

THE FUTURE VISION FOR EGYPTIAN EXPORTS OF DATES

Rehab A. EL-Sherbeny and Nadia M.Mahde

Economic Studies Department - Economic and Social Studies Division

Desert Research Center - Cairo - Egypt

الرؤية المستقبلية للصادرات المصرية من التمور

رحاب عطية محمد الشربيني ندا و نادية محمود مهدى

قسم الدراسات الاقتصادية - شعبة الدراسات الاقتصادية - مركز بحوث الصحراء

الملخص

استهدف البحث دراسة التوزيع الجغرافي للصادرات المصرية من التمور، ودراسة معدلات النمو في أهم الأسواق، وتقدير بعض مؤشرات الأداء التنافسي التصديري بالإضافة إلى حصر أهم المعوقات التي تواجه عملية التصدير لوضع رؤية مستقبلية لمستقبل الصادرات المصرية من التمور.

أظهرت نتائج البحث زيادة الكميات المصدرة من التمور المصرية للعالم من حوالي ١.٢ ألف طن عام ٢٠٠١، إلى حوالي ٣٩.٣ ألف طن عام ٢٠١٤، ودراسة التوزيع الجغرافي لصادرات التمور المصرية لدول العالم أوضحت بيانات الجدول رقم (٤) أن أسواق المغرب واندونيسيا وماليزيا من أهم أسواق التمور المصرية، حيث مثلت تلك الأسواق مجتمعة حوالي ٨٥.٩% من الكميات المصدرة من التمور المصرية للعالم لمتوسط الفترة (٢٠١٠-٢٠١٤).

وبدراسة معدلات النمو في تلك الأسواق تبين أن معدل النمو في الصادرات المصرية من التمور في اندونيسيا بلغ حوالي ١٥% بينما بلغ معدل نمو الواردات الاندونيسية من العالم حوالي ٢٣% وذلك لمتوسط الفترة ٢٠١٠-٢٠١٤، كما يتضح وجود تعريف جمركية على واردات اندونيسيا من التمور المصرية بلغت حوالي ٥% حيث يمكن اعتبارها أنها أهم معوقات السوق الاندونيسي. أما السوق المغربي فإن معدل النمو في الصادرات المصرية من التمور في المغرب بلغ حوالي ٣٤%، بينما بلغ معدل نمو الواردات المغربية من العالم حوالي ٨% وذلك لنفس الفترة. أما السوق الماليزي فإن معدل النمو في الصادرات المصرية من التمور في ماليزيا بلغ حوالي ٥%، بينما بلغ معدل نمو الواردات الماليزية من العالم حوالي ١٣% لنفس الفترة.

وبتقدير بعض مؤشرات التجارة الخارجية أوضحت النتائج وجود ميزة نسبية ظاهرة قدرت بنحو ٦٥.٢، كما قدر مؤشر السعر النسبي والذي عكس قدرة تنافسية أعلى من تونس أهم الدول المنافسة لمصر في تلك الأسواق، كما أوضح مؤشر النصيب السوقي أن نصيب مصر من السوق الاندونيسي بلغ حوالي ٢٠% بينما قدر بنحو ١٨% من السوق الماليزي وبلغ حوالي ١٣% في السوق المغربي وهي نسب لا بأس بها يجب العمل على زيادتها خاصة في السوق الاندونيسي.

وأوضحت نتائج استمارة الإستبيان أن أهم مشكلات تصدير التمور في مصر عدم جودة المنتج الخام، وتصدير المنتجات المخزنة من العام السابق، وموسمية التصدير في أوقات محددة من السنة، وعدم وجود ثلاجات كافية للتخزين إنتظارا لموسم التصدير فضلا عن عدم كفاءة العمليات التصنيعية في المصانع المحلية بالشكل الذي يناسب الأسواق العالمية.

وكانت أهم التوصيات ضرورة التركيز على أسواق اندونيسيا، والمغرب، وماليزيا وضرورة إجراء دراسات تسويقية مفصلة عن هذه الأسواق، ووجود جهاز تسويقي على مستوى قومي لوضع سياسة استراتيجية محددة المعالم لصادرات البلح سنويا، تعتمد على دراسات وافية للاحتياجات الفعلية للأسواق وفقا لأذواق مستهلكي كل دولة على حدة، واعتمادا على الظروف الحقيقية لأصناف المحصول كل عام، وإمكانات إجراء الصفقات، على أن يتم من خلال ذلك الجهاز السيطرة على جودة الكميات التي يمكن تصديرها، وإقامة معامل متخصصة في تحديد الجودة المثلى للتمور المصدرة طبقا للمواصفات القياسية العالمية، وتشجيع إقامة جمعيات لمنتهجي التمور تحت إشراف حكومي تعزز مبدأ التنمية بالمشاركة، وضرورة توفير الثلاجات اللازمة لعمليات التخزين للتغلب على الفروق الزمنية بين مواسم الإنتاج والتصدير، والتوسع في تصدير المنتجات المصنعة لزيادة القيمة المضافة، وتشجيع الشركات المصدرة للتمور وتقديم الدعم الفني والمادي لها، وإنشاء شركات بشراكة أجنبية، سواء أوروبية أو غيرها، مما يعطيها حق التسويق في البلدان المشاركة معها.

المقدمة

تعد التجارة الخارجية لسلعة ما صادرات ووردات مرآة صادقة تعكس الصورة الحقيقية لموقف الطلب الداخلى والخارجى على هذه السلعة، وقد احتل موضوع التصدير مكانة متميزة على خريطة الأولويات الاقتصادية لتحقيق برامج التنمية فى كثير من دول العالم المتقدمة والنامية على السواء، ويعتبر التمر سلعة تصديرية ذات مستقبل كبير لمعظم دول العالم حيث تسوق التمور فى (٨٥) قطر من الأقطار الغير منتجة له. كما أن الأقطار بدأت تتجه إلى التمر كمادة غذائية هامة يجب توفيرها لمقابلة الزيادة الرهيبة فى عدد سكان العالم، وتلعب التمور دوراً كبيراً فى اقتصاديات بعض الدول المنتجة لها حيث تشكل أحد مصادر الدخل القومى بها مثل السعودية، والإمارات، وإيران، بالإضافة إلى دور التمور فى المحافظة على البيئة ومكافحة التصحر، وتعدد الصناعات القائمة عليه ومنها التعبئة والتغليف وإنتاج عسل البلح (الدبس) والكحول والحلويات والبطائر فضلاً عن الصناعات القائمة على المنتجات الثانوية للنخلة ومنها صناعة الأقفاس، والأسرة، والكرينة والتي تساعد فى تنمية المجتمعات اقتصادياً وتوفير فرص عمل جديدة..

المشكلة البحثية

تعتبر مصر من أهم دول العالم فى إنتاج التمور حيث يصل إنتاجها إلى نحو ١.٤ مليون طن سنوياً وفقاً لإحصائية عام ٢٠١٤ (١) إلا أن حجم صادراتنا من هذا الإنتاج لا تتجاوز ٠.٨% وفقاً لنفس الإحصائية (٢)، الأمر الذى لا يتناسب والإمكانات الإنتاجية المتاحة ويستلزم دراسة لأوضاع التجارة الخارجية للتمور المصرية والمعوقات التى تواجه التصدير بهدف وضع رؤية مستقبلية لتنمية صادرات مصر من التمور.

الطريقة البحثية

اعتمد البحث على أساليب التحليل الوصفى والكمى وتم استخدام بعض مؤشرات الأداء التنافسى التصديرى كالميزة النسبية الظاهرية، ومؤشر النسبة السعرية، ومؤشر النصبب السوقى، ومؤشر معدل اختراق الأسواق كما استخدمت إستمارة إستبيان وجهت للمسؤولين بوزارة التجارة والصناعة والمشروعات الصغيرة والمتوسطة لخصر أهم المشكلات التى تواجه عملية تصدير التمور.

أهداف البحث

يستهدف البحث بصورة رئيسية وضع رؤية مستقبلية للصادرات المصرية من التمور من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:-

- ١- دراسة التوزيع الجغرافى للصادرات المصرية من التمور.
- ٢- تقدير بعض مؤشرات الأداء التنافسى التصديرى للتمور المصرية.
- ٣- حصر أهم معوقات تصدير التمور المصرية لوضع رؤية مستقبلية لتنمية الصادرات المصرية من التمور.

الوضع العالمى الراهن للتجارة الخارجية الخاصة بالتمور خلال الفترة ٢٠٠١-٢٠١٤

تشير بيانات الجدول رقم (١) إلى زيادة الكميات الواردة من التمور فى العالم من حوالى ٥٤٣.٣ ألف طن عام ٢٠٠١، إلى حوالى ٨١٨.٥ ألف طن عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالى ٢٥٧.٢ الف طن، ونسبة بلغت حوالى ٣٣.٦%، وباستعراض معادلة الاتجاه الزمنى العام بالجدول رقم (٣) تبين وجود زيادة معنوية احصائياً عند المستوى الاحتمالى ٠.٠٥ للكميات المستوردة على مستوى العالم قدرت بحوالى ١٨.٨ ألف طن، وبمعدل تغير سنوي بلغ حوالى ٢.٦% من المتوسط العام والبالغ حوالى ٧٢٥، فى حين بلغ معامل التحديد حوالى ٠.٥٩ اي أن ٥٩% من الزيادة فى الواردات من التمور ترجع إلى العوامل التى سادت فى الفترة الزمنية من (٢٠٠١-٢٠١٤) والتي يعكسها متغير الزمن .

كما أوضحت بيانات الجدول رقم (١) زيادة قيم واردات العالم من التمور من حوالى ٢٦٢.٨ مليون دولار عام ٢٠٠١، إلى حوالى ١٠٤١ مليون دولار عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالى ٤٧ مليون دولار، ونسبة زيادة بلغت حوالى ٩٩.٤%، وباستعراض معادلات الاتجاه الزمنى العام بجدول رقم (٣) تبين وجود زيادة معنوية احصائياً عند المستوى الاحتمالى ٠.٠٥ للقيم المستوردة على مستوى العالم قدرت بحوالى ٥٧.٣ مليون دولار، بمعدل تغير سنوي بلغ حوالى ٩.٥% من المتوسط العام والبالغ حوالى ٥٩٩.٣ مليون دولار، فى حين بلغ معامل التحديد حوالى ٠.٩٨ اي أن ٩٨% من الزيادة فى قيمة الواردات من التمور ترجع إلى العوامل التى سادت فى الفترة الزمنية من (٢٠٠١-٢٠١٤) والتي يعكسها متغير الزمن .

جدول رقم (١) تطور واردات العالم من التمور خلال الفترة (٢٠١٤-٢٠٠١)

السنوات	الكمية (الالف طن)	القيمة (الف دولار)
٢٠٠١	٥٤٣.٣	٢٦٢٨١٢
٢٠٠٢	٥٤٤.٤	٢٨٨٦١٧
٢٠٠٣	٥٨٩.٦	٣٤٨٦٣٦
٢٠٠٤	٥٧٢.٥	٣٥٨٤٧٨
٢٠٠٥	٩٠٥.٤	٤٥١٤٩٢
٢٠٠٦	٦٧١.٢	٤٨٦٤٣٣
٢٠٠٧	٨٨٥	٦٠٢٨٧٦
٢٠٠٨	٨٨٢	٦٨٩٥٨٨
٢٠٠٩	٦٨١.٦	٦٣٩٣٩٨
٢٠١٠	٧٣٦.٨	٦٧٢٠١٣
٢٠١١	٧٥٦.٦	٨٣٤١١١
٢٠١٢	٦٩٠	٧٨٤١١٥
٢٠١٣	٨٧٣.١	٩٣٠٥٢٩
٢٠١٤	٨١٨.٥	١٠٤١١٧٥
المتوسط	٧٢٥	٥٩٩٣٠٥.٢

المصدر : شبكة المعلومات الدولية الانترنت www.trademap.com

الوضع الراهن لصادرات التمور المصرية لاسواق العالم

١ - تطور الصادرات المصرية من التمور للعالم :

من خلال بيانات الجدول رقم (٢) تبين زيادة الكميات المصدرة من التمور المصرية للعالم من حوالي ١.٢ ألف طن عام ٢٠٠١، الى حوالي ٣٩.٣ ألف طن عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٣٨.١ الف طن، بنسبة زيادة بلغت حوالي ٩٧%، وباستعراض معادلة الاتجاه الزمني العام بجدول رقم (٣) تبين وجود زيادة معنوية احصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠.٠٥ للكميات المصدرة من مصر للعالم قدرت بحوالي ٢.٣ ألف طن، بمعدل تغير سنوي بلغ حوالي ١٨% من المتوسط العام والبالغ حوالي ١٢.٤، وبلغ معامل التحديد حوالي ٠.٧٢ اي أن ٧٢% من الزيادة في الكميات المصدرة من مصر للعالم من التمور ترجع إلى العوامل التي سادت في الفترة الزمنية من (٢٠١٤-٢٠٠١) والتي يعكسها متغير الزمن .

جدول رقم (٢) تطور الصادرات المصرية من التمور للعالم خلال الفترة (٢٠١٤-٢٠٠١)

السنوات	الكمية بالالف طن	القيمة بالالف دولار
٢٠٠١	١.٢	٢٨٧
٢٠٠٢	٤.٥	٢١١٥
٢٠٠٣	١.٨	٦٣٣
٢٠٠٤	٢.٤	١٢٠٥
٢٠٠٥	٤.١	٢٤٦٤
٢٠٠٦	٤.٥	٢٦٥٥
٢٠٠٧	٤.٧	٣٠٠٩
٢٠٠٨	٨.٣	٧٢٠٥
٢٠٠٩	١٤.٧	١٧٥٣٥
٢٠١٠	٢٠.٦	٢٢٧٦٤
٢٠١١	٢٣.٨	٢٨٢١١
٢٠١٢	١١.٣	٢٨٧١٦
٢٠١٣	٢٤.٦	٣٣٤٠٢
٢٠١٤	٣٩.٣	٤٧٣١٩
المتوسط	١٢.٤	١٤٩٨٩.٦

المصدر : شبكة المعلومات الدولية الانترنت www.trademap.com

وتوضح بيانات الجدول رقم (٣) زيادة قيمة صادرات مصر للعالم من التمور من حوالي ٢٨٧ ألف دولار عام ٢٠٠١، الى حوالي ٤٧٣١٩ ألف دولار عام ٢٠١٤ بزيادة قدرت بحوالي ٤٧٠٣٢ الف دولار، بنسبة زيادة بلغت حوالي ٩٩.٤%، وباستعراض معادلات الاتجاه الزمني العام بجدول رقم (٣) تبين وجود زيادة معنوية احصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠.٠٥ لقيمة صادرات مصر للعالم قدرت بحوالي ٥٧٣١١.٤ ألف دولار، بمعدل تغير سنوي بلغ حوالي ٢٢% من المتوسط العام والبالغ حوالي ١٤٩٨٩.٦ ألف دولار، في حين بلغ معامل التحديد حوالي ٠.٩٨ أى أن ٩٨% من الزيادة في قيمة صادرات مصر للعالم من التمور ترجع إلى العوامل التي سادت في الفترة الزمنية من (٢٠٠١-٢٠١٤) والتي يعكسها متغير الزمن .
ومما هو جدير بالذكر أن مساهمة الصادرات المصرية في صادرات العالم من التمور كمتوسط خلال الفترة من ٢٠١٠-٢٠١٤ بلغ حوالي ٤.٤%^(١).

جدول رقم (٣): تطور الاتجاه الزمني العام لكمية، وقيمة الواردات العالمية والمصرية خلال الفترة الزمنية (٢٠٠١-٢٠١٤)

الدولة	المتغير	معادلة الانحدار البسيط	معامل التحديد	قيمة F المحسوبة	قيمة t المحسوبة	معدل التغير السنوي % (-)
تطور الواردات العالمية	الكمية	$y=583.7+18.8x$	٠.٥٩	*٦.٥	*٢.٥٦	٢.٦
	القيمة	$y=169469.4+57311.4x$	٠.٩٨	**٣٢٩.٢	**١٨.١٤	٩.٥
تطور صادرات مصر للعالم	الكمية	$y=5.7+2.3x$	٠.٧٢	**٣٥.٤	**٥.٩٥	١٨
	القيمة	$y=11402.9+3401.5x$	٠.٨٥	**٦٨.٣	**٨.٢	٢٢

(**) معنوي عند المستوى الاحتمالي ٠.٠١، (*) معنوي عند المستوى الاحتمالي ٠.٠٥

(١) معدل التغير السنوي = (معامل الانحدار / المتوسط العام) $\times 100$

$\hat{Y} =$ القيمة التقديرية للمتغير التابع $= X_i$ عدد السنوات $= 1, 2, 3, \dots, 14$

المصدر: جمعت وحسبت من: الجدولين (١٠٢) بالبحث.

٢- التوزيع الجغرافي لصادرات مصر من التمور

بدراسة التوزيع الجغرافي لصادرات التمور المصرية لدول العالم أوضحت بيانات الجدول رقم (٤) أن أسواق المغرب واندونيسيا وماليزيا من أهم أسواق التمور المصرية، حيث مثلت تلك الأسواق مجتمعة حوالي ٨٥.٩% من الكميات المصدرة من التمور المصرية المصدرة للعالم لمتوسط الفترة (٢٠١٠-٢٠١٤)، حيث احتل السوق المغربي المركز الأول كأهم أسواق التمور بين دول العالم وبلغ متوسط الكمية المصدرة حوالي ٨.٨٦ ألف طن بنسبة بلغت حوالي ٣٧% من إجمالي متوسط الكمية المصدرة لأسواق العالم، ومتوسط قيمة تصديرية بلغ حوالي ١٣٤٠٤.٦ الف دولار بما يمثل حوالي ٤١.٨% من إجمالي متوسط القيمة التصديرية لأسواق العالم، بينما جاءت أسواق اندونيسيا وماليزيا في المركزين الثاني والثالث بمتوسط كمية بلغ حوالي ٧.١، ٤.٥٨ ألف طن على الترتيب، بما مثل حوالي ٢٩.٧%، ١٩.١% من إجمالي متوسط الكميات المصدرة من التمور المصرية لأسواق العالم على الترتيب، وذلك لمتوسط الفترة (٢٠١٠-٢٠١٤).
وبالنسبة للقيمة التصديرية فقد بلغت حوالي ٨٥٢٨.٢، ٥٧٤٢.٢ ألف دولار لصادرات التمور لاندونيسيا، وماليزيا على التوالي مثلت حوالي ٢٦.٦%، ١٧.٩% من إجمالي متوسط القيمة التصديرية لأسواق العالم على الترتيب لمتوسط الفترة من (٢٠١٠-٢٠١٤).

جدول رقم (٤) التوزيع الجغرافي لاهم أسواق صادرات مصر من التمور كمتوسط خلال الفترة الزمنية (٢٠١٠-٢٠١٤)

الدولة	كمية الصادرات (الف طن)	قيمة الصادرات (الف دولار)	الاهمية النسبية %	
			الكمية	القيمة
المغرب	٨.٨٦	١٣٤٠٤.٦	٣٧	41.8
اندونيسيا	٧.١	٨٥٢٨.٢	٢٩.٧	26.7
ماليزيا	٤.٥٨	٥٧٤٢.٢	١٩.١	17.9
باقي دول العالم	٣.٣٨	٤٤٠٧.٤	١٤.٢	13.8
الإجمالي	23.92	32082.4	١٠٠	100

المصدر: شبكة المعلومات الدولية الانترنت www.trademap.com

٣- معدلات النمو في الصادرات المصرية من التمور في أهم الأسواق العالمية :-
أولاً: السوق الاندونيسي :

باستعراض الجدول رقم(١) بالملحق، والجدول رقم (٥) تبين أن معدل النمو في الصادرات المصرية من التمور إلى السوق الاندونيسي بلغ حوالي ١٥%، بينما بلغ معدل نمو الواردات الاندونيسية من العالم حوالي ٢٣% وذلك كمتوسط للفترة ٢٠١٠-٢٠١٤، كما يتضح وجود تعريفات جمركية علي واردات اندونيسيا من التمور المصرية بلغت حوالي ٥% حيث يمكن اعتبارها أنها من معوقات السوق الاندونيسي لزيادة الصادرات المصرية من التمور(٩)، في حين أن دول منافسة لنا تتمتع بمزايا أفضل من حيث التعريفات الجمركية لوجود اتفاقات دولية بين البلدين متعلقة بتجارة السلع الزراعية(٩) .
و تتعلق أهميه هذا السوق في زيادة معدل النمو في وارداته مما يشير إلى انه من الأسواق الواعدة في المستقبل ويجب العمل على تحسين شروط التبادل التجاري بين البلدين من خلال عمل إتفاقات ثنائية بين البلدين خاصة بالصادرات الزراعية .

جدول رقم:(٥) الأهمية النسبية لبعض مؤشرات التجارة الخارجية من صادرات التمور المصرية لاندونيسيا(٢٠١٠-٢٠١٤)

واردات اندونيسيا من العالم		صادرات مصر لاندونيسيا		
حصة اندونيسيا في الواردات العالمية	معدل النمو في الواردات من العالم	التعريفات الجمركية على التمور المصرية المصدرة للسوق الاندونيسي	حصة اندونيسيا في صادرات مصر	معدل النمو خلال الفترة من (٢٠١٠-٢٠١٤)
%٣.٦	%٢٣	%٥	%٢٤.٤	%١٥

المصدر : شبكة المعلومات الدولية الانترنت www.trademap.com

ثانياً: السوق المغربي :

يبين الجدول رقم (٢) بالملحق حدوث طفرة في الصادرات المصرية من التمور للمغرب خلال عام ٢٠١٤ وقد يرجع ذلك لزيادة الطلب عليه في المغرب، بالإضافة إلى بعض التوترات السياسية بين المغرب وتونس مما اثر على حركة التجارة بين البلدين في العديد من السلع ومنها التمور وكان ذلك في صالح التمور المصرية^(١) من خلال استعراض جدول رقم (٦) تبين أن معدل النمو في الصادرات المصرية من التمور إلى المغرب بلغ حوالي ٣٤%، بينما بلغ معدل نمو الواردات المغربية من العالم حوالي ٨% وذلك لمتوسط الفترة (٢٠١٠-٢٠١٤)، مما يشير إلى زيادة حصة مصر في واردات المغرب على حساب الدول المنافسة، ويجب الاهتمام بهذا السوق خاصة في ظل تراجع صادرات التمور للدول المنافسة لنا في المغرب وأهمها تونس .

جدول رقم(٦) الأهمية النسبية لبعض مؤشرات التجارة الخارجية من صادرات التمور المصرية للمغرب

واردات المغرب من العالم		صادرات مصر للمغرب		
حصة المغرب في الواردات العالمية	معدل النمو في الواردات من العالم	التعريفات الجمركية على التمور المصرية المصدرة للسوق المغربي	حصة المغرب في صادرات مصر	معدل النمو من (٢٠١٠-٢٠١٤)
%١٠.٢	%٨	صفر	%٥٥	%٣٤

المصدر : شبكة المعلومات الدولية الانترنت www.trademap.com

ثالثاً: السوق الماليزي

باستعراض جدول رقم (٧) تبين أن معدل النمو في الصادرات المصرية من التمور في ماليزيا بلغ حوالي ٥%، بينما بلغ معدل نمو الواردات الماليزية من العالم حوالي ١٣% لمتوسط الفترة (٢٠١٠-٢٠١٤) كما يوضح الجدول عدم وجود تعريفات جمركية على التمور المصرية المصدرة للسوق الماليزي.

جدول رقم (٧) مؤشرات التجارة الخارجية لقيمة صادرات مصر من التمور لماليزيا

واردات ماليزيا من العالم		صادرات مصر لماليزيا		
حصة ماليزيا في الواردات العالمية	معدل النمو في الواردات من العالم	التعريفات الجمركية على التمور المصرية المصدرة للسوق الماليزي	حصة ماليزيا في صادرات مصر	معدل النمو من (٢٠١٠-٢٠١٤)
%٥.٤	%١٣	صفر	%١٣	%٥

المصدر : شبكة المعلومات الدولية الانترنت www.trademap.com

١- مؤشرات الميزة النسبية:

أ- مؤشر الميزة النسبية الظاهرة Relative Comparative Advantage

يشير مقياس الميزة النسبية الظاهرة (RCA) إلى الفرص المحتملة لتوسيع التجارة، ويعطي صورة تقريبية للصادرات المستقبلية للدول موضع الدراسة، وذلك من خلال مقارنة نصيب الدولة من الصادرات العالمية من سلعة أو محصول معين مع نصيب الصادرات الكلية أو الزراعية لتلك الدول مع إجمالي الصادرات الكلية أو الزراعية العالمية، وعند زيادة قيمة هذا المؤشر عن الواحد الصحيح فإن ذلك يدل على أن الدولة تتمتع بميزة نسبية من تلك السلعة أو المحصول، أما إذا قل هذا المؤشر عن الواحد الصحيح فإن ذلك يدل ويشير إلى أن تلك الدولة تعاني من تراجع نسبي في الميزة الظاهرة للسلعة محل الدراسة (٣). ويمكن حساب الميزة النسبية الظاهرة للمحاصيل (RCA) كما يلي:

$$RCA_{ji} = (X_{ji} / x_{Ja}) / (x_{wi} / x_{wa})$$

حيث أن:

X_{ji}: قيمة صادرات الدولة السلعة i

x_{Ja}: إجمالي قيمة الصادرات الزراعية للدولة J

x_{wi}: إجمالي قيمة صادرات العالم من السلعة i

X_{wa}: إجمالي قيمة الصادرات الزراعية العالمية

جدول رقم (٨): مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لصادرات مصر من التمور خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٣) القيمة بالمليون دولار

السنوات	متوسط صادرات مصر من التمور (الف طن)	إجمالي قيمة الصادرات الزراعية المصرية	قيمة صادرات التمور العالمية	قيمة الصادرات الزراعية العالمية	الميزة النسبية الظاهرة
٢٠١٣-٢٠٠٩	26	518.2	1017477	1322440055	٦٥.٢

المصدر: جمعت وحسبت من شبكة المعلومات الدولية الانترنت <http://www.trademap.org>

ويتضح من الجدول رقم (٨) أن مؤشر الميزة النسبية الظاهرة قدر بنحو ٦٥.٢ مما يدل على وجود قدرة على التصدير وأن هناك عوامل داخلية في مصر تساعد على التصدير قد ترجع إلى الخبرة الزراعية أو رخص أجور العمالة، وهو ما يدعو إلى دراسة الأمر والتعمق فيه للاستفادة من هذه السلعة.

٢- مؤشرات القدرة التنافسية:

المؤشر السعر النسبي:

يتأثر الوضع التنافسي للصادرات بعدد من العوامل منها السعر النسبي والذي يؤثر على الوضع التنافسي للسلعة في السوق العالمي، ويعد سعر التصدير من أهم العوامل التي تساعد على إمكانية اختراق المزيد من الأسواق الخارجية فكلما انخفض السعر التصديري المصري عن أسعار الدول المنافسة دل ذلك على وجود ميزة سعرية للسلعة المصرية ومن ثم قدرة تنافسية أعلى بالمقارنة في الدول المنافسة (٣). ويمكن حساب مؤشر السعر النسبي كما يلي:

$$PAJ = Pe / Pc$$

حيث: PAJ: النسبة بين سعر مصر إلى سعر الدولة المنافسة.

Pe: سعر مصر.

Pc: سعر الدولة المنافسة.

بدراسة مؤشر النسبة السعرية لأهم الدول المصدرة للتمور والتي تتنافس مصر في الأسواق سألقة الذكر اتضح الميزة السعرية للتمور المصرية في كل الأسواق حيث ينخفض السعر المصري عن نظيره التونسي بنسبة ٤٤% في السوق المغربي، وبنسبة ٦٩%، و٤٠% في سوق اندونيسيا وماليزيا على الترتيب وهو ما يوضحه جدول رقم (٩) أما عن دولة العراق الشقيق فعلى الرغم من وجودها في كل من السوق الانديسي والماليزي إلا أن الظروف السياسية التي تمر بها تجعل هذا التواجد غير منتظم وغير مؤثر.

جدول رقم (٩): مؤشر النسبة السعرية للتمور المصرية في أهم الاسواق التصديرية مع الدول المنافسة

السوق	المغرب	اندونيسيا	ماليزيا
أهم الدول المصدرة	تونس - مصر	تونس- مصر	تونس - مصر
السعر التونسي(طن/\$)	2129	*3137	2088
السعر المصري(طن/\$)	1207	973	1253
النسبة السعرية بين تونس ومصر	0.566	0.31	0.60

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات شبكة المعلومات الدولية الانترنت <http://www.trademap.org>
 - العراق تتواجد بشكل غير منتظم وبكميات ضئيلة لا تتعدى ٢٠٠طن في أفضل السنوات وفقاً لبيانات التجارة الدولية UN.Cometrade
 * قد يرجع ارتفاع السعر التونسي لإختلاف صنف التمور التونسي عن نظيره المصري حيث أن البيانات الدولية تتعامل مع التمور ككل وليس وفقاً للصنف.

ب - مؤشر النصيب السوقي Market share:

يعتبر النصيب السوقي أحد المؤشرات التنافسية الهامة حيث أن ارتفاعه يمثل أحد الأهداف الرئيسية لعملية توسيع حجم المبيعات الخارجية لأي دولة، وبذلك فإن ارتفاع النصيب السوقي يعكس الوضع التنافسي لأي دولة، ويعبر مؤشر النصيب السوقي عن النسبة المئوية لصادرات دولة ما من سلعة معينة في سوق معين إلى واردات السوق من مختلف دول العالم ويتم حسابه بالمعادلة التالية:

$$MSH_{Jj} = (Xi Ci / Mcwi) \times 100$$

حيث:

MSH_{Jj} : النصيب السوقي للدولة J من السلعة i.

$Xi Ci$: كمية صادرات الدولة J إلى الدولة C من السلعة i.

$Mcwi$: إجمالي كمية واردات الدولة C من السلعة i.

يوضح الجدول رقم (١٠) أن نصيب مصر من السوق الاندونيسى بلغ حوالي ٢٠% بينما قدر بنحو ١٨% من السوق الماليزي وبلغ حوالي ١٣% في السوق المغربي وهي نسب لا بأس بها يجب العمل على زيادتها خاصة في السوق الاندونيسى.

جدول رقم (١٠): مؤشر النصيب السوقي لكمية الصادرات المصرية من التمور لأهم اسواق العالم خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٣) (الكمية بالالف طن)

اسم الدولة	كمية الواردات من مصر	إجمالي كمية الواردات من العالم	النصيب السوقي
المغرب	6	47	12.7
اندونيسيا	5.8	29	20
ماليزيا	4	22	18.1

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات شبكة المعلومات الدولية الانترنت <http://www.trademap.org>

ج - مؤشر معدل اختراق السوق Market Penetration Coefficient:

يعتبر معامل اختراق السوق من أكثر المقاييس استخداماً لقياس القدرة التنافسية لأي دول في تصدير سلعة ما، لأنه يمثل مقياساً لذي قبول واستيعاب السلعة المصدرة بالأسواق الخارجية موضع الدراسة، الأمر الذي يوضح إمكانية زيادة الصادرات من تلك السلعة بتلك الأسواق، ويسهم بالتالي في وضع السياسات والإجراءات التي تنظم التسويق الخارجي للسلعة في أسواقها الخارجية، أي أن معدل اختراق السوق يدل على مدى وجود سوق خارجي حقيقي للسلعة، ومدى قابليته لاستيعاب كميات إضافية من تلك السلعة، ويتم حساب معدل اختراق السوق بالمعادلة التالية:

$$MP = EX_{Ej} / (Q_i + EM_j - E_{xi}) \times 100$$

حيث: MP: معدل اختراق السوق.

EX_{Ej} : كمية الصادرات المصرية من السلعة للدولة (J).

Q_i : كمية إنتاج الدولة (J) من السلعة.

EM_j: كمية واردات الدولة (J) من السلعة.

E_{xi}: كمية صادرات الدولة (J) من السلعة.

وكما زادت تلك النسبة كان ذلك دليلاً على زيادة الاختراق لتلك السلعة في الأسواق موضع الدراسة ويشير الجدول رقم (١١) إلى تقدير ضعيف جداً وفقاً لهذا المؤشر مما يعنى أن الحفاظ على هذه الأسواق في المستقبل مهدد بالمخاطر وقد يرجع ذلك إلى نوعين من الأسباب داخلية وخارجية وتتمثل الأسباب الخارجية في المنافسة الشديدة مع الدول الأخرى داخل تلك الأسواق وقد ترجع إلى اتباع الدول الأخرى سياسات ترويجية ودعائية أفضل من المتبعة في مصر فضلاً عن أن هذه الدول المنافسة لديها كفاءة أفضل في أداء الخدمات التسويقية مثل التعبئة والتغليف وسرعة النقل. أما الأسباب الداخلية فيتعلق جزء منها بالانتاج وأخرى بالحلقات التسويقية ففي مجال الانتاج يواجه النخيل بعدة مشاكل منها عدم الاهتمام بعمليات التقليم والتكميم وخدمة رأس النخل ومكافحة الآفات كما أن استجابة المزارع المصري لتلك المشاكل الانتاجية استجابة بطيئة وضعيفة. كما أن درجة وكفاءة تصنيع المنتج، والمعاملات التي تتم على المنتج أثناء وقبيل، وبعد جمع المحصول من الأسباب الداخلية الهامة المؤثرة حيث يتركز الشكل التصنيعي على التعبئة والتغليف وليس على الصناعات التحويلية.

جدول رقم: (١١) معدل اختراق الصادرات المصرية التمور في اهم الاسواق خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٣) (الكمية بالالف طن)

الدولة	الواردات من مصر	الإنتاج	إجمالي الواردات	إجمالي الصادرات	معدل الاختراق
المغرب	6	١٠٤.٣	47	0.2	٠.٠٣
اندونيسيا	5.8	٠	29	٠.٠٤	٠.١٩
ماليزيا	4	٠	22	١.١	٠.١٧

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات

• شبكة المعلومات الدولية الانترنت <http://faostat.fao.org>

• <http://www.trademap.org>

• الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بيانات تم معالجتها وإعادة توبيخها بواسطة قطاع التجارة الخارجية - وزارة التجارة الخارجية والصناعة.

المشاكل التي تواجه تصدير التمور المصرية

ومما سبق يتضح أنه على الرغم من الوضع التنافسي الجيد جداً للتمور المصرية في أسواق تصديرية هامة خاصة اندونيسيا والتي ليس بها انتاج من التمور كما أن الطلب على الواردات من التمور بلغ حوالي ٢٣% إلا أنه في المستقبل إذا ظل الوضع التصديري للتمور المصرية على حاله سيكون الاحتفاظ بهذه الأسواق يواجه صعوبات عديدة خاصة وأن معدل النمو في الصادرات التونسية للمغرب، وماليزيا، واندونيسيا قدرت بحوالي ١٦%، ٧%، ٢% على الترتيب ومن هنا تأتي أهمية دراسة المشكلات التي تواجه تصدير التمور المصرية. ولقد أوضحت نتائج إستمارة الإستبتيان الموجهة للمسئولين عن ملف تصدير التمور بقطاع نقطة التجارة الخارجية بوزارة التجارة الخارجية والصناعة والمشروعات الصغيرة والمتوسطة وجود العديد من المشكلات التي تواجه تصدير التمور منها ما يتعلق بجودة المنتج والممارسات الزراعية التي يتبعها الزراع، ومنها ما يتعلق بالتسويق، والتخزين، وأخرى تتعلق بالتصنيع وعدم وجود كيان مؤسسي مسئول عن هذه الثروة القومية، ويوضح الجدول رقم (١٢) حصر لهذه المشكلات، ومقترحات لحلها

جدول رقم (١٢): أهم مشكلات تصدير التمور في مصر ومقترحات حلها

نوعية المشكلات	المشكلات	مقترحات حل المشكلات
مشكلات تتعلق بجودة المحصول والممارسات الزراعية التي يقوم بها مزارعي التمور	١-عدم جودة المنتج الخام المصدر وتصدير المنتجات المخزنة من العام السابق	التوسع في تصدير المنتجات المصنعة لزيادة القيمة المضافة والإهتمام بعملية التخزين.
	٢-وجود معوقات انتاجية تؤثر علي جودة المنتج المصدر من التمر	الإهتمام بالعمليات الإنتاجية وخاصة خدمة رأس النخلة(التقليم-التكميم-التلقيح-الخف...).
	٣- بعض الاصناف الرطبة الغير مقبولة من قبل المستهلك الخارجي	العمل علي زيادة زراعة الاصناف التصديرية والحد من الاصناف التي لا تناسب المستهلك في الاسواق الخارجية من خلال خطة زمنية للإحلال.
	٤- إنتشار الإصابة بالآفات المختلفة وخاصة سوسة النخيل الحمراء	الإهتمام ببرامج مكافحة وإتباع نتائج الأبحاث العلمية الجديدة في هذا المجال.
مشكلات تسويقية	١-ارتفاع الفاقد أثناء التسويق	التوسع في إنتاج المصانع بالقرب من مناطق الإنتاج لتقليل الفاقد التسويقي.
	٢-موسمية التصدير في اوقات محددة من السنة و التخزين باقي العام	زيادة عدد ثلاجات التخزين بمناطق الإنتاج .
	٣-بعد المسافة لبعض أماكن الإنتاج مثل واحة سيوة والواحات يزيد من تكاليف التصدير وصعوبات النقل والتخزين	توطين الصناعات القائمة على التمور بمرکز تركيز الإنتاج وتكاملها.
	٤- قلة عدد الشركات التصديرية المهتمة بتصدير التمر	تشجيع الشركات المصدرة للتمور وتقديم الدعم الفني والمادى لها.
مشكلات تخزين	١-عدم وجود ثلاجات كافية للتخزين انتظارا لموسم التصدير حيث ان الفرق بين موسمي الإنتاج والتصدير يصل الي شهرين او ثلاثة	توفير الثلاجات اللازمة لعمليات التخزين للتغلب على الفروق الزمنية بين موسمي الإنتاج والتصدير.

المصدر: نتائج إستمارة الإستبيان المعدة للمسئولين عن ملف تصدير التمور بقطاع نقطة التجارة الخارجية بوزارة التجارة الخارجية والصناعة والمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

تابع جدول رقم (١٢): أهم مشكلات تصدير التمور في مصر ومقترحات حلها

نوعية المشكلات	المشكلات	مقترحات حل المشكلات
تابع المشكلات التصنيعية	٢-عدم كفاءة العمليات التصنيعية في المصانع المحلية بالشكل الذي يناسب الاسواق العالمية (المنتج المصنع من التمور لا يتوافق مع رغبات المستهلك في الخارج)	دراسة رغبات وأذواق المستهلكين بأهم الأسواق التصديرية
المشكلات المؤسسية	١-عدم وجود كيان قومي مسئول عن هذه الثروة القومية من النخيل في مصر على غرار المركز الوطن للتمور بالمملكة العربية السعودية	إنشاء كيان قومي مسئول عن نخيل البلح في مصر وتشجيع إقامة جمعيات لمنتجات التمور تحت إشراف حكومي تعزز مبدأ التنمية بالمشاركة

المصدر: نتائج إستمارة الإستبيان المعدة للمسئولين عن ملف تصدير التمور بقطاع نقطة التجارة الخارجية بوزارة التجارة الخارجية والصناعة والمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

توصيات البحث

١- أهمية التركيز على أسواق اندونيسيا والمغرب وماليزيا و ضرورة إجراء دراسات تسويقية مفصلة عن هذه الأسواق والتعرف على أذواق المستهلكين بها وأفضل مواعيد للتصدير والمواصفات التي يفضلونها في شكل التعبئة والتغليف وعمل حملات إعلانية للتمور المصرية لتحقيق تواجد أكبر، ومستقر في هذه الأسواق.

توفير الثلاجات اللازمة لعمليات التخزين للتغلب على الفروق الزمنية بين موسمي الإنتاج والتصدير.

٢- الإهتمام بالعمليات الإنتاجية وخاصة خدمة رأس النخلة(التقليم-التكميم-التلقيح-الخف...)

- ٣- وجود جهاز تسويقي علي مستوي قومي لوضع سياسة استراتيجية محددة المعالم لصادرات البلح سنويا, تعتمد علي دراسات وافية للاحتياجات الفعلية للاسواق وفقا لاذواق مستهلكي كل دولة علي حدة, واعتمادا علي الظروف الحقيقية لاصناف المحصول كل عام, وامكانيات إجراء الصفقات, علي أن يتم من خلال ذلك الجهاز السيطرة علي جودة الكميات التي يمكن تصديرها, واقامة معامل متخصصة في تحديد الجودة المثلي للتمور المصدرة طبقا للمواصفات القياسية العالمية, وتشجيع إقامة جمعيات لمنتجي التمور تحت إشراف حكومي تعزز مبدأ التنمية بالمشاركة .
- ٤- التوسع في تصدير المنتجات المصنعة لزيادة القيمة المضافة, وتنوع منتجات تصنيع البلح كالمربي والديبس غسل البلح كبديل للغسل الاسود, وصناعات الحلويات وأصابع التمر بلح الفول السوداني واللبن كبديل للحلوي التقليدية للأطفال وتتمتع بقيمة غذائية عالية, بالإضافة إلي رقائق تمر الدين كبديل للفايف قمر الدين, والاستفادة من نتائج التخمرات الصناعية للتمور في إنتاج الكحول والاسيتون والخل وخميرة الخبز وغيرها الأمر الذي يساعد علي التغلب علي الفروق الزمنية في موسم التصدير .
- ٥- تشجيع الشركات المصدرة للتمور وتقديم الدعم الفني والمادى لها, وانشاء شركات بشراكة أجنبية, سواء أوروبية أو غيرها, مما يعطيها حق التسويق في البلدان المشاركة معها, كما يحدث في تونس, وكذلك استزراع الاصناف التي يقبل عليها الذوق الأوربي والأمريكي مثل دجلة نور والمدجول ومراعاة مواصفات الجودة للبلح وتصنيعه من حيث الحجم والشكل واللون والطعم(٢).

المراجع

- وزارة التجارة الخارجية والصناعة - قطاع التجارة الخارجية - الإدارة المركزية لمنظمة التجارة العالمية، تقارير غير منشورة.
- المعهد العربي للتخطيط بالكويت البرنامج التدريبي، التنمية الزراعية والأمن الغذائي: التمويل والتنويع والإنتاجية ، ديسمبر ٢٠١٣.
- فاطمة عبد الشافي منصور، تنافسية أهم الصادرات البستانية المصرية، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩.
- إيمان محمد أحمد بدوي، بعض مؤشرات المزايا النسبية والتنافسية للصادرات المصرية من الفاصوليا الخضراء، الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثاني والعشرون، العدد الأول، مارس ٢٠١٢.
- عباس أبو ضيف، دراسة اقتصادية لتنمية الصادرات الزراعية المصرية إلى الدول العربية، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الأزهر، ٢٠٠٨.

- j.c.Abbott and j.p.Makeham Agricultural Economics and Marketing in the tropics, Funded by the British Government, Second Edition, 1990.
- FAO,(1990)Comparative advantage and Competitiveness Of Crops. Crop Rotation and Livestock Products in Egypt Regional Office for the Near East Cairo.

شبكة المعلومات الدولية الانترنت <http://faostat.fao.org>
شبكة المعلومات الدولية الانترنت <http://www.trademap.org>

الملاحق

جدول رقم (١) تطور الصادرات المصرية من التمور لاندونيسيا

السنوات	الكمية بالالف طن	القيمة بالالف دولار
٢٠١٠	٥.٧	٦٠٥٩
٢٠١١	٧.٦	٨٣٠.٨
٢٠١٢	٣.٧	٩٤٦٠
٢٠١٣	٧.٥	٩٣٠.٤
٢٠١٤	١٠.٩	٩٥١٠
المتوسط	٧.١	٨٥٢٨.٢

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات شبكة المعلومات الدولية الانترنت www.trademap.com

جدول رقم (٢) تطور الصادرات المصرية من التمور للمغرب

السنوات	الكمية بالالف طن	القيمة بالالف دولار
٢٠١٠	٥.٧	٦٨٨٢
٢٠١١	٨.٣	١٠٧٠.٢
٢٠١٢	٣.٧	٩٤٨٠
٢٠١٣	٨.٧	١٣٩٢٦
٢٠١٤	١٧.٩	٢٦٠٣٣
المتوسط	٨.٨٦	١٣٤٠٤.٦

المصدر : شبكة المعلومات الدولية الانترنت www.trademap.com

جدول رقم (٣) تطور الصادرات المصرية من التمور لماليزيا

السنوات	الكمية بالالف طن	القيمة بالالف دولار
٢٠١٠	٥.١	٥١٤٠
٢٠١١	٤.٧	٥٥٧٩
٢٠١٢	٢.٣	٥٧٦٩
٢٠١٣	٥.١	٦٠٧٣
٢٠١٤	٥.٧	٦١٥٠
المتوسط	٤.٥٨	٥٧٤٢.٢

المصدر : شبكة المعلومات الدولية الانترنت www.trademap.com

THE FUTURE VISION FOR EGYPTIAN EXPORTS OF DATES

Rehab A. EL-Sherbeny and Nadia M.Mahde

**Economic Studies Department - Economic and Social Studies Division
Desert Research Center - Cairo - Egypt**

ABSTRACT

The study aimed the study of geographical concentration for Egyptian exports of dates, and the study of the growth rates in the most important markets. The study focuses in measuring the competitive power indicators, the competitive pricing between dates Exporting prices in Egypt and the competitive countries market share, market penetration ratio. In addition to collect the most important obstacles facing the export process to develop a future vision for Egyptian exports of dates.

The results pointed that the quantity of Egyptian exports of dates increased from about 1.2 thousand ton to approximately about 39.3 thousand ton in 2014. The results pointed that the geographical concentration for Egyptian exports of dates goes to Morocco, Indonesia and Malaysia. Those markets represent about 86% of Egyptian exports of dates during the period (2010-2014).

Studying the annual growth rates in this markets the study shows that the growth rate in exports for Egyptian dates is 15% in Indonesian market. While the rate of growth in imports from Indonesia around the world is 23% in addition to a tariff on imports from Indonesia Egyptian dates 5%. The study shows that the growth rate in exports for Egyptian dates is 34% in Moroccan market. While the rate of growth in imports from Morocco around the world is 8%. The study shows that the growth rate in exports for Egyptian dates is 5% in Malaysian Market. While the rate of growth in imports from Malaysia around the world is 13% during the period (2010-2014).

The Results showed that the competitive indicators like Relative comparative advantage indicators reached about 65.2% which indicates the ability to export, The relative price indicator reflected Price advantage for Egyptian Dates in all markets. The market share indicator reached about 20% in Indonesian market 18% in Malaysian Market 13% in Moroccan market. The results showed that the market penetration coefficient was weak. This reflected the risk in the future to keep this markets.

The study pointed to the most important problems facing the export of dates. Like bad quality product export from stored products of the previous year, seasonality export at specific times of the year, and there is not enough refrigerators for storage dates, and inefficient manufacturing processes.

The study has recommended the need to for detailed marketing studies for Indonesian, Malaysian, and Moroccan markets. It is necessary to have independent and National Corporation for dates.