد الأولية أو القوي العاملة الرخيصة، إلا أن هذه المزايا قد لا تساعد على المنافسة فى الأسواق الخارجية وقد يرجع ذلك إلى انخفاض الجودة أو لارتفاع التكلفة أو لعدم مطابقة المنتج للمواصفات القياسية التي تتطلبها الأسواق الخارجية. ويعبر مؤشر الميزة النسبية الظاهرة عن النسبة بين الأهمية النسبية لصادرات محصول فى دولة ما إلى الأهمية النسبية لصادرات المحصول فى العالم، وعلى ذلك عندما تكون الأهمية

النسبية لصادرات المحصول في دولة ما اكبر من الأهمية النسبية العالمية لصادرات هذا المحصول تكون قيمة المؤشر أكبر من الواحد الصحيح وبذلك يكون هناك تفوق أو هناك ميزة لصادرات هذا المحصول في هذه الدولة. ولتقدير مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لسلعة ما تستخدم المعادلة التالية:

$$RCA_j = \frac{X_e^j}{X_e^a} \div \frac{X_w^j}{X_w^a}$$

حيث تمثل :

RCA الميزة النسبية الظاهرة

(X_e^j) قيمة صادرات الدولة (e) من السلعة (j) إلى العالم

(X_e^a) قيمة صادرات الدولة (e) الزراعية إلى العالم

(X_w^j) إجمالي قيمة الصادرات العالمية من السلعة (j)

(X_w^a) إجمالي قيمة الصادرات الزراعية العالمية

٢ - معامل اختراق السوق **Market Penetration coefficient**: يعد معامل اختراق السوق

لسلعة ما من أكثر المقاييس استخداما لقياس القدرة التنافسية لأي دولة في تصدير تلك السلعة. لأنه يدل على مدى وجود سوق خارجي حقيقي للسلعة ومدى قابليته لاستيعاب كميات إضافية من تلك السلعة. وكلما زادت القيمة الناتجة دل ذلك على سهولة دخول السوق، وهو عبارة عن النسبة بين واردات أهم الدول المستوردة للسلعة المعنية والاستهلاك الظاهري للسلعة ويتم حسابه كما يلي:

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

حيث:

$(MPR_{i,j})$ هو عبارة عن معامل اختراق سوق الدولة (i) من السلعة (j).

(Me_{ij}) هو عبارة عن صادرات مصر من السلعة (j) لسوق الدولة (i).

(Q_{ij}) هي عبارة عن إنتاج الدولة (i) من السلعة (j).

(M_{ij}) هي عبارة عن واردات الدولة (i) من السلعة (j).

(X_{ij}) هي عبارة عن صادرات الدولة (i) من السلعة (j).

٣ - مؤشر التنافسية السعرية: **Price Competitiveness** هذا المؤشر يستخدم في الحكم على الوضع التنافسي السعري لمصر مقارنة بالدول المنافسة لسلعة تصديرية ما، وكلما انخفض السعر التصديري للدولة ما بالمقارنة بنظيره بالدول الأخرى المنافسة فإن ذلك يعنى وجود ميزة سعرية للسلعة المصدرة وقدرة تنافسية أعلى، والسعر التصديري لا يعكس فقط التكاليف الإنتاجية للسلعة ولكنه يتأثر بعوامل أخرى مثل تكاليف النقل والضرائب وموعد التصدير وغيرها من التكاليف المرتبطة بعملية التصدير والتي أصبحت أكثر تأثيرا على السعر التصديري من التكاليف الإنتاجية. وبطريقة أخرى يتم تقدير مؤشر التنافسية السعرية بين أسعار الدول المنافسة لمصر لسلعة ما، وبين السعر المصري لهذه السلعة خلال سنة وهو كالاتي:

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

حيث:

PA_j نسبة سعر الدولة المنافسة لمصر إلى سعر تصدير مصر لسلعه ما.

(P_c) سعر تصدير الدولة المنافسة لمصر لسلعه ما.

(P_e) سعر تصدير مصر لنفس السلعة.

فإذا كانت قيمة هذا المؤشر اكبر من الواحد الصحيح دل ذلك على أن الدولة المصدرة للسلعة لها ميزة سعرية في تصدير تلك السلعة والعكس صحيح.

النتائج البحثية ومناقشتها:

- أهم مؤشرات قياس القدرة التنافسية لصادرات مصر من محصول البرتقال :

يتناول هذا الجزء أهم المؤشرات الاقتصادية للقدرة التنافسية للبرتقال المصري لقياس مركزها التنافسي في الأسواق العالمية، ومن أهم وأشهر مؤشرات التنافسية التي يمكن استخدامها مؤشر الميزة النسبية الظاهرية، ونسبة الاختراق، كما يمكن استخدام مؤشر التنافسية السعريه.

١- مؤشر الميزة النسبية الظاهرة :

يوضح الجدول رقم (١) مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لمحصول البرتقال خلال الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٢) حيث يتبين انه على الرغم من أن قيمة المؤشر تزيد عن الواحد الصحيح خلال تلك الفترة، مما يعنى وجود ميزة نسبية لصادرات مصر من البرتقال في الأسواق العالمية، الا انه تبين من نفس الجدول المشار اليه انخفاض معامل الميزة النسبية من ٤٨,٥٤ في عام ٢٠٠٨ ليصل إلى أدنى مستوى له حوالى ٣٧,١٢ عام ٢٠١٠، مما يعنى وجود تدهور مستمر في الموقف التنافسي للبرتقال المصري فى الأسواق العالمية، ثم ارتفع فى العامين التاليين ليصل إلى حوالى ٤٩,٢٥، ٤٨,٤٩ فى عامين ٢٠١١، ٢٠١٢ وبلغ متوسط مؤشر الميزة النسبية الظاهرة حوالى ٤٤,٤٩ خلال متوسط الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٢)، الامر الذى يعنى ان هذا المحصول التصديرى من المحاصيل الهامة التى تتنافس بشدة فى الأسواق العالمية، بشرط المحافظة على الأسواق التصديرية لهذا المحصول، والعمل على مزيد من تحسين جودة الثمار المصدرة وفقا للشروط والمواصفات المطلوبة للسوق العالمى وبصفة خاصة أسواق الاتحاد الاوربى.

جدول رقم (١): تقدير معامل الميزة النسبية الظاهرة لصادرات البرتقال المصري

خلال الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٢) (القيمة: مليون دولار)

الميزة النسبية الظاهرة	قيمة الصادرات الزراعية العالمية	قيمة صادرات البرتقال العالمية	قيمة الصادرات الزراعية المصرية	قيمة صادرات البرتقال المصري	البيان السنة
٤٨,٥٤	١٠٦٣٠٣٧	٤٠٠١	٢٠٩٠	٣٨٢	٢٠٠٨
٣٨,٨٤	٩٥٠٢٢٤	٤٠٨٣	٢٩٦٥	٤٩٥	٢٠٠٩
٣٧,١٢	١٠٨٠٠٣٧	٤٥٦٩	٣١٢٩	٤٩١	٢٠١٠
٤٩,٢٥	١٣١٣٩٤٠	٤٧٤٦	٣٠٢٢	٥٣٨	٢٠١١
٤٨,٤٩	١٣٣٦٨٨١	٤٦٣٧	٢٧١١	٤٥٦	٢٠١٢
٤٤,٤٩	١١٥٢٣٢١	٤٤٠٧	٢٧٨٣	٤٧١	المتوسط

المصدر :

- ١- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، قاعدة التجارة الخارجية ، بيانات غير منشورة.
- ٢- شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، منظمة الأغذية والزراعة، (www. FAO.org). بياناته متوفرة حتى عام ٢٠١٢
- ٣- شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، خريطة التجارة، التابع للأمم المتحدة (www. Trade_Map.org).

٢- معامل اختراق السوق:

بتقدير معامل اختراق صادرات البرتقال المصري للأسواق الخارجية خلال الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٣) كما فى الجدول رقم (٢)، يتضح أن معامل اختراق البرتقال المصري لسوق المملكة العربية السعودية بلغ حوالى ٠,٥٩ وهذه القيمة تعنى ان صادرات البرتقال المصري إلى المملكة العربية السعودية تمثل حوالى ٥٩% من اجمالى كمية استهلاك البرتقال داخل المملكة العربية السعودية خلال متوسط الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٣)، كما نجد أن معامل إختراق البرتقال المصري للسعودية قد تزايد من حوالى ٠,٥٧ فى عام ٢٠٠٨ إلى حوالى ٠,٦٣ فى عام ٢٠١٣، مما يدل على على أن السوق السعودى يتسع لكمية أكبر من الصادرات المصرية من البرتقال.

كما تشير النتائج الواردة الى أن معامل اختراق البرتقال المصري لسوق روسيا الاتحادية خلال متوسط الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٣) قد بلغ حوالى ٠,٣٥، مما يعنى أن حوالى ٣٥% من استهلاك البرتقال فى روسيا الاتحادية يأتى من البرتقال المصرى، ولقد تزايد هذا المؤشر خلال فترة الدراسة، حيث بلغ حوالى ٠,٢٧ فى عام ٢٠٠٨ ليصل إلى ٠,٤٧ فى عام ٢٠١٣، مما يدل على أن سوق روسيا الاتحادية يمكن استيعاب كميات أكبر من البرتقال المصرى. الأمر الذى يتطلب بذل كثير من الجهود التسويقية فى هذا الإطار.

كما تبين من النتائج الواردة بالجدول المشار أيضا، أن معامل اختراق البرتقال المصرى لسوق أوكرانيا خلال متوسط الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٣) قد بلغ حوالى ٠,٥٦، مما يعنى أن نحو ٥٦% من استهلاك البرتقال فى أوكرانيا يأتى من البرتقال المصرى، ولقد لوحظ أن هذا المؤشر فى تذبذب خلال فترة الدراسة، حيث بلغ أدنى نسبة له حوالى ٠,٥٤ فى عام ٢٠٠٩، وأقصى نسبة له بلغ حوالى ٠,٦٢ فى عام ٢٠٠٨، الأمر الذى يتطلب بذل كثير من الجهود التسويقية فى هذا الإطار للمحافظة على هذا السوق.

جدول رقم (٢): معدل اختراق السوق للبرتقال المصرى فى أهم الأسواق العالمية المستوردة

خلال الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٣) (الكمية : ألف طن)

معدل اختراق سوق اوكرانيا					معدل اختراق سوق روسيا الاتحادية					معدل اختراق سوق المملكة العربية السعودية				البيان	
معدل اختراق السوق	الصادرات	الإنتاج	التوريدات العالمية من	التوريدات من مصر	معدل اختراق السوق	الصادرات	الإنتاج	التوريدات العالمية من	التوريدات من مصر	معدل اختراق السوق	الصادرات	الإنتاج	التوريدات العالمية من	التوريدات من مصر	السنوات
٠,٢٢	٠	٠	١٤١	٨٧	٠,٢٧	١١	٠	٥٠٢	١٣٥	٠,٥٧	٠	٠	٢٧٨	١٥٩	٢٠٠٨
٠,٥٤	٠	٠	١٢٦	٦٧	٠,٢٩	٥	٠	٤٤٤	١٢٩	٠,٦٠	٠	٠	٣٠٤	١٨٢	٢٠٠٩
٠,٥٥	٠	٠	١٢٥	٦٨	٠,٣٠	١	٠,١٣	٤٩٩	١٥٠	٠,٥٧	١٠	٠	٣٣٢	١٨٢	٢٠١٠
٠,٥٦	٠	٠	١٤٤	٨٠	٠,٣٩	٠	٠,١١	٥٦٨	٢١٩	٠,٥٨	٨	٠	٣٦١	٢٠٥	٢٠١١
٠,٥٧	٠	٠	١١٨	٦٧	٠,٤٠	١	٠,١١	٤٨٩	١٩٧	٠,٦١	٧	٠	٣٩٠	٢٣٣	٢٠١٢
٠,٥٥	٠	٠	١٣٣	٧٣	٠,٤٧	١	٠,١١	٥٠٤	٢٣٤	٠,٦٣	١١	٠	٣٧٤	٢٣٠	٢٠١٣
٠,٥٦	٠,٠٠	٠,٠٠	١٣٠,٩٩	٧٣,٩٠	٠,٣٥	٣,١٧	٠,٠٨	٥٠١,٠٠	١٧٧,٣٣	٠,٥٩	٦	٠	٣٤٠	١٩٩	المتوسط

المصدر :

- ١- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ، قاعدة التجارة الخارجية ، بيانات غير منشورة.
- ٢- شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، منظمة الأغذية والزراعة، (www.FAO.org) بياناته متوفرة حتى عام ٢٠١١
- ٣- شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، خريطة التجارة، التابعة للأمم المتحدة (www.Trade_Map.org).

٣- مؤشر التنافسية السعرية:

أ- السوق السعودى: تم اختيار كل من لبنان واسبانيا وجنوب افريقيا، كأهم الدول المنافسة لمصر فى تصدير البرتقال إلى السوق السعودى، وتبين من الجدول رقم (٣) أن قيم مؤشر التنافسية السعرية للبرتقال المصرى بالنسبة لأسعار البرتقال اللبنانى أنها أقل من الواحد الصحيح وذلك خلال فترة الدراسة، أي أن البرتقال المصرى ليس له ميزة سعرية عن نظيره اللبنانى، وقد بلغ متوسط مؤشر التنافسية السعرية حوالى ٣٧%، خلال الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٣). بينما تبين أن قيم مؤشر التنافسية السعرية للبرتقال المصرى بالنسبة لسعر برتقال اسبانيا أكبر من الواحد الصحيح فى معظم سنوات الدراسة، ما عدا عامى ٢٠٠٨، ٢٠٠٩، حيث لم يستقبل السوق السعودى اى كمية من البرتقال الاسبانى، مما يدل على أن البرتقال المصرى له ميزة سعرية عن البرتقال الاسبانى، وقد بلغ متوسطه حوالى ١,٤١ خلال فترة الدراسة. كما لوحظ أن مؤشر التنافسية السعرية للبرتقال المصرى بالنسبة لسعر برتقال جنوب افريقيا أقل من الواحد الصحيح خلال اعوام ٢٠٠٨، ٢٠٠٩، ٢٠١٠، ٢٠١١، ٢٠١٢، ٢٠١٣ كانت النسبة أكبر من الواحد الصحيح، مما يشير الى ارتفاع حدة المنافسة بين البرتقال المصرى والبرتقال

الجنوب إفريقي في بداية الفترة الزمنية في السوق السعودي، وقد بلغ متوسطه حوالي ١,٢١ في خلال متوسط نفس الفترة، واصبح للبرتقال المصري ميزة سعريه.

ب- سوق روسيا الاتحادية: اما بالنسبة لمؤشر التنافسية السعريه في سوق روسيا الاتحادية، فانه تم اختيار كل من تركيا، والمغرب، وجنوب افريقيا، كأهم الدول التي تنافس مصر في تصدير البرتقال إلى السوق الروسي، وتبين من النتائج الوارده بالجدول رقم (٣)، أن قيم مؤشر التنافسية السعريه للبرتقال المصري بالنسبة لسعر برتقال تركيا أكبر من الواحد الصحيح خلال فترة الدراسة، مما يشير إلى أن البرتقال المصري له ميزة سعريه في السوق الروسي عن البرتقال التركي، وقد بلغ متوسطه حوالي ١,٠٤، خلال فترة الدراسة. كما تبين أيضا أن قيم مؤشر التنافسية السعريه للبرتقال المصري بالنسبة لسعر برتقال المغرب أكبر من أو تساوى الواحد الصحيح في معظم سنوات الدراسة، ما عدا عامي ٢٠٠٩، ٢٠١٠، وقد بلغ متوسطه حوالي ١,٠٦ خلال فترة الدراسة. وفيما يتعلق بقيم مؤشر التنافسية السعريه للبرتقال المصري بالنسبة لسعر برتقال جنوب افريقيا فقد تبين انها أكبر من أو تساوى الواحد الصحيح في معظم سنوات الدراسة، ما عدا عام ٢٠١٣، وقد بلغ متوسطه نحو ١,١ خلال فترة الدراسة، ويتضح من ذلك الميزة النسبية السعريه للبرتقال المصري في سوق روسيا الاتحادية بالمقارنة بأسعار البرتقال التركي والمغربي، والجنوب افريقي في هذا السوق نتيجة لانخفاض السعر المصري عن أسعار الدول المنافسة في هذا السوق.

جدول رقم (٣): مؤشر التنافسية السعريه للبرتقال المصري مع سعر البرتقال لأهم الدول المنافسة في أهم الأسواق العالمية خلال الفترة (٢٠٠٨-٢٠١٣) (السعر : دولار/طن)

الدول	سعر مصر	سعر لبنان	النسبة السعريه	سعر اسبانيا	النسبة السعريه	سوق السعودية	
						سعر جنوب أفريقيا	النسبة السعريه
٢٠٠٨	٦٤٥	١٠١	٠,١٦	٠	٠	٥٩٥	٠,٩٢
٢٠٠٩	٦٤١	٩٤	٠,١٥	٠	٠	٥٢٥	٠,٨٢
٢٠١٠	٦٢١	١٤٠	٠,٢٣	٩٨٤	١,٥٨	٥٨٣	٠,٩٤
٢٠١١	٥٣٢	١٧٨	٠,٣٣	٩٠١	١,٦٩	٦٧٢	١,٢٦
٢٠١٢	٤٤١	٣١١	٠,٧	٨٢٧	١,٨٨	٦٤٣	١,٤٦
٢٠١٣	٤١٩	١٨٩	٠,٤٥	٨٩٦	١,٩	٦٥١	١,٥٥
المتوسط	٥٣١	١٨٢	٠,٣٧	٧٠٢	١,٤١	٦١٥	١,٢١
الدول	سعر مصر	سعر تركيا	النسبة السعريه	سعر المغرب	النسبة السعريه	سوق روسيا الاتحادية	
٢٠٠٨	٦٢٢	٧٠١	١,١٣	٦٧٤	١,٠٨	سعر جنوب افريقيا	النسبة السعريه
٢٠٠٩	٨٥١	٨٥١	١	٨٤٤	٠,٩٩	٨٣٤	١,٣٤
٢٠١٠	٨٦١	٨٨٩	١,٠٣	٨٥٦	٠,٩٩	٨٦٥	١
٢٠١١	٨٤٦	٨٩٥	١,٠٦	٩٣٥	١,١	٩٣٥	١,١
٢٠١٢	٨١٠	٨٦٢	١,٠٦	٩٥٧	١,١٨	٩٣٢	١,١٤
٢٠١٣	٩٤١	٩٧٠	١,٠٣	٩٤٠	١	٩٣٢	٠,٩٩
المتوسط	٨٦٢	٨٩٤	١,٠٤	٩٠٦	١,٠٦	٩٠٣	١,١
الدول	سعر مصر	سعر تركيا	النسبة السعريه	سعر جنوب افريقيا	النسبة السعريه	سوق اوكرانيا	
٢٠٠٨	٤٣٥	٥٧٨	١,٣٣	٨٠١	١,٨٤	سعر اسبانيا	النسبة السعريه
٢٠٠٩	٥٣٥	٧٠٢	١,٣١	٨٢١	١,٥٣	٨٣٠	١,٥٥
٢٠١٠	٧٢٩	٦٦٧	٠,٩٢	٩٤٠	١,٢٩	٩٠٩	١,٢٥
٢٠١١	٥٧٤	٥٨٢	١,٠١	٧١٧	١,٢٥	٨١١	١,٤١
٢٠١٢	٨٧٤	٩٩٧	١,١٤	١١٠٠	١,٢٦	١٠٣	١,٢٥
٢٠١٣	١١٠٣	١٠٥٠	٠,٩٥	١٠١٣	٠,٩٢	١١١٣	١,٠١
المتوسط	٧٠٨	٧٦٣	١,١١	٨٩٩	١,٣٥	٨٨٥	١,٢٩

المصدر :

- ١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، قاعدة التجارة الخارجية ، بيانات غير منشورة.
- ٢- شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، خريطة التجارة، التابع للأمم المتحدة (www.Trade_Map.org).

ج- سوق اوكرانيا: اما بالنسبة لمؤشر التنافسية السعرية فى سوق اوكرانيا، فانه تم اختيار كل من تركيا، وجنوب افريقيا، واسبانيا كأهم الدول التي تتنافس مصر في تصدير البرتقال إلى السوق الاوكرانى. وقد تبين كما هو موضح بالجدول رقم (٣)، أن قيم مؤشر التنافسية السعرية للبرتقال المصرى بالنسبة لسعر برتقال تركيا أنها كانت أكبر من الواحد الصحيح في معظم سنوات الدراسة، ما عدا عامى ٢٠١٠، ٢٠١٣ ، وقد بلغ متوسطه حوالى ١,١١ خلال فترة الدراسة، بما يدل على وجود ميزة تنافسية سعرية للبرتقال المصرى عن البرتقال التركى فى هذا السوق. كما تبين أيضا أن قيم مؤشر التنافسية السعرية للبرتقال المصرى بالنسبة لسعر برتقال جنوب افريقيا أكبر من الواحد الصحيح في معظم سنوات الدراسة، وقد بلغ متوسطه حوالى ١,٣٥ خلال فترة الدراسة. كما لوحظ أن مؤشر التنافسية السعرية للبرتقال المصرى بالنسبة لسعر برتقال اسبانيا أكبر من الواحد الصحيح خلال فترة الدراسة، وقد بلغ متوسطه حوالى ١,٢٩ خلال فترة الدراسة، ويتضح من ذلك أن للبرتقال المصرى له ميزة تنافسية سعرية فى السوق الاوكرانى نتيجة لانخفاض السعر المصرى عن أسعار الدول المنافسة فى هذا السوق.

الملخص والتوصيات:

تتبلور مشكلة البحث فى التعرف وقياس القدرة التنافسية لصادرات البرتقال المصرى فى أهم الأسواق الخارجية .

وقد اعتمد البحث على البيانات الاحصائية من نشرات الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، ومنظمة الأغذية والزراعة العالمية(الفاو)، بيانات التجارة العالمية من موقع الأمم المتحدة على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت). حيث استهدف البحث بعض مؤشرات التجارة الخارجية لقياس القدرة التنافسية لصادرات مصر من البرتقال.

وقد خلصت الدراسة الى بعض النتائج الهامة التى يمكن ايجازها فيما يلى:

١- أن حوالى ٥١,٤% من متوسط كمية صادرات البرتقال المصرى تتركز فى ثلاث دول هى المملكة العربية السعودية، و جمهورية روسيا الاتحادية، جمهورية أوكرانيا. حيث بلغ متوسط وارداتهم حوالى ٩٩,٨٣، ٩٧,٤٤، ٤٢,٢٦ ألف طن، تمثل حوالى ٢١,٤٢%، ٢٠,٩١%، ٩,٠٧% من متوسط صادرات مصر من محصول البرتقال خلال فترة الدراسة، وبقيمة بلغت ١٧٤,٥٤، ١١٣,٢٤، ٩٨,٦٧ مليون دولار على الترتيب.

٢- كما أن قيمة مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لمحصول البرتقال خلال فترة الدراسة تزيد عن الواحد الصحيح، مما يعنى وجود ميزة نسبية لصادرات مصر من البرتقال فى الأسواق العالمية حيث بلغ متوسطه حوالى ٤٤,٤٩ خلال فترة الدراسة.

٣- كما يتبين من نسبة الاختراق تفوق صادرات البرتقال المصرى فى اختراق أسواق كل من المملكة العربية السعودية، روسيا الاتحادية، اوكرانيا، حيث بلغ معدل الاختراق حوالى ٠,٥٩، ٠,٣٥، ٠,٥٦ خلال متوسط فترة الدراسة وهذه القيمة تعنى القوة التنافسية للبرتقال المصرى فى تلك الاسواق.

٤- كما تبين ايضا أن البرتقال المصرى له ميزة تنافسية سعرية فى أسواق كل من المملكة العربية السعودية، روسيا الاتحادية، اوكرانيا، مقارنة بأهم الدول المنافسة لمصر فى تلك الأسواق.

وبناء على ما توصلت اليه الدراسة من نتائج ومؤشرات، فانها توصى العمل على ايجاد مؤسسات تصديرية ذات كفاءة عالية لدراسة الأسواق الخارجية واحتياجاتها من البرتقال. مع المحافظة على الأسواق التصديرية الحالية للبرتقال المصرى ، والعمل على فتح أسواق جديدة.

المراجع:

١. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، قاعدة التجارة الخارجية، بيانات غير منشورة.
٢. شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، منظمة الأغذية والزراعة، (www. FAO.org).
٣. شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، خريطة التجارة، التابعة للأمم المتحدة (www. Trade_Map.org).
٤. ناصر محمد عبد العال سالماني (دكتور)، زينب عبد الله احمد (دكتور)، المزايا النسبية والتنافسية لصادرات البطاطس المصرية، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الرابع والعشرون، العدد الاول، مارس ٢٠١٤.
٥. هناء شداد محمد عبد اللطيف، (دكتور)، التوزيع الامثل لصادرات البصل المصرى فى الأسواق الخارجية، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد السادس عشر، العدد الثالث، سبتمبر ٢٠٠٦.

Competitiveness the Egyptian oranges exports

Dr. Abd Al-wakil I. Mohamed

Professor Emeritus of Agricultural Economics.
Faculty of Agriculture. Assiut University

Dr. Fawzy Fawzy Abo Eneen

Professor of Agricultural Economics.
Faculty of Agriculture. Alazhar University

Dr. Dalia H. G. El-showeikh

Assistant Professor of Agricultural Economics.
Faculty of Agriculture. Assiut University

Mohammed Nasr El-dein Helmy

Assistant Teacher of Agricultural Economics.
Faculty of Agriculture. Alzhar University

Summery:

To crystallize the problem of research to identify the current situation to distribute exports almsraah of orange crop in various global markets. in order to know what is the optimal situation to maximize export earner. on the one hand. and measure the competitiveness exports in the most important foreign markets on the other.

Where targeted research study of the pattern of current geographical distribution of Egyptian orange exports in various foreign markets. with a view to identify the most important of these markets. and the distribution of these exports through models proposed by the maximum export revenue during the period(2008-2013). has been the use of the technique of linear programming to reach better distribution proposed orange exports. in addition to some indicators of foreign trade to measure the competitiveness of the exports of orange crop.

The study concluded some important results. which can be summarized as follows :

That about %51.4 of the average amount of Egyptian orange exports are concentrated in three countries. the Kingdom of Saudi Arabia. and federal republic of Russia. the Republic of Ukraine. where the average imports about 99.83, 97.44, 42.26, thousand tons. representing about %21.42, %20.91, %9.07 of the average Egyptian exports of orange harvest during the study period. and the value of the 174.54, 113.24, 98.67 million dollars respectively.

The best results for the proposed models. which can be achieved with magnifying the exports of this crop is the first model (free). (European countries). (higher rate) respectively. However. the third model is the best models in order to maintain the traditional markets Egyptian orange exports as well as it depends on the highest export price. They also indicate that the total export value in accordance with the model proposed orange crop reached about 1104.61 million dollars. which is more than the current distribution of about 374.81 million. representing about %51.35 of the average total value of orange exports during the period of the study. estimated at around 729.79 million dollars.

Also. the value of the index comparative advantage phenomenon orange crop during the study period of more than one. which means that there is a comparative advantage of orange exports Egypt in world markets. where an average of about 44.49 during the study period.

The coefficient of market share orange Egyptian market in all of the Kingdom of Saudi Arabia. and federal republic of Russia. and the Republic of Ukraine. The average period of study about %58.32 and %35.21 and %61.70 of absorptive capacity three markets. respectively. Of this indicator it is clear that the markets of the Kingdom of Saudi Arabia. and Russia. Ukraine. the most important markets Egyptian orange exports to these markets. and can accommodate more Egyptian orange at the expense of imports from other countries.

It also shows that the Egyptian orange to sharpening competitive advantage in all markets of Saudi Arabia. Russia. Ukraine. compared to most States competition to Egypt in those markets.

On the basis of the findings of the study of the results of the indicators. it recommends that by focusing on the States that maximize export earner. to work to provide all of the information on those States so that it could be to identify the obstacles to the entry of Egyptian orange to those markets. and the creation of institutions of export high efficiency to study foreign markets and needs of orange. Maintaining the current export markets Egyptian orange. and work on the opening of new markets.