مستقبل الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة في ظل القواعد الجديدة للتجارة العالمية

د. سميحة فوزي

ندى مسعود

ورقة عمل رقم (٨٦)

يونيو ٢٠٠٣

د. سميحة فوزي هي نائب المدير التنفيذي وكبير الاقتصاديين بالمركز المصري للدراسات الاقتصادية، وأستاذ الاقتصاد بجامعة القاهرة. وندى مسعود تعمل باحثة اقتصادية بالمركز المصري للدراسات الاقتصادية.

ملخص

يموج العالم بالعديد من التغيرات التي من شأنها التأثير على مستقبل التجارة العالمية للمنسوجات والملابس الجاهزة. ولعل من أهم هذه المستجدات إلغاء نظام الحصص الكمية بدءا من عام ٢٠٠٥، وانضمام الصين لمنظمة التجارة العالمية، وظهور أدوات جديدة للحماية، وتنامي التجارة البينية داخل التكتلات الإقليمية، وأخيرا سيطرة الشبكات السلعية العالمية على إنتاج وتجارة تلك المنتجات. هذا ويلاحظ أن هذه التغيرات وإن كانت تعكس في مجملها درجة أعلى من التحرير في تجارة المنسوجات والملابس ومن ثم تتيح فرصا أوسع للتصدير، إلا أنها تفرض في الوقت ذاته تحديات كبيرة أمام هذه الصادرات.

وتهدف هذه الدراسة إلى استشراف الآثار المتوقعة لهذه التغيرات على مستقبل صادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة في ظل بديلين محتملين: الأول أن تظل الأوضاع الداخلية على ما هي عليه، والثاني، أن يقرر المجتمع المصري حكومة ومنتجين ومصدرين اتخاذ الإصلاحات الضرورية التي تضمن التكيف مع هذه التغيرات، بل وتعظيم الاستفادة منها. وقد أوضح التحليل أنه إذا ما ظلت الأوضاع الداخلية على ما هي عليه، ستعجز الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة عن الاستفادة من تحرير التجارة، ومواجهة المنافسة، واستيفاء شروط النفاذ للأسواق. بل من المتوقع أن ينتهي الأمر إلى تراجع نسبة الصادرات المصرية في أسواقها الرئيسية. وعليه يصبح البديل الثاني أمرا حتميا، وقد انتهت الدراسة إلى 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 على التصدير، ورفع القدرة التنافسية للمنسوجات والملابس المصرية، وأخيرا الالتزام بالمواصفات والمعايير الدولية لضمان نفاذ تلك المنتجات إلى الأسواق الخارجية.

Abstract

International trading rules are undergoing significant changes that will reshape the future of trade in textiles and clothing. These changes include the abolishment of the quota system by 2005; China's accession to the WTO; emergence of new tools of protectionism; growth of intra-regional trade within trading blocs; and the increasing role of global commodity chains. While these changes reflect a higher level of trade liberalization and hence more export opportunities, they also pose great challenges for the future of Egypt's textiles and clothing exports.

The study explores the future of this sector in light of two scenarios. The first is to maintain the status quo, which means not doing any domestic reforms. The second is to take the necessary measures to adapt to and maximize benefits from such changes. The analysis shows that under the first scenario, this sector will be incapable of reaping the benefits of trade liberalization and preserving its current share of international exports. It is imperative therefore to follow the second choice. To conclude, the study stresses that increasing Egypt's share of the international textile and clothing trade requires making significant progress in three main areas, namely, creating the right incentives for producers to export; increasing the competitiveness of Egypt's textiles and clothing exports; and meeting international standards and criteria to ensure access of such exports to overseas markets.

١ - المقدمة

تاريخيا، تعد صناعة الغزل والنسيج والملابس الجاهزة من أولى وأعرق الصناعات التي عرفتها مصر. فقد بدأت هذه الصناعة في عهد محمد علي، ثم شهدت طفرة في عام ١٩٢٧ عندما قام بنك مصر بإنشاء مصانع أو شركات منظمة والتي كانت في مقدمتها شركة مصر للغزل والنسيج بالمحلة الكبرى. وبذلك احتلت هذه الصناعة مكانة هامة في أذهان المصريين لارتباطها بتجربة التصنيع في العصر الحديث، والتي تعد علامة بارزة في التطور الاقتصادي للبلاد.

أما حاليا، فعلى الرغم مما تتمتع به هذه الصناعة من مزايا نسبية نتيجة توافر قدر كبير من مقوماتها الأساسية في مصر وفي مقدمتها القطن الخام والعمالة المصرية، وعلى الرغم من ارتفاع أهميتها النسبية في الاقتصاد المصري سواء من حيث نصيبها في الاستثمارات والإنتاج والعمالة بالقطاع الصناعي، إلا أن نصيبها في السوق العالمية متواضع نسبيا، كما أنه اتجه للتراجع في السنوات الأخيرة. ويُرجع كثير من الخبراء والعاملين في هذه الصناعة هذا الأداء المتدني إلى بعض القيود الداخلية التي ترفع من تكلفة الإنتاج وتحد بالتالي من القدرة التنافسية لهذه الصناعة.[١]

وفيما يتعلق بالمستقبل، تسود حالة من القلق والترقب بين المنتجين والعمال، وأيضا في الأوساط الحكومية والدوائر البحثية حول مصير تلك الصناعة. فبالإضافة إلى القيود الداخلية التي تحد من قدرتها على اختراق السوق العالمية، فإن العالم يموج بالعديد من التغيرات التي من شأنها التأثير على مستقبل التجارة العالمية للمنسوجات والملابس الجاهزة. ولعل من أهم هذه التغييرات إلغاء نظام الحصص الكمية بدءا من عام ٢٠٠٥، وانضمام الصين لمنظمة التجارة العالمية، وظهور أدوات جديدة للحماية، وتنامي التجارة البينية داخل التكتلات الإقليمية، وأخيرا سيطرة الشبكات السلعية العالمية على إنتاج وتجارة تلك السلع. هذا ويلاحظ أن هذه التغيرات، وإن كانت تعكس في مجملها درجة أعلى من التحرير في تجارة المنسوجات والملابس، ومن ثم تتيح فرصا أوسع للتصدير، إلا أنها تفرض في الوقت ذاته منافسة شديدة الضراوة أمام هذه الصادرات.

وتهدف هذه الدراسة إلى استشراف الآثار المتوقعة لهذه التغيرات على مستقبل صادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة وخاصة بعد عام ٢٠٠٥، وهو العام الذي من المتوقع أن يشهد تغيرا كبيرا في تجارة هذه المنتجات نتيجة لإلغاء نظام الحصص الكمية، وظهور تداعيات انضمام الصين لمنظمة التجارة العالمية على هذه التجارة. وبحلول هذا العام سيكون قد مضى نحو عام ونصف على البدء في تنفيذ اتفاقية المشاركة مع الاتحاد الأوروبي، بعد تصديق البرلمان المصري عليها في عام ٢٠٠٣. وتناقش الدراسة تلك الآثار في ظل بديلين

[١] يصل عدد منشآت قطاع الأعمال العام والخاص والاستثماري العاملة بتلك الصناعة إلى نحو ٣٠٠٠ منشأة أو أكثر، وتتراوح قيمة الاستثمارات العاملة بهذه الصناعة بين ١٣ و١٧ مليار جنيه، ويبلغ عدد العاملين بها ما يناهز مليون عامل (٣٠% من قوة العمل الصناعية)، وتولد أجورا تصل إلى مليار جنيه سنويا، وتبلغ نسبة مساهمتها في صادرات الصناعة التحويلية ٢٥%، مولدة عملة صعبة تعادل ٣ مليار جنيه سنويا (الجيلاني، ٢٠٠٢).

محتملين.[٢] الأول أن تظل الأوضاع الداخلية على ما هي عليه. الثاني، أن يقرر المجتمع المصري حكومة ومنتجين ومصدرين التكيف مع هذه التغيرات، وعليه يصبح السؤال الملح: ما هي الإجراءات الكفيلة بتعظيم استفادة الصادرات المصرية من هذه التغيرات.

وبالتحديد تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة الثلاث التالية:

- ما هي أهم المستجدات والتغيرات التي ستحكم التجارة العالمية للمنسوجات والملابس الجاهزة مستقبلا؟
- ما هي الآثار المتوقعة لتلك التغيرات على صادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة في ظل بقاء الأوضاع الداخلية على ما هي عليه؟
- ما هي مجالات الإصلاح الضرورية للتكيف مع هذه المستجدات وزيادة نصيب مصر من السوق العالمية لتجارة المنسوجات والملابس الجاهزة؟

وفي محاولة للإجابة عن هذه الأسئلة تنقسم الورقة إلى ثلاثة أجزاء رئيسية، بالإضافة إلى المقدمة والخاتمة. يتناول الجزء الأول بالدراسة أهم التغيرات التي من المتوقع أن تحكم معدلات نمو واتجاهات تجارة المنسوجات والملابس الجاهزة بعد عام ٢٠٠٥، وكذلك تحليل ما تنطوي عليه تلك المستجدات من فرص وتحديات بالنسبة للصادرات المصرية. بينما يخصص الجزء الثاني لدراسة البديل الأول، وذلك من خلال محاولة التعرف على الآثار المتوقعة لتلك التغيرات على الوضع النسبي لصادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة في السوقين الأوروبية والأمريكية، في ظل افتراض بقاء الأوضاع الداخلية على ما هي عليه. ويناقش الجزء الثالث البديل الثاني والمتعلق بجهود الإصلاح الضرورية لتمكين الصادرات المصرية من التكيف مع هذه التغيرات بل وتعظيم استفادتها منها. وأخيرا، تلخص الخاتمة أهم نتائج الدراسة.

٢- ما هي أهم المستجدات أو التغيرات التي ستحكم التجارة العالمية للمنسوجات والملابس الجاهزة مستقبلا؟

يمكن رصد أربعة تغييرات رئيسية في السوق العالمية لتجارة المنسوجات والملابس، والتي من المتوقع أن تؤثر تأثيرا ملموسا على تجارة هذه المنتجات في المستقبل، وهي: تحرير التجارة واشتداد حدة المنافسة نتيجة لإلغاء نظام الحصص الكمية وانضمام الصين لمنظمة التجارة العالمية؛ وظهور أدوات جديدة للحماية؛ وتنامي التجارة الإقليمية البينية؛ وأخيرا سيطرة الشبكات السلعية العالمية على إنتاج وتجارة تلك المنتجات. وفيما يلي نعرض تباعا تلك التغيرات وما تنطوي عليه في المستقبل من فرص وتحديات بالنسبة للدول النامية بشكل عام، وبالنسبة لمصر على وجه الخصوص.

[٢] وعلى الرغم من أنه من المتوقع أن يشهد الاقتصاد المصري في المستقبل مزيدا من التحرير نتيجة لالتزامات مصر تجاه منظمة التجارة العالمية، وتجاه الاتحاد الأوروبي، مما يترتب عليه زيادة الواردات وتهديد الصناعة الوطنية، إلا أن الدراسة معنية فقط بتحليل مستقبل الصادرات في السوق العالمية (الجيلاني، ٢٠٠٢).

٢-١ تحرير التجارة واشتداد حدة المنافسة

يرى كثير من المحللين أن عام ٢٠٠٥ سوف يمثل نقطة تحول هامة في مستقبل التجارة العالمية للمنسوجات والملابس الجاهزة نتيجة للانتهاء من تطبيق اتفاقية المنسوجات والملابس (Agreement on Textile and Clothing -ATC) التي تم توقيعها في دورة أوروجواي عام ١٩٩٤، وانفتاح السوق الصيني بعد انضمامها لمنظمة التجارة العالمية عام ٢٠٠١.

فمن ناحية، ولأول مرة بعد نحو ثلاثين عاما من التمييز وخضوع تجارة المنسوجات والملابس لحصص كمية– والتي كانت تحدد من خلال اتفاقيات ثنائية بين الدول الأعضاء المصدرة والمستوردة - يتم تحرير تجارة المنسوجات والملابس من نظام الحصص الكمية، وإدراج هذه التجارة تحت مظلة منظمة التجارة العالمية. ويتم هذا التحرير تدريجيا على أربعة مراحل وخلال عشر سنوات تمتد من يناير عام ١٩٩٥ وحتى ٣١ ديسمبر عام ٢٠٠٤.[٣] وبذلك تفتح أهم الأسواق المستوردة للمنسوجات والملابس في العالم، والتي تستورد نحو ٧٠% من إجمالي الواردات العالمية، أمام صادرات الدول النامية. ويعد الاتحاد الأوروبي وأمريكا وكندا والنرويج وفنلندا وأستراليا أهم هذه الأسواق.[٤] كما تنص الاتفاقية على تخفيض التعريفة الجمركية المفروضة على المنسوجات والملابس بدءا من عام ٢٠٠٥ (Spinanger, 1999; Francois and Spinanger, 2002; Hyvarinen, 2000).

وتفيد بعض الدراسات أن تحرير تجارة المنسوجات والملابس سيتيح لكثير من الدول الاستفادة من الزيادة في تدفقات التجارة نتيجة لارتفاع كفاءة تخصيص الموارد. وتتوقع هذه الدراسات زيادة معدل نمو تجارة المنسوجات والملابس بعد عام ٢٠٠٥ بنحو ١٦% سنويا على مدار ٢٥ عاما، مقارنة بمعدل النمو والمقدر بنحو ٨% سنويا في المتوسط في ظل غياب التحرير. كما تشير إلى أن مقدار الزيادة في تجارة الملابس ستكون ضعف الزيادة في تجارة المنسوجات (Francois and Spinanger, 2002; Diao and Somwaru, 2001).

ومع ذلك يرى العديد من الدول النامية أن إلغاء نظام الحصص ليس في صالحها. فعلى الرغم من أن هذا النظام كان يضع سقوفا على صادراتها، إلا أنه في نفس الوقت كان يؤمن النفاذ للأسواق خاصة بالنسبة للدول التي لا تتمتع بميزة تنافسية ومن ثم كان بمثابة حماية لها من المنافسة. ويصدق ذلك مثلا في حالة مصر وكوريا وتايوان في ضوء عدم استنفاد حصصها. بل تتخوف هذه الدول من اشتداد حدة المنافسة بعد التحرير، وخاصة من الدول التي كانت الحصص تحد من نموها مثل الصين وبنجلاديش وباكستان والهند وفيتنام. كما تتخوف أيضا من فقدان قدر كبير من الاستثمارات الأجنبية المباشرة. إذ أن نظام الحصص كان يشجع على جذب الاستثمار الأجنبي

---

[٣] وتجدر الإشارة إلى أن هذه الاتفاقية تنطبق على كافة الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بغض النظر عن عضويتها السابقة في اتفاقية الـــ MFA من عدمها، إلا أنها لا تنطبق على أعضاء الـــ MFA غير الأعضاء في منظمة التجارة العالمية. ويلاحظ أن تحرير التجارة من الناحية العملية لم يتم طبقا للجدول الزمني المتفق عليه، ومن ثم فإن معظم التحرير من المتوقع أن يتم في المرحلة الرابعة وقبل عام ٢٠٠٥ مباشرة. وهناك تخوف من وجود مقاومة لتحرير التجارة في أهم الأسواق بسبب طبيعة التحرير الـــ Backloaded في أهم الأسواق. ويلاحظ أن الـــ MFA كانت تغطي ١٥% من تجارة المنسوجات، و٤٠% من تجارة الملابس الجاهزة.

[٤] على أن يسمح لتجارة المنسوجات والملابس والتي مازالت تخضع لنظام الحصص الكمية -خلال الفترة الانتقالية- بزيادة سنوية في معدل النمو المقرر لها مسبقا في إطار الـــ MFA بالمعدلات التالية: في المرحلة الأولى (يناير١٩٩٥- ديسمبر ١٩٩٧) تكون معدلات الزيادة السنوية ١٦%. وفي المرحلة الثانية (يناير ١٩٩٨-ديسمبر ٢٠٠١) تصل معدلات الزيادة السنوية إلى ٢٥%. وفي المرحلة الثالثة (يناير ٢٠٠٢ – ديسمبر ٢٠٠٤) تبلغ معدلات الزيادة السنوية ٢٧%.

المباشر للاستفادة من الحصص. أما في المستقبل، فمن المتوقع أن تتجه تلك التدفقات الرأسمالية إلى الدول التي تنعم بمعاملة تفضيلية تتيح لها الدخول في أهم الأسواق دون تعريفة جمركية، أو إلى الدول التي تتمتع بقدرة تنافسية مرتفعة.

ومن ناحية أخرى، من المتوقع أن يكون لانضمام الصين لمنظمة التجارة العالمية عام ٢٠٠١، مع ما تشهده الصين حاليا من نمو وتحول اقتصادي، الكثير من التداعيات الملموسة ليس فقط على مستقبل تجارة المنسوجات والملابس الجاهزة، بل أيضا على كل من النظام التجاري، والاقتصاد العالمي برمته. كذلك من المتوقع أن يتوقف الأثر النهائي على الدول النامية المصدرة للمنسوجات والملابس على مدى قدرة هذه الدول على الاستفادة من الآثار التكاملية ومواجهة الآثار التنافسية المترتبة على انضمام الصين للمنظمة.

وبالنسبة للآثار التكاملية، يتوقع الخبراء أن يتيح تحرير وانفتاح السوق الصيني الذي يضم ١.٣ مليار نسمة فرصا تصديرية واسعة أمام كثير من الدول النامية. خاصة إذا ما أخذنا في الاعتبار اتجاه التعريفة الجمركية المفروضة على المنسوجات والملابس في الصين إلى الانخفاض من ٥٧% و٧٦% قبل الانضمام إلى نحو ٩% و١٥% على التوالي بعد الانضمام، وأيضا الزيادة المتوقعة في الطلب الصيني على المنسوجات المستوردة نتيجة لزيادة إنتاج وتصدير الملابس الصينية. فمن المتوقع أن ترتفع نسبة واردات الصين من إجمالى الواردات العالمية للمنسوجات من ١٣% عام ١٩٩٥ إلى ٢٥% عام ٢٠٠٥، مما يتيح فرصا تصديرية للدول النامية في مجال المنسوجات تحديدا (Ianchovichina and Martin, 2001) .

وفيما يتعلق بالآثار التنافسية، تتشكك كثير من الدول النامية في قدرتها على مواجهة المنافسة من الصادرات الصينية. إذ أوضحت بعض الدراسات أن نصيب الصين الكبرى من الصادرات العالمية للملابس مثلا من المنتظر أن يرتفع من ٢٠% عام ١٩٩٥ إلى نحو ٤٧% بعد عام ٢٠٠٥ (Diao and Somwaru, 2001; Francois and Spinanger, 2002). كما أنه من المتوقع أن يؤدي انضمام الصين لمنظمة التجارة العالمية ليس فقط إلى تغير في نمط التجارة لصالح الصين وعلى حساب كثير من الدول النامية، بل أيضا إلى تغير واضح في نمط الاستثمار والإنتاج لصالحها. وقد أوضح أحد استطلاعات الرأي اتجاه كثير من منتجي المنسوجات والملابس الجاهزة في العالم لنقل نشاطهم الحالي أو توطين الاستثمار الجديد في الصين للاستفادة من انخفاض التكلفة (Spinanger, 2001).

٢-٢ تنامي استخدام الأدوات الجديدة للحماية

على الرغم من الاتجاه لتحرير تجارة المنسوجات والملابس الجاهزة، إلا أن هناك قلقا من تنامي استخدام الأشكال الجديدة للحماية، وذلك كرد فعل لما شهدته هذه التجارة مؤخرا من كثرة لجوء الدول وخاصة المتقدمة إلى استخدام القيود غير التعريفية أو الجمركية، وكذلك القيود الفنية على التجارة.[٥] ولعل أهم ما تتسم به هذه الأدوات الجديدة للحماية هي أنها تؤثر على العملية الإنتاجية ذاتها، بعكس الحصص الكمية والتعريفة الجمركية والتي تمارس

[٥] إلا أن الأمر لا يقتصر على الدول المتقدمة، إذ قامت الدول النامية باستخدام القيود غير التعريفية بكثافة ضد بعضها البعض وخاصة في الفترة من ١٩٩٦ وحتى عام ١٩٩٩.

تأثيرها على المنتجات النهائية. وعليه ترى الدول النامية أن الالتزام بتلك الأدوات سيكون من شأنه ارتفاع تكلفة الإنتاج، وظهور كثير من المشاكل في التطبيق في حالة اختلاف تلك المعايير والمواصفات من سوق لآخر (خاصة في حالة قواعد المنشأ)، مما يضع قيودا في النهاية على نمو صادراتها (Hyvarinen, 2000).

ومن أهم القيود غير التعريفية التي يخشى من تزايد تطبيقها من قبل الدول الصناعية الكبرى: إجراءات مكافحة الإغراق (Anti-dumping measures) في مواجهة انخفاض الأسعار، والإجراءات التعويضية (Countervailing measures) في مواجهة الدعم، وأخيرا الإجراءات الوقائية (Safeguard measures) في مواجهة زيادة الواردات (Francois and Spinanger, 2002). فعلى سبيل المثال، شهد العقد الماضي قيام كل من الاتحاد الأوروبي وأمريكا برفع نحو ٣٠٠ دعوى إغراق ضد صادرات الهند من المنسوجات والملابس. كما تخشى الدول النامية من صعوبة الالتزام بقواعد المنشأ المنصوص عليها في اتفاقيات التجارة الإقليمية. إذ غالبا ما تشكل هذه القواعد عبئاً علي المنتجين وتؤدي إلي زيادة تكلفة الإنتاج مما يضطرهم في بعض الأحيان إلى استبدال بعض المدخلات الوسيطة ذات التكلفة المنخفضة ببدائل أكثر تكلفة وذلك لإكساب المنتج النهائي صفة المنشأ ومن ثم التمتع بالمعاملة التفضيلية. كما قد يؤدي اشتراك الدولة الواحدة في أكثر من اتفاقية للتجارة إلي حدوث تضارب، وفي بعض الأحيان تعارض قواعد المنشأ المطبقة في الاتفاقيات المختلفة مما يؤثر سلبا علي تدفقات التجارة بين هذه الدول.

أما بالنسبة للقيود الفنية التي تتخوف الدول النامية من تزايد استخدامها من قبل الدول المستوردة فتشمل: معايير الجودة الشاملة (ISO 9000) والتي تنص على أن أية سلعة لا تحمل شهادة الأيزو لن تقبل في السوق العالمي. ومعايير البيئة أو بطاقات البيئة Ecolabelling والأيزو ١٤٠٠٠، والتي تحظر تجارة المنسوجات والملابس الجاهزة التي تستخدم أسمدة أو مواد كيماوية وأصباغ مضرة بالصحة العامة. وقد فرض الاتحاد الأوروبي حظرا على بعض الصادرات من الهند لاستخدامها لمواد كيماوية ومبيدات حشرية ضارة بالصحة العامة، مخالفة بذلك معايير البيئة. ومن أكثر البطاقات البيئية استخداما في مجال تجارة المنسوجات والملابس هي الأكوتكس ١٠٠ (OKOTEX 100).[٦] وكذلك معايير العمل (SA 8000) والتي تنص على حظر الصادرات التي تعتمد على عمالة الأطفال، أو العمل القسري، أو على التمييز بين العمال في الأجور والمهن والإجازات وفقا للنوع أو العقيدة (CUTS, 1997). وقد فرضت الولايات المتحدة حظرا على بعض صادرات الملابس الجاهزة من بنجلاديش، وبعض صادرات السجاد اليدوي من الهند لاشتراك الأطفال في تصنيعها. وأخيرا معايير التغليف والتي تستخدم الآن على نطاق ضيق نسبيا، وإن كان هناك اتجاه لزيادة تطبيقها كأحد معايير البيئة.

٢-٣ تنامي التجارة البينية الإقليمية

فضلا عما سبق، تتخوف الدول النامية المصدرة للمنسوجات والملابس من تزايد ظاهرة الاندماج الإقليمي. فمع الاتجاه نحو إلغاء الحصص الكمية أصبحت التعريفة الجمركية هي المحدد الرئيسي للقدرة على النفاذ للأسواق، وهو ما أدى إلى تنامي ظاهرة التكتلات الاقتصادية. وقد شهد عقد التسعينيات تزايدا ملحوظا في عدد اتفاقيات

[٦] ويمكن التمييز بين نوعين من معايير البيئة، الأول يعتمد على مكونات المنتج أو السلعة، والآخر يشمل كل مراحل إنتاج السلعة.

التجارة الإقليمية المصدق عليها من منظمة التجارة العالمية (الجات سابقا)، من نحو ٧٧ اتفاقية عام ١٩٩٠ إلى ١٦٢ في منتصف عام ١٩٩٨. وإذا أخذنا في الاعتبار اتفاقيات التجارة الإقليمية غير المصدق عليها، يرتفع هذا الرقم ليصل إلى ٢٢٠ اتفاقية في عام ١٩٩٨ (WTO, 1999). ويلاحظ أن هذه الظاهرة تحد نوعا ما من الاتجاه الحالي لتحرير التجارة فى ظل منظمة التجارة الدولية. فكما توضح النظرية الاقتصادية، يعد الاندماج الإقليمي إحدى سياسات التجارة التمييزية أو الحمائية، والتي وإن كانت تحرر التجارة بين الدول الأعضاء، إلا أنها تكفل نوعا من الحماية أو التمييز ضد الدول غير الأعضاء، وتحد بالتالي من التدفق الحر للتجارة السلعية، وتؤثر تأثيرا سلبيا على كل من نمط تخصيص الموارد ومستوى الرفاهة على مستوى العالم (Krugman and Obstfeld, 1988).

وترتب على تزايد الاتجاه نحو الاندماج الإقليمي أن ارتفع معدل النمو السنوي للتجارة البينية في التكتلات الاقتصادية، مقارنة بمعدل نمو تجارتها الخارجية خلال عقد التسعينيات، مما أدى إلى تزايد الأهمية النسبية للتجارة الإقليمية البينية. ويصدق ذلك بشكل ملحوظ على التجارة البينية في المنسوجات والملابس والتي شهدت هي الأخرى تزايدا ملموسا في العقد الماضي (جدول رقم ١)، كنتيجة لارتفاع متوسط التعريفة الجمركية على المنسوجات والملابس الجاهزة (١٥%)، إلى نحو ثلاثة أضعاف المتوسط العام للتعريفة الجمركية على السلع الصناعية والتي تقدر بـ٦% (OECD, 2000).

جدول رقم (١): التجارة الإقليمية البينية فى المنسوجات والملابس الجاهزة

التكتل الإقليمي	نسبة صادرات المنسوجات البينية إلى إجمالي صادرات المنسوجات	نسبة صادرات الملابس الجاهزة البينية إلى إجمالي صادرات الملابس الجاهزة
الإيبيك	**٧٤%**	**٧٠%**
الاتحاد الأوروبي	**٦٩%**	**٥٩%**
النافتا	**٧٠%**	**٦٩%**
ميركوسور	**٤٢%**	**٤٤%**

Source: World Trade Organization, Background Statistical Information With Respect to Trade in Textiles and Clothing, 2001.

وتخشى الدول النامية غير المنتمية لأية تكتلات إقليمية أن يحد تنامي ظاهرة التجارة الإقليمية البينية في المنسوجات والملابس من فرص نفاذ صادراتها إلى تلك التكتلات، لاسيما إذا ما أخذنا في الاعتبار أن التكتلات الإقليمية أصبحت تتبع سياسات تجارية موجهة للداخل (Inward-looking trade strategies). وهو ما أدى إلى تزايد ظاهرة تحويل التجارة (Trade diversion) من الدول غير الأعضاء إلى الدول الأعضاء. وقد شهد الاتحاد الأوروبي إحلالا لوارداته من المنسوجات والملابس من دول جنوب وشرق آسيا إلى دول شرق أوروبا وتركيا وتونس. كما شهد السوق الأمريكي أيضا تحولا في التجارة من ذات الدول إلى المكسيك ودول الكاريبي (الشكلان أ وب بالملحق الإحصائي). وعليه، يصبح نمو صادرات الدول النامية رهنا بمدى نجاحها في الانضمام لعضوية أي شكل من أشكال اتفاقيات التجارة التفضيلية.

٢-٤ سيطرة الشبكات السلعية على الإنتاج والتجارة العالمية (*Global Commodity Chains*)

شهد النظام العالمي تزايدا في سيطرة الشبكات السلعية العالمية على إنتاج وتجارة المنسوجات والملابس الجاهزة، كنتيجة لاشتداد حدة المنافسة بين الدول المتقدمة حول البحث عن أقل المواقع أو الدول تكلفة، وكذلك أقربها جغرافيا كرد فعل لسرعة تغير الأذواق وتزايد أهمية عامل الوقت كأحد محددات الميزة التنافسية في هذه الصناعة (Spinanger, 1999). وتضم هذه الشبكات عددا كبيرا ومتنوعا من الأنشطة المرتبطة بالبحث والتطوير والتصميم والإنتاج والدعاية والإعلان والتسويق (الشكل "ج" بالملحق الإحصائي).

ومن أهم خصائص الشبكات السلعية العالمية لإنتاج وتسويق المنسوجات والملابس الجاهزة أن الذى يتولى توجيه وتنظيم العمل داخل الشبكة هم المشترون (Buyer-driven)، الذين غالبا ما يكونون تجار تجزئة (Retailers) أو شركات التسويق (Marketers) أو منتجي العلامات التجارية (Branded manufacturers) في الدول المتقدمة. بينما يتم الإنتاج الفعلي في المصانع المستقلة والمرتبطة والمتنافسة في ذات الوقت والتي تنتشر غالبا في الدول النامية (Gereffi, 1999).[٧] وعليه، فإن استمرار أية دولة في الإنتاج وقدرتها على التصدير أصبحت متوقفة على درجة وقوة ارتباط منتجيها بتلك الشبكات، وخاصة مع مركز تلك الشبكة أو المشتري الذي يقوم بقيادتها، ومدى نجاحهم في التمركز داخلها.

وأهم ما يميز المشتري أو مركز الشبكة عن بقية الوحدات سيطرته على عناصر الإنتاج الرئيسية مثل المعلومات والمهارات والموارد والتصميم والعلامات التجارية التي تضمن عمل تلك الشبكات العالمية بكفاءة ووفقا للمواصفات والمعايير العالمية، وكذلك قدرته على التنسيق بين وحداتها الإنتاجية المنتشرة جغرافيا. ويقوم التاجر الذي يمثل مركز الشبكة بتصميم السلع وتحديد مواصفاتها وتقسيم العمل بين وحدات الإنتاج الأكثر كفاءة والتي غالبا ما توجد في الدول النامية. وتقوم تلك الوحدات إما بإنتاج وتصدير المنتجات النهائية كاملة، أو بتصدير بعض مستلزمات الإنتاج التي يقوم التاجر بإعادة تصديرها لوحدات أخرى لتقوم بتجميعها وتصديرها للتاجر في شكل منتجات نهائية (Gereffi, 2002)

وقد ترتب على تنامي التجارة الإقليمية وزيادة سيطرة الشبكات العالمية تزايد أهمية التجارة داخل الصناعة (Intra-industry trade) والتجارة داخل المشروعات (Intra-firm trade) على حساب التجارة التقليدية في السلع (Inter-industry trade) وظهور أنماط جديدة لتقسيم العمل والتجارة مثل تجارة التشغيل أو التجهيز في الخارج (Offshore/Outward processing trade) في حالة الاتحاد الأوروبي، أو الاشتراك في الإنتاج (Production-sharing) في حالة الولايات المتحدة. وتساعد هذه الأنماط لتقسيم العمل على تخفيض تكلفة الإنتاج حيث تقوم الدول المتقدمة بتصدير المواد الخام للدول النامية للقيام ببعض العمليات الصناعية، ثم تعيد استيرادها في صورة سلع وسيطة وتفرض التعريفة الجمركية على القيمة المضافة التي تحققت فقط نتيجة للتصنيع. أو تقوم الدول المتقدمة بالتعاقد من الباطن الكامل (Full sub-contracting) مع الدول النامية، وفي هذه الحالة تقوم الدول

[٧] فضلا عن هذا النوع، هناك الشبكات التي يوجهها المنتج (Producer-driven)، ومن أهم خصائصها إن مركزها أو اللاعب الرئيسي غالبا ما يكون شركة دولية النشاط. وغالبا ما ينتمي المشروع القائد في هذه الحالة إلى أسواق احتكار القلة. وتتحقق الأرباح نتيجة وفورات الحجم والتقدم التكنولوجي. وهذه تمثل السمة الغالبة للصناعات الاستهلاكية المعمرة والوسيطة والرأسمالية مثل صناعة السيارات والكومبيوتر والطائرات.

المتقدمة بتصدير مواد خام للدول النامية وتعيد استيرادها في صورة منتجات نهائية، وتفرض في هذه الحالة أيضا التعريفة الجمركية على القيمة المضافة التي تحققت في الدول النامية (Desai, 2002).

إجمالا، يمكن القول بأن هذه التغيرات الأربعة وإن كانت تنطوي على مزيد من التحرير والنمو لتجارة المنسوجات والملابس، وتتيح بالتالي فرصا أكثر للنمو والازدهار وللتواجد في السوق العالمية أمام الصادرات المصرية، إلا أنها تنطوي على أشكال جديدة للحماية، وتضع الدول النامية أمام منافسة أكثر شدة وضراوة، وأمام أدوات تجارية جديدة يجب معرفتها والتكيف معها، وتوفير البنية الرأسمالية والفنية والبشرية الكفيلة بالتعامل معها. فالأثر النهائي لتلك المستجدات لن يتوزع بالتساوي بين الدول النامية فهناك فائزون وهناك خاسرون. والأمر في النهاية يتوقف على الأوضاع الداخلية التي تحدد قدرة الدول النامية على مواجهة التحديات والتعامل مع التغيرات التي ستحكم حجم واتجاهات التجارة. فما هو الوضع بالنسبة للصادرات المصرية مستقبلا؟ هل ستستطيع الاستفادة من تلك التغيرات؟

٣- ما هي الآثار المتوقعة لتلك التغيرات على صادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة في ظل بقاء الأوضاع الداخلية على ما هي عليه؟

يتناول هذا الجزء بالدراسة والتحليل الآثار المحتملة لهذه التغيرات على مستقبل صادرات مصر من المنسوجات والملابس في السوق العالمية، وخاصة السوقين الأوروبية والأمريكية في ظل السيناريو الأول وهو بقاء الأوضاع الداخلية على ما هي عليه. ونستهل هذا الجزء بتحليل الوضع النسبي للصادرات المصرية في السوق العالمية حاليا.

٣-١ الوضع النسبي للصادرات المصرية في السوق العالمية حاليا

شهدت العقود الأربعة الأخيرة من القرن العشرين زيادة في قيمة تجارة المنسوجات والملابس بأكثر من ستين ضعفا. فبينما كانت تلك التجارة تبلغ ٦ مليار دولار عام ١٩٦٢، ارتفعت قيمتها الاسمية لتصل إلى ٣٤٢ مليار دولار عام ٢٠٠١، لتمثل بذلك نحو ٥.٧% من التجارة العالمية. كذلك يكشف تتبع التطورات في السوق العالمية أن تجارة الملابس قد تزايدت بنحو ١٠٠ ضعفا بحيث أصبحت تمثل ثلثي القيمة الإجمالية لتجارة المنسوجات والملابس، بينما لا يتعدى نصيب تجارة المنسوجات الثلث (Diao, 2001).

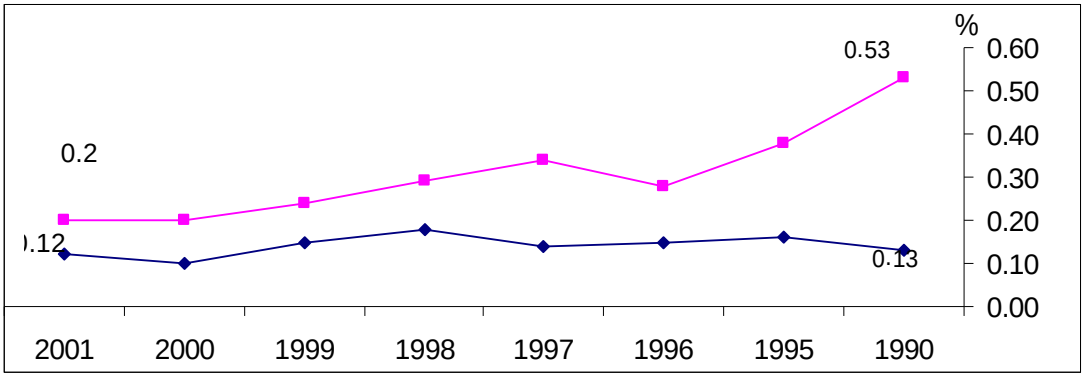
بالإضافة إلى ما تقدم، شهدت هذه التجارة تغيرا في مواقع اللاعبين الأساسيين. حيث انسحبت الدول الصناعية من بعض المراكز المتقدمة لتحتلها بدلا منها الدول النامية. وتجدر الإشارة إلى أن الدول النامية التي نجحت في الوصول إلى المراكز العليا وخاصة في تجارة الملابس الجاهزة هي تلك المجموعة التي وفقت في إبرام شكل أو آخر من اتفاقيات التجارة التفضيلية مع الدول المتقدمة، ونذكر على سبيل المثال المكسيك، ودول الكاريبي، وتركيا ودول أوروبا الشرقية. هذا، وقد بلغ نصيب الدول النامية من تجارة المنسوجات والملابس الجاهزة في أواخر التسعينيات ٥٠% و٧٠% على التوالي.

وبتحليل هيكل التجارة على مستوى العالم والذى يوضح أهم مصدري ومستوردي المنسوجات والملابس الجاهزة، يلاحظ اتسامه بالتركز الشديد. ففي التسعينيات سيطرت الصين،[٨] والولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي على حوالي ثلثي تجارة المنسوجات والملابس الجاهزة. حيث استقبلت هذه الأسواق الثلاثة ٥٩% و٨٤% في المتوسط من إجمالي الواردات العالمية، كما قامت بتصدير ٧٦% و٦١% في المتوسط من إجمالي الصادرات العالمية من المنسوجات والملابس الجاهزة على التوالي (الجدول أ بالملحق الإحصائي). ولا شك أن تحرير تلك الأسواق من خلال إلغاء الحصص الكمية والتخفيض التدريجي للتعريفة الجمركية يتيح فرصا أكثر لنفاذ الصادرات المصرية.

ويشير ما تقدم إلى أربعة حقائق هامة بالنسبة للدول النامية المصدرة للمنسوجات والملابس، ومنها مصر. الحقيقة الأولى هي أن هناك فرصا لزيادة التجارة في هذه المنتجات في المستقبل، خاصة وأن بعض الدراسات أوضح اتجاه الطلب عليها إلى التزايد بشكل مستمر مع زيادة الدخل في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء (Verma, 2002). الثانية، أنه من المتوقع أن تتيح تجارة الملابس فرصا أوسع للتصدير. الثالثة، أن أهم الأسواق المستقبلة لهذه المنتجات هي السوق الأوروبية، والأمريكية والصينية. أما الحقيقة الرابعة فهي أن التوقيع على اتفاقيات تجارة تفضيلية مع الدول المتقدمة والتي تعد من أهم الأسواق، يساعد على التغلب على التعريفة الجمركية وزيادة صادرات الدول النامية الأكثر تنافسية.

وبالنسبة لمصر، يوضح تتبع تطور قيمة صادرات المنسوجات والملابس الجاهزة في السوق العالمية خلال الفترة منذ عام ١٩٩٠ وحتى عام ٢٠٠١، تراجع نصيب مصر من صادرات المنسوجات في العالم إلى نحو النصف من ٠.٥% إلى ٠.٢%، بينما شهدت قيمة صادرات مصر من الملابس الجاهزة شبه ثبات حول ٠.١٣% في ذات الفترة، وذلك كما يتضح من الشكل رقم (١). وهو ما يفيد أنها لم تستطع الاستفادة بشكل ملموس من نمو التجارة العالمية في هذه السلع.[٩]

شكل رقم (١): نصيب مصر من السوق العالمية للمنسوجات والملابس الجاهزة



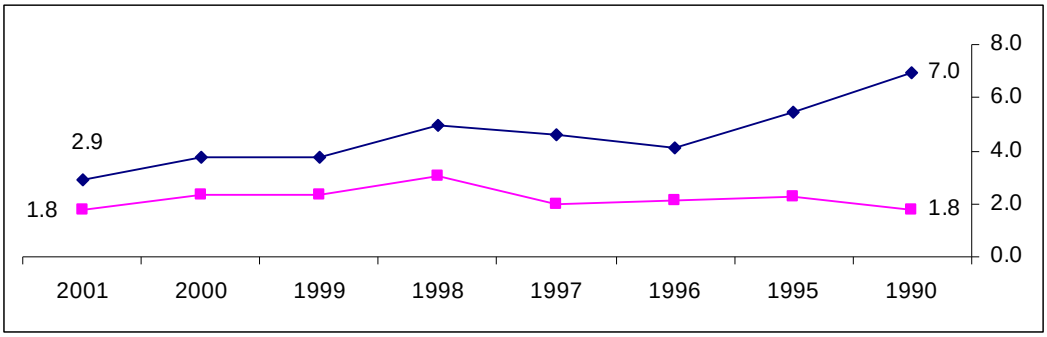
Source: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, 2001, and 2000.

[٨] الصين تشمل الصين مينلاند وتايبي وماكاو وهونج كونج.

[٩] وتوضح بيانات البنك المركزي انخفاض نسبة صادرات المنسوجات والملابس الجاهزة إلى كل من اجمالى صادرات مصر غير البترولية وإجمالي صادرات مصر شاملة البترول من ٢٠% و٦% عام ١٩٩١ إلى ٧% و٥% في عام ٢٠٠١(انظر الشكل "د" بالملحق الإحصائي).

ويتماشى ما تقدم مع ما شهده مؤشر الميزة النسبية من تطور في خلال نفس الفترة. ويعد مؤشر الميزة النسبية الظاهرة (Revealed comparative advantage- RCA) من أكثر المؤشرات شيوعا لقياس وتحليل القدرة التنافسية.[١٠] وبمتابعة تطور هذا المؤشر بالنسبة لصادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة خلال التسعينيات وحتى عام ٢٠٠١، يلاحظ تدهور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة للمنسوجات المصرية من ٧ إلى ٢.٩ خلال هذه الفترة، فى حين يميل مؤشر الميزة النسبية للملابس الجاهزة إلى الثبات حول من ١.٨ فى نفس الفترة، وذلك كما هو موضح بالشكل رقم (٢).

شكل رقم (٢): تطور مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لصادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة



Source: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, 2001, and 2000.

وفي ضوء ما تقدم، يمكن القول بأنه من المتوقع أن تكون قدرة صادرات الملابس الجاهزة على النمو والصمود أمام المنافسة الدولية أعلى نسبيا من قدرة صادرات مصر من المنسوجات ولاسيما في ضوء ما سبق ذكره من أن العالم يشهد نموا في صادرات الملابس الجاهزة بمعدلات تفوق نمو المنسوجات.

وبتحليل مدى اتساق تطور الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس مع تطورات الطلب العالمي بالاعتماد على منهج "تحليل تجارة وتنافسية الدول" (Trade and Competitiveness Analysis of Nations) وبمقارنة معدلات نمو كل من المنتجات المختلفة من صادرات المنسوجات والملابس المصرية[١١] والطلب العالمي على هذه المنتجات خلال التسعينيات كما هو موضح في الجدول رقم (٢)، يلاحظ أن نحو ٦٠% من صادرات مصر تتسق مع اتجاهات الطلب العالمي، بينما أن ٢٨% تتجه للزيادة رغم أن العالم يشهد تراجعا في تلك الصادرات. وما يقرب من ١٢% من الصادرات المصرية يتراجع بينما يشهد العالم تزايدا في تلك الصادرات. وهو ما يفيد أن نحو ٤٠% من الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة لا تتماشى مع اتجاهات الطلب العالمي، مما يفسر انخفاض معدلات النمو حاليا، ويشير إلى تهديد وضعها في المستقبل.

[١٠] يتم حساب الميزة النسبية الظاهرة باستخدام المعادلة التالية: الميزة النسبية الظاهرة = (صادرات الدولة س من السلعة ص /إجمالي صادرات الدولة س)/(إجمالي صادرات العالم من السلعة س /إجمالي صادرات العالم (Greenway and Milner, 1993).

[١١] على أساس التصنيف الثلاثي.

جدول رقم (٢): مقارنة معدلات نمو صادرات مصر من المنتجات المختلفة من المنسوجات والملابس الجاهزة مع معدلات نمو الطلب العالمي (١٩٩٦-٢٠٠٠)

	نصيب المنتجات من الصادرات العالمية للمنسوجات والملابس الجاهزة في ارتفاع	نصيب المنتجات من الصادرات العالمية للمنسوجات والملابس الجاهزة في انخفاض
نصيب المنتجات من الصادرات المصرية للمنسوجات والملابس الجاهزة في ارتفاع	النجوم الصاعدة (٣٥%) (المنتجات الأساسية: ٦٥٦، ٦٥٧، ٦٥٨، ٨٤١)	النجوم الآفلة (٢٨%) (المنتجات الأساسية: ٢٦٩، ٦٥٣، ٦٥٩، ٨٤٨)
نصيب المنتجات من الصادرات المصرية للمنسوجات والملابس الجاهزة في انخفاض	الفرص الضائعة (١٢%) (المنتجات الأساسية: ٢٦٥، ٦٥٥، ٨٤٢، ٨٤٦)	المتراجعون (٢٥%) (المنتجات الأساسية: ٢٦٤، ٢٦٦، ٢٦٧، ٦٥١، ٦٥٢، ٦٥٤)

Source: United Nations, 1999 International Trade Statistics Yearbook: Volume II Trade by Commodity, and Databases: International Trade Statistics: data is taken from the COMTRADE database of the United Nations Statistics.

٦٥٦: شرائط من مواد نسجية (تل/لاسيه)، ٦٥٧: خيوط ربط أو حزم، ٦٥٨: ملاءات وفوط، ٨٤١: ملابس للرجال والصبية، ملابس مستعملة ٢٦٩: ، ٦٥٣: نسج من خيوط بوليستر، ٦٥٩: أغطية أرضيات، ٨٤٨: ، ٢٦٥: خيوط كتان، ٦٥٥: أقمشة مصنرة من القطن، ٨٤٢: ملابس للنساء والبنات، ٨٤٦: إكسسوارات ملابس (أقفزة)، ٢٦٤Jute: ، ٢٦٦:نسيج صناعي ، ٢٦٧ غزل صناعي: ، ٦٥١: غزل / خيوط مفتولة، ٦٥٢: نسج قطنية غير مقصورة، ٦٥٤: نسيج كتان.

وبتحليل التركيب السلعي للصادرات المصرية بشكل أكثر تفصيلا يلاحظ أن مصر تصدر ٢٠ منتجا من المنسوجات والملابس الجاهزة (جدول "ب" بالملحق الإحصائي).[١٢] وهذه يمكن تقسيمها إلى ثلاثة مجموعات: الأولى: منتجات تتمتع بميزة نسبية مرتفعة ومتزايدة، كما اتجهت نسبتها إلى إجمالي صادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة ونصيبها في السوق العالمية إلى التزايد. وهذه يمكن الاطمئنان إلى وضعها فى السوق العالمية مستقبلا. فهي ليست مرشحة فقط للحفاظ على نصيبها السوقي، بل هي قادرة على مواصلة زيادته على الرغم من تحرير التجارة وإلغاء نظام الحصص واشتداد حدة المنافسة. وهذه تضم أربعة منتجات وتمثل ٥٨% من إجمالي صادرات مصر وتشمل خيوط الكتان، والملاءات والفوط، وملابس الرجال والصبية، ملابس من مصنرات القطن. المجموعة الثانية: منتجات تتمتع بميزة نسبية إلا أن وضعها في السوق العالمي مستقبلا غير مؤكد، حيث اتجه نصيبها في السوق العالمي إلى الانخفاض، ومن ثم فهي تحتاج إلى تطوير ومساندة. وفي حالة النجاح في رفع الأعباء عن المصدرين فإن هذه المنتجات قادرة على المنافسة في السوق العالمي. وينطبق ذلك بصفة خاصة على الغزل/الخيوط المفتولة والمنسوجات القطنية غير المصنرة، وهذان المنتجان شكلا ٣٠% من إجمالي صادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة فى عام ٢٠٠١. وأخيرا، المجموعة الثالثة: تضم المنتجات التي لا تتمتع فيها مصر بميزة نسبية، وهذه تضم أربعة عشر منتجا معظمها من الغزول والمنسوجات، ولا يتعدى نصيبها من الصادرات المصرية ١٢% في عام ٢٠٠١.

وبالنسبة للتوزيع الجغرافي لصادرات مصر من المنسوجات والملابس، يلاحظ ارتفاع درجة التركز في سوقي الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة. إذ بلغ متوسط نسبة صادرات مصر إلى هذين السوقين إلى إجمالي صادراتها، في النصف الثاني من التسعينيات، نحو (٥١%) و(٤٢%) على التوالي. ويتماشى هذا التوزيع مع هيكل التركز في التجارة العالمية للمنسوجات والملابس. ومن ثم فإن تحرير تلك الأسواق نتيجة لتطبيق اتفاقية الملابس والمنسوجات (ATC)واتفاقية المشاركة بين مصر والاتحاد الأوروبي سوف يتيح نظريا فرصا واسعة أمام الصادرات المصرية. إلا

[١٢] مع استثناء القطن والصوف والحرير.

أن عدم القدرة على الاستفادة العملية من هذه الفرص يهدد بخسارة نحو ٩٠% من أسواقنا. ويلي ذلك في الأهمية النسبية الدول العربية (٣.٣%)، ثم الدول الآسيوية غير العربية (١.٥%). ولا يتعدى نصيب الصين ٥ مليون دولار أي ما يمثل (٠.٥%) من إجمالي صادرات مصر من هذه المنتجات، وذلك على الرغم من أن كثير من الدراسات ترى أن الصين ستتيح فرصا مستقبلية واسعة للتصدير خاصة بالنسبة للمنسوجات (جدول رقم ٣).

جدول رقم (٣) التوزيع الجغرافي لصادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة

	المتوسط (١٩٩٨-٢٠٠١) %
أمريكا الشمالية	٤٢
الاتحاد الأوروبي	٥١
دول أوروبية أخرى	١.٧
دول عربية	٣.٣
دول آسيوية غير عربية	١.٥
دول أخرى	٠.٥

المصدر: موقع وزارة الجارة الخارجية على شبكة المعلومات الدولية عن الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء .www.economy.gov.eg

وأخيرا، تكشف مراجعة سياسة التجارة الخارجية في مصر عن نجاح مصر في التوقيع على عدد من الاتفاقيات لإقامة مناطق تجارة حرة مع كل من الدول العربية عام ١٩٩٧، ودول الكوميسا عام ١٩٩٨، والاتحاد الأوروبي عام ٢٠٠١. وعلى الرغم من أن هذه السياسة تتماشى مع الاتجاهات العالمية كوسيلة للتغلب على القيود التعريفية التي سوف تحد من حرية الدخول لبعض الأسواق، إلا أن المطلوب هو الإسراع بوضع اتفاقية المشاركة موضع التنفيذ، وكذلك بذل مزيد من الجهود للوصول إلى اتفاقية تجارة تفضيلية مع الولايات المتحدة وربما العمل أيضا على تعميق التبادل التجاري مع الصين من خلال أية صورة من صور اتفاقيات التجارة التفضيلية.

٣-٢ الآثار المتوقعة على الصادرات المصرية في المستقبل

وإذا كان هذا هو الوضع قبل التغييرات المنتظرة في هذه التجارة، فإن السؤال الملح هو: هل ستستطيع الصادرات المصرية في ظل بقاء الأوضاع الداخلية على ما هي عليه الاستفادة مما تتيحه التغييرات المنتظرة في تجارة المنسوجات والملابس في المستقبل من فرص متمثلة أساسا في تحرير التجارة وارتفاع معدلات نموها؟ وهل ستتمكن كذلك من مواجهة التحديات التي تفرضها التغييرات في النظام التجاري العالمي، من منافسة وتنامي في حجم التجارة البينية ووجود شروط صارمة للنفاذ إلى الأسواق؟

وفي محاولة للإجابة عن هذه الأسئلة سوف يتم التركيز على دراسة قدرة الصادرات المصرية على الاستفادة من تحرير السوقين الأوروبية والأمريكية. ويرجع التركيز على هاتين السوقين إلى أنهما تعدان من أهم أسواق التصدير بالنسبة لمصر وكذلك من أهم الأسواق المستوردة لتلك المنتجات في العالم.

إمكانية الاستفادة من تحرير السوق الأوروبية

تتيح السوق الأوروبية أفضل فرصا تصديرية بالنسبة لصادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة. فمن المتوقع أن يؤدي دخول اتفاقية المشاركة حيز التنفيذ في أواخر عام ٢٠٠٣ إلى تحرير السوق الأوروبية من

الحصص الكمية، وقبل أن يتم إلغاء الحصص الكمية وفقا لاتفاقية منظمة التجارة العالمية في بقية الأسواق عام ٢٠٠٥. هذا بالإضافة إلى ما تتمتع به الصادرات المصرية من حرية للنفاذ دون قيود تعريفية وفقا لاتفاقية عام ١٩٧٧. كما تعد هذه السوق أكبر مستوردا للمنسوجات والملابس الجاهزة على مستوى العالم، إذ بلغ متوسط وارداتها من السوق العالمية للمنسوجات (٣٢%) وللملابس الجاهزة (٤٣%)، في متوسط الفترة من ١٩٩٩-٢٠٠١ (جدول أ بالملحق الإحصائي). وفضلا عن قرب السوق الأوروبية من مصر، تعتبر السوق الأوروبية أهم شريك تجارى لمصر، إذ بلغ متوسط حصتها من الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة نحو ٥١% من إجمالي صادرات مصر، وذلك في متوسط الفترة من عام ١٩٩٩ وحتى عام ٢٠٠١ (جدول ٣).

وبالرجوع إلى الجدول رقم (٤) والذي يوضح أهم المنتجات التي يتم تصديرها للسوق الأوروبية، يلاحظ أن نحو ٦٠% من واردات الاتحاد الأوروبي من مصر تتركز في المنسوجات، بينما تمثل وارداته من الملابس الجاهزة النسبة المتبقية. والسؤال هو: هل ستستطيع الصادرات المصرية الاستفادة من هذه الفرصة لزيادة صادراتها في المستقبل؟

جدول رقم (٤): أهم واردات الاتحاد الأوروبي من المنسوجات والملابس الجاهزة المصرية* %

السلعة	الوصف	المتوسط (١٩٩٩-٢٠٠١)
٦٥٨	بياضات للأسرة وفوط تنظيف	٣٠.٤
٦٥١	غزل / خيوط مفتولة	٢٦.٢
٨٤٥	ملابس من مصنرات القطن	١٢.٨
٨٤١	ملابس للرجال والصبية	٨.٠
٦٥٢	نسج قطنية غير مقصورة	٧.٦
٨٤٢	ملابس للنساء والبنات	٦.٠
٦٥٣	نسج من خيوط بوليستر	٣.٠
٦٥٩	أغطية أرضيات	٢.٠
٨٤٣	ملابس مصنرات للرجال والصبية	١.٨
٢٦٥	خيوط كتان	١.٣
٦٥٧	خيوط ربط أو حزم	٠.٥
٨٤٤	ملابس مصنرات للنساء والبنات	٠.٢
٦٥٦	شرائط من مواد نسجية (تل /لاسيه)	٠.١

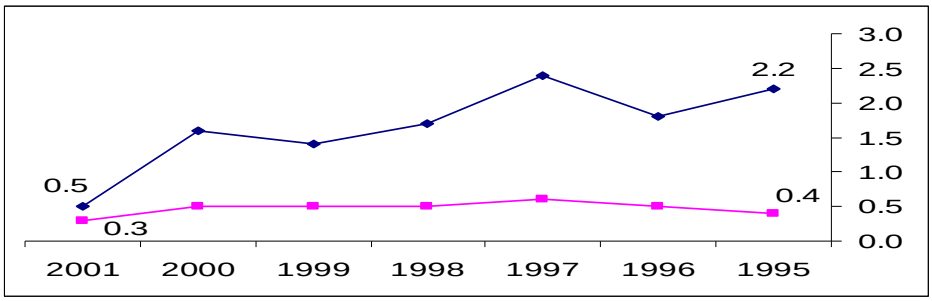
* إلى أهم ٥ أسواق للصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة في الاتحاد الأوروبي وهى: إيطاليا، فرنسا، إنجلترا، ألمانيا، وبلجيكا. وتشكل مجتمعة ٨٥.١% من إجمالي صادرات مصر إلى الاتحاد الأوروبي.

المصدر: موقع وزارة التجارة الخارجية على شبكة المعلومات الدولية عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء www.economy.gov.eg.

في واقع الأمر هناك تخوف من عدم قدرة الصادرات المصرية من الغزل والمنسوجات والملابس الجاهزة على زيادة نصيبها في السوق الأوروبي مستقبلا، ويجد هذا التخوف سنده في عدة أمور:

- إنه على الرغم من أن اتفاقية التعاون لعام ١٩٧٧ كانت تسمح بدخول الصادرات المصرية دون أية قيود، فيما عدا صادرات الغزل والمنسوجات التي كانت تخضع لنظام الحصص الكمية، اتجه نصيب الصادرات المصرية من المنسوجات إلى الانخفاض من ٢.٢% عام ١٩٩٥ إلى ٠.٥%عام ٢٠٠١، وشهدت صادرات مصر من الملابس الجاهزة انخفاضا محدودا للغاية من ٠.٤% إلى ٠.٣% خلال ذات الفترة (شكل رقم ٣).

شكل رقم (٣): تطور نصيب مصر من السوق الأوروبي



Source: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, and Background Statistical Information With Respect to Trade in Textiles and Clothing, 2001.

- إن اتفاقية المشاركة لا تمنح الاقتصاد المصري مزايا تفضيلية بالمقارنة باتفاقية التعاون لعام ١٩٧٧، إلا فيما يتعلق بالسماح بدخول صادرات الغزل والمنسوجات لأول مرة بدون أية قيود كمية. ومن غير المتوقع أن تحدث طفرة تصديرية في صادرات الغزل والمنسوجات بعد دخولها حيز التنفيذ، خاصة وأن مصر لم تكن تستنفد حصصها الكمية (كما هو موضح بالجدول ج بالملحق الإحصائي)، فضلا عن تناقص نصيبها في السوق الأوروبية كما أوضحنا. بل على النقيض، هناك تخوف من أن إلغاء الحصص سوف يؤدي إلى اشتداد حدة المنافسة أمام الصادرات المصرية من كثير من الدول التي تتميز بارتفاع قدرتها التنافسية مقارنة بمصر، والتي كانت الحصص الكمية تضع قيودا على قدرتها في التوسع مثل الصين والهند وبنجلاديش وباكستان. وكذلك من الدول التي تتمتع حاليا باتفاقيات تجارة تفضيلية مثل مصر (مثل تركيا وبولندا والمجر والتشيك)، ومن تلك الدول التي ستستفيد من إلغاء الحصص الكمية عام ٢٠٠٥ (مثل الهند والصين والولايات المتحدة وباكستان وكوريا وإندونيسيا وتايلاند)، أو التي لا تتعرض لأي قيود تعريفية أصلا مثل سويسرا (جدول رقم ٥).[١٣]

[١٣] يبلغ متوسط التعريفة على المنسوجات والملابس الجاهزة في السوق الأوروبية نحو ٥.٢% و٧.٢% على التوالي عام ٢٠٠١ (Francois and Spinanger, 2002).

جدول رقم (٥): الأنصبة السوقية وأهم المنافسين في السوق الأوروبية، (متوسط ١٩٩٩- ٢٠٠١)

أ. المنسوجات

		النصيب السوقي (%)
١	الصين الكبرى	١٠.١٥
٢	تركيا	٨.٥٥
٣	الهند	٨.٠٢
٤	أمريكا	٦.٥٤
٥	سويسرا	٤.٩٦
٦	باكستان	٤.٤٨
٧	كوريا	٣.٨٧
٨	جمهورية التشيك	٣.٣٧
٩	اندونيسيا	٢.٦١
١٠	اليابان	٣.١١
١١	بولندا	٢.٣٢
١٢	تايلاند	١.٥٦
١٣	إيران	١.٤٤
١٤	مصر	١.٢٠
١٥	المجر	١.٠٦

ب. الملابس الجاهزة

		النصيب السوقي (%)
١	الصين الكبرى	١٤.٤٨
٢	تركيا	٩.٤٩
٣	هونج كونج،	٧.١٣
٤	تونس	٤.٦٥
٥	رومانيا	٤.٤٥
٦	الهند	٤.١٦
٧	المغرب	٤.١٤
٨	بنجلاديش	٣.٩٥
٩	بولندا	٣.٣٣
١٠	إندونيسيا	٢.٩٩
١١	تايلاند	١.٨٢
١٢	المجر	١.٧٩
١٣	كوريا	١.٥٠
١٤	باكستان	١.٤٧
٣٥	مصر	٠.٤٦

Source: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, and Background Statistical Information with Respect to Trade in Textiles and Clothing, 2001.

- أما صادرات مصر من الملابس الجاهزة، فمن المتوقع أن تواجه بمنافسة شديدة من الدول التي تتمتع بميزة تنافسية مرتفعة والتي بفضلها استطاعت أن تسيطر على نسبة يعتد بها من السوق الأوروبي (مثل الصين والهند وإندونيسيا وبنجلاديش). ومن المتوقع أن تشكل هذه الدول، حتى في ظل خضوعها لتعريفة جمركية (يبلغ متوسط التعريفة الجمركية المطبقة حاليا على المنسوجات والملابس الجاهزة١٠%)، خطرا على المنتجات، لأنها سوف تنعم بتخفيض التعريفة الجمركية وفقا لاتفاقية الـ ATC (OECD, 2000). وأخيرا من الدول التي نجحت في الدخول مع الاتحاد الأوروبي في اتفاقيات تجارة تفضيلية تمنحها حرية الدخول مثل دول الاتحاد الأوروبي ذاته، أو تلك الدول التي وقعت اتفاقيات تجارة حرة مثل تركيا وتونس ودول أوروبا الشرقية مثل بولندا والمجر ورومانيا (انظر الجدول رقم ٥).

- هناك شكوك حول مقدرة المنتجين أو المصدرين المصريين على استيفاء شروط قواعد المنشأ. فوفقا لقواعد المنشأ الأوروبية، لا تمنح الصادرات المصرية من الأقمشة معاملة تفضيلية إلا إذا كانت منتجة من الغزول المصرية أو الأوروبية، وفي حالة استخدام غزول مستوردة من الدول غير الأوروبية يجب ألا تتعدى قيمتها ٤٧.٥% من قيمة المنتج النهائي. أما الملابس الجاهزة فلا تكتسب صفة المنشأ إلا إذا كانت مصنوعة من أقمشة مصرية أو ذات منشأ الاتحاد الأوروبي. وفي حالة استخدام غزول مستوردة من خارج الدول الأوروبية لإنتاج الأقمشة التي تصنع منها الملابس يشترط أن تتم عمليتين صناعيتين أساسيتين (الطباعة والصباغة) محليا على هذه

الغزول. ويلاحظ أن قدرة المنتجين المصريين وخاصة منتجي الأقمشة المنسوجة على تطبيق تلك القاعدة محدودة لأن نسبة يعتد بها من المنتجين تعتمد على الغزول المستوردة، والتي تقل أسعارها عن الغزول المصرية.

- كما أن هناك تخوفا من لجوء الاتحاد الأوروبي إلى استخدام الأشكال الجديدة من الحماية بكثافة، خاصة وأن قضايا الإغراق التي أقامها الاتحاد الأوروبي حتى أواخر ٢٠٠١، بلغت نحو ١٥% من إجمالي حالات الإغراق في العالم (Scandizzo, 2002). وقد تعرضت بالفعل الصادرات المصرية لرسوم إغراق على الغزول والأقمشة وملاءات الأسرة (وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية، ٢٠٠١).[١٤] كذلك أدى تطبيق معايير البيئة من خلال ما يطلق عليه نظام البطاقات البيئية الأوروبية إلى آثار خطيرة على صادرات المنسوجات المصرية.

- عدم ارتباط المصدرين المصريين بشكل عضوي بشبكات الإنتاج والتسويق العالمية، مما يجعلهم غير ملمين بطبيعة الأسواق الأوروبية، وغير متابعين للتغيرات في الأذواق. فمثلا، بينما في انجلترا يسيطر تاجران تجزئة هما (Marks & Spencer and The Burton Group) على ٢٥% من السوق الإنجليزي، نجد في فرنسا وإيطاليا مثلا، حيث المستهلكون أكثر اهتماما بالموضة، تسيطر المحلات المتخصصة الصغيرة على سوق التجزئة. في حين في ألمانيا تستأثر المحلات متعددة الأقسام، ومحلات السلاسل المتخصصة مثل (Quelle, Metro/Kaufhof, kardstadt, and Otto) على ثلثي المبيعات.

ومع ذلك، تجدر الإشارة إلى أنه إذا كانت فرص مصر لزيادة صادراتها من المنتجات النهائية محدودة، إلا أنه يمكن استغلال اتفاقية المشاركة لزيادة التجارة داخل الصناعة أو بين المشروعات وذلك من خلال التعاون مع الشبكات العالمية للإنتاج والتسويق سواء عن طريق التعاقد من الباطن (Sub-contracting) أو شراء حقوق استخدام الاسم التجاري (Franchising)، أو التجهيز في الخارج (outward processing)، وذلك أسوة ببعض دول وسط وشرق أوروبا وتونس والتي وسعت نصيبها في السوق الأوروبي مؤخرا. كذلك هناك فرص لزيادة الاستثمار الأجنبي المباشر –الأوروبي أو غيره- في مصر للاستفادة من المعاملة التفضيلية والجوار الجغرافي، شريطة أن يتوافر مناخ أعمال جاذب لمثل هذه الاستثمارات، وأن تحسن مصر استغلال برنامج تحديث الصناعة.

إمكانية الاستفادة من تحرير سوق الولايات المتحدة

أما السوق الأمريكي، فيأتي في المرتبة الثانية بعد السوق الأوروبي من حيث فرص التصدير في المستقبل بالنسبة للمنتجات المصرية. ويرجع ذلك إلى أن الصادرات المصرية لا تنعم بحرية الدخول كما هو الحال في السوق الأوروبي. فعلى الرغم من أن عام ٢٠٠٥ من المتوقع أن يشهد إلغاء للحصص الكمية على واردات مصر طبقا لاتفاقية المنسوجات والملابس (ATC)، إلا أن القيود أو التعريفة الجمركية تظل فعالة في مواجهة الواردات المصرية، ويبلغ متوسط التعريفة الجمركية المطبقة على المنسوجات والملابس الجاهزة ٩% و١١% على التوالي (Francois and Spinanger, 2002). ثانيا، يحتل السوق الأمريكي المرتبة الثانية من حيث الطلب العالمي على المنسوجات والملابس، إذ بلغ متوسط نصيبه من الواردات العالمية من المنسوجات ١٠% ومن الملابس ٣٢%، في متوسط الفترة من ١٩٩٩-٢٠٠١ (جدول أ بالملحق الإحصائي). وأخيرا، تعد السوق الأمريكية ثاني سوق

[١٤] فضلا عن تعرض الصين والهند وإندونيسيا وتركيا لنفس الرسوم (Hyvarinen, 2000).

مستقبلة للواردات المصرية من المنسوجات والملابس بعد الاتحاد الأوروبي، إذ يصل نصيبه نحو ٤٢% من إجمالي صادرات مصر في متوسط الفترة من عام ١٩٩٩ وحتى عام ٢٠٠١ (جدول ٣).

هذا ويوضح الجدول رقم (٦) أهم الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس للسوق الأمريكي. ويلاحظ من هذا الجدول أن الملابس الجاهزة تمثل نحو ٦٨% من واردات أمريكا، بينما لا تتعدى وارداتها من المنسوجات نسبة ٣٢%. والسؤال هو: هل تستطيع الصادرات المصرية الاستفادة من تحرير السوق الأمريكية؟

جدول رقم (٦):أهم واردات الولايات المتحدة من المنسوجات والملابس المصرية (%)

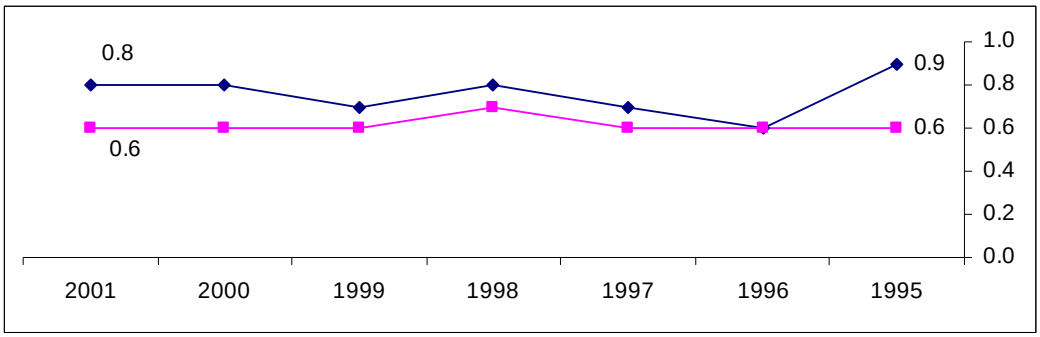
السلعة	الوصف	المتوسط (١٩٩٩-٢٠٠١)
٨٤١	ملابس للرجال والصبية	٣٠.٦٧
٨٤٥	ملابس من مصنرات القطن	٢٢.٣٤
٨٤٢	ملابس للنساء والبنات	١٤.٢٣
٦٥١	غزل / خيوط مفتولة	١٠.٥٧
٦٥٨	بياضات للأسرة وفوط تنظيف	٩.١٦
٦٥٩	أغطية أرضيات	٧.٣٢
٦٥٢	نسج قطنية غير مقصورة	٣.٩٦
٨٤٣	ملابس مصنرات للرجال والصبية	١.١٤
٦٥٣	نسج من خيوط بوليستر	٠.٢٧
٨٤٤	ملابس مصنرات للنساء والبنات	٠.١٦
٨٤٦	إكسسوارات ملابس (أقفزة)	٠.١٤
٦٥٧	خيوط ربط أو حزم	٠.٠٦
	% من إجمالي الصادرات إلى الولايات المتحدة	٩٧.٤

المصدر: موقع وزارة التجارة الخارجية على شبكة المعلومات الدولية عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء www.economy.gov.eg.

في واقع الأمر، يبدو أن القدرة على النفاذ إلى السوق الأمريكية ستكون أكثر صعوبة في المستقبل من النفاذ للسوق الأوروبية وذلك لعدة أسباب:

- شهدت الفترة من عام ١٩٩٥ وحتى عام ٢٠٠١ ثباتا في الوضع النسبي للصادرات المصرية من الملابس الجاهزة حول ٠.٦%، بينما تراجع نصيبها بالنسبة للمنسوجات من ٠.٩% إلى ٠.٨ % (شكل رقم ٤).

شكل رقم (٤): تطور نصيب مصر في السوق الأمريكية



Source: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, and Background Statistical Information with Respect to Trade in Textiles and Clothing, 2001.

- إن الحصص الكمية لم تكن هي القيد الحقيقي على نمو الصادرات المصرية، وخير دليل على ذلك أن الحصص كانت تفرض فقط على عدد محدود من الصادرات المصرية للسوق الأمريكية.[١٥] فضلا عن أن هذه الحصص لم تكن تستنفد (الجدول "د" بالملحق الإحصائي). وعلى ذلك، فإن استفادة مصر من اتفاقية المنسوجات والملابس سوف تكون قاصرة على هذه المنتجات فقط، شريطة أن تستطيع مصر مواجهة أهم المنافسين في السوق الأمريكي وخاصة تلك الدول التي كانت الحصص تضع قيدا على نموها مثل باكستان وإندونيسيا والهند.

- كذلك من المتوقع أن تواجه الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس بارتفاع التعريفة الجمركية والتي يتراوح الحد الأدنى والأعلى لها بين ١٠% و٣٤% مما قد يحد من قدرتها على النفاذ للسوق الأمريكية، في حين أن المتوسط العام للتعريفة الجمركية على السلع الصناعية في أمريكا لا يتعدى ٥% (Scandizzo, 2002 2002)، لاسيما أنها ستواجه بمنافسة شديدة من الدول التي ترتبط مع أمريكا باتفاقيات تجارة تفضيلية، والتي تمكنت بفضل نظام الاشتراك في الإنتاج (Production-sharing) ، من زيادة نصيبها في السوق الأمريكي وعلى حساب بعض الدول الآسيوية مثل كندا وأيضا المكسيك والتي تمكنت بفضل النافتا من زيادة صادراتها بنحو ٣٥٠% خلال التسعينيات. ومن الأردن، والتي بموجب الاتفاقية الخاصة بينها وبين الولايات المتحدة وإسرائيل (Qualified Industrial Zone - QIZ) تتمتع صادراتها بإعفاء جمركي كامل للمنتجات التي تنتج في المناطق الصناعية المؤهلة بالأردن بعد تحقيق نسبة ٨% على الأقل من المكونات ذات المنشأ الإسرائيلي. وقد ترتب على تلك الاتفاقية أن زادت قيمة صادرات الأردن من الملابس الجاهزة بنحو ١٧٥% خلال عام واحد من مايو ٢٠٠١ وحتى مايو ٢٠٠٢، في حين شهدت الصادرات المصرية في تلك الفترة تراجعا بنحو ١٥%. هذا فضلا عن ما يمكن أن يترتب أيضا على هذه الاتفاقية من تحويل للاستثمار الأجنبى بل والمصري أيضا إلى الأردن. كما ستتعرض أيضا الصادرات المصرية لمنافسة من دول إفريقيا جنوب الصحراء مثل كينيا ومدغشقر وموريشوس، لتوقيع اتفاقية الأجوا [١٦] ومن دول الكاريبي وخاصة هندوراس والدومينيكان والسلفادور، والتي بموجب قانون التجارة والتنمية الأمريكي تتمتع بإعفاء ضريبي كامل بصرف النظر عن مصدر الأقمشة المستخدمة. فضلا عن المنافسة من بعض الدول والتي إن كانت ستواجه بتعريفة جمركية مثلها مثل مصر، إلا أن قدرتها التنافسية تفوق نظيرتها في مصر. ويوضح الجدول رقم (٧) أهم المنافسين لصادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة في السوق الأمريكي.

[١٥] تي شيرت رجالي وأولادي- تي شيرت تريكو سيدات وبنات- قمصان منسوجة قطنية- بطلونات وشورتات صوف للسيدات- قمصان منسوجة من ألياف صناعية للرجال.

[١٦] نتيجة لتوقيع اتفاقية الـ(The Africa Growth and Opportunity Act - AGOA)، في عام ٢٠٠٠ والذي يسري حتى عام ٢٠٠٨.

جدول رقم (٧): الأنصبة السوقية لمصر وأهم المنافسين في السوق الأمريكي (متوسط ١٩٩٩- ٢٠٠١)

أ. المنسوجات

		النصيب السوقى (%)
١	الاتحاد الأوروبي	١٧.٥٢
٢	الصين الكبرى	١٧.٤١
٣	كندا	١٢.٦٩
٤	المكسيك	٩.٨٦
٥	الهند	٧.٤٢
٦	جمهورية كوريا	٦.١٩
٧	باكستان	٦.١٦
٨	اليابان	٣.٨٣
٩	تركيا	٢.٨٢
١٠	تايلاند	٢.٢٤
١١	إسرائيل	١.٥٧
١٢	هونج كونج	١.٥١
١٣	اندونيسيا	١.٢٥
١٤	البرازيل	١.٢٣
١٧	مصر	٠.٧٦

ب. الملابس الجاهزة

		النصيب السوقي (%)
١	الصين الكبرى	١٨.٦١
٢	المكسيك	١٣.١٣
٣	هونج كونج، الصين	٧.٢٢
٤	الاتحاد الأوروبي	٤.٠٨
٥	كوريا	٣.٨٧
٦	جمهورية الدومينيكان	٣.٨٠
٧	هندوراس	٣.٧٧
٨	اندونيسيا	٣.٤٨
٩	تايلاند	٣.٣١
١٠	بنجلاديش	٣.٢٤
١١	الفلبين	٣.١٠
١٢	الهند	٣.٠٨
١٣	كندا	٢.٨٨
١٤	السلفادور	٢.٤٤
٢٦	مصر	٠.٦١

Source: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, and Background Statistical Information with Respect to Trade in Textiles and Clothing, 2001.

- فضلا عما تقدم تعد قواعد المنشأ التي بدأ تطبيقها في السوق الأمريكية منذ يوليو ١٩٩٦ صعبة التنفيذ وخاصة بالنسبة للمصدرين الصغار ومتوسطي الحجم مثل حالة مصر، وذلك لكثرة وتعقد المستندات والإجراءات اللازمة لإثبات منشأ الصادرات المصرية في السوق الأمريكي.

- كما أن هناك تخوفا من كثرة لجوء الولايات المتحدة مؤخرا إلى تطبيق إجراءات مكافحة الإغراق والدعم خاصة بالنسبة للمنسوجات والملابس، إذ بلغت نسبة الواردات من منتجات المنسوجات والملابس التي تخضع للقيود غير التعريفية في السوق الأمريكية نحو ٦٧% في مقابل ٦% في المتوسط بالنسبة لكافة الورادات إلى أمريكا (Scandizzo, 2002). كذلك لجأت أمريكا إلى استخدام معايير البيئة للحد من الواردات، فعلى سبيل المثال تم حظر بعض صادرات الهند من ملابس النساء على أساس أنها مصنعة من أقمشة لا تراعي معايير الاشتعال. كما ربطت أمريكا في اتفاقية المنسوجات مع كمبوديا في عام ١٩٩٩ بين زيادة الصادرات من كمبوديا وبين تحسن ظروف العمل بها.

- عدم وجود تحالفات قوية مع الشبكات العالمية للإنتاج والتوزيع التي تخدم السوق الأمريكي. ويلاحظ أن السوق الأمريكية شهدت في العقد الماضي توسعا واضحا في منافذ الطلب بالبريد ومحلات السلاسل على حساب المحلات التقليدية ذات الأقسام، والتي تعتمد غالبا على الإنتاج في الدول النامية وفقا للترتيبات مع مركز الشبكة. إذ تسيطر الآن أكبر ٥ محال تجارية (Wal-Mart, Sears, Kmart, Dayton Hudson, and JC Penny) على نحو ٧٠% من المبيعات في المحلات التجارية (Desai, 2002).

في ضوء التحليل السابق، يمكن القول بأنه في ظل بقاء الأوضاع الداخلية على ما هي عليه سيستمر أداء الصادرات المصرية في السوقين الأوروبية والأمريكية على ما هو عليه من تواضع، بل من المتوقع أن تتجه إلى التراجع وخاصة أن نظام الحصص كان يمثل نوعا من الحماية بالنسبة لها. ومن ثم فإن إلغاء نظام الحصص سوف يعرضها إلى منافسة شديدة من الدول التي ترتفع قدرتها التنافسية وخاصة الصين، أو من الدول التي نجحت في توقيع اتفاقيات تجارة تفضيلية مع الاتحاد الأوروبي وأمريكا. ويبدو الأمر أكثر خطورة في السوق الأمريكي في ظل عدم وجود أي اتفاقيات تجارة تفضيلية بين مصر وأمريكا حتى كتابة هذه السطور. وعليه سوف يصبح من الصعب على مصدري المنسوجات والملابس الجاهزة في مصرالاستفادة من التحرير المرتقب في التجارة، ومواجهة ما يترتب عليه من اشتداد حدة المنافسة، والتكيف مع الشروط الجديدة التي تحكم النفاذ إلى الأسواق. ويتأكد ما تقدم من دراسة وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية لعام ٢٠٠١، والتي توقعت انخفاض صادرات مصر من المنسوجات من ٢٩٢ مليون دولار إلى ٢٢٨ مليون دولار، وصادرات الملابس من ٧٠٠ مليون دولار إلى ٥٠٠ مليون دولار، خلال الفترة من عام٢٠٠٠ وحتى عام ٢٠٠٥.

إذن ما العمل؟ هل نترك هذه الصناعة فريسة للاندثار وما يترتب على ذلك من إهدار لاستثمارات تقدر بنحو ١٣ مليار جنيه ونعرض حوالي ٣٠٠٠ آلاف منشأة للخسارة، ونحو مليون عامل أو أكثر لفقدان وظائفهم؟ مما لا شك إنه من الصعب القبول بهذا الخيار لارتفاع تكلفته ليس فقط بالنسبة لهذه الصناعة بل للاقتصاد القومي بأسره. كما أن المصلحة القومية تستدعي اختيار البديل الثاني وهو ضرورة العمل، وعلى وجه السرعة، على تأهيل هذه الصناعة لتتكيف مع التغيرات في نظام التجارة العالمي. وعليه يصبح السؤال كيف يمكن تحقيق ذلك؟ وهو ما نناقشه في السطور التالية.

٤- ما هي مجالات الإصلاح الضرورية للتكيف مع هذه التغيرات وزيادة نصيب مصر من السوق العالمية لتجارة المنسوجات والملابس الجاهزة؟

ويناقش هذا الجزء البديل الثاني، وذلك من خلال تحديد جهود الإصلاح الضرورية لتمكين الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس من التكيف مع التغيرات في التجارة العالمية، وذلك من أجل زيادة أو على الأقل الحفاظ على نصيبها من السوق العالمية لتجارة هذه السلع في المستقبل. وبمتابعة كل من المتغيرات في السوق العالمية والأوضاع الداخلية للصناعة يمكن القول بأن تحقيق هذا الهدف هو رهن بثلاثة أمور: إيجاد حافز للمنتجين على التصدير بشكل عام، ورفع القدرة التنافسية للمنسوجات والملابس المصرية، وأخيرا تدعيم الآليات التي تضمن نفاذ تلك المنتجات إلى الأسواق الخارجية.

٤-١ إيجاد حافز للمنتجين على التصدير

لا يمكن الحديث عن مستقبل واعد للصادرات المصرية في ظل وجود هيكل للأسعار النسبية يؤدي إلى ارتفاع ربحية البيع في السوق المحلية مقارنة بربحية التصدير. ومن ثم، فإن الخطوة الأولى لزيادة الطاقة التصديرية لمصر في المستقبل تتمثل في إصلاح هيكل الأسعار النسبية لإيجاد حافز للمنتجين على التصدير. وتوضح كثير من الدراسات (World Bank, 2000؛ جلال وفوزي، ٢٠٠١) أن اختلال هيكل الأسعار لصالح الإنتاج للسوق

المحلي وضد التصدير يرجع في المقام الأول إلى المغالاة في سعر صرف الجنيه المصري في مواجهة الدولار، وارتفاع معدل الحماية الجمركية. وقد قامت الحكومة بالفعل في أوائل عام ٢٠٠٣ بتحرير سعر الصرف مما قلل من المغالاة في سعر صرف الجنيه المصري في مقابل الدولار. وعلى الرغم من أهمية هذا الإجراء لتشجيع المنتجين المحليين على التصدير، إلا أن غياب بعض السياسات الضرورية المصاحبة لتحرير سعر الصرف قد تسببت فى زيادة ملحوظة في الأسعار. ونظرا لأن سعر الصرف الاسمي ليس هو المحدد للتنافسية السعرية ولكن سعر الصرف الحقيقي الفعال الذي يشتمل على التضخم، فإن تلك الزيادة الكبيرة في الأسعار قد تقلل من التأثير الإيجابي المتوقع للتخفيض في قيمة الجنيه أمام الدولار. كما أن المصدرين يشتكون من عدم توافر النقد الأجنبي الكافي لاستيراد مستلزمات. وربما تكون هذه ظاهرة مؤقتة سرعان ما تختفي عندما يعود الاستقرار لسوق الصرف الأجنبي.

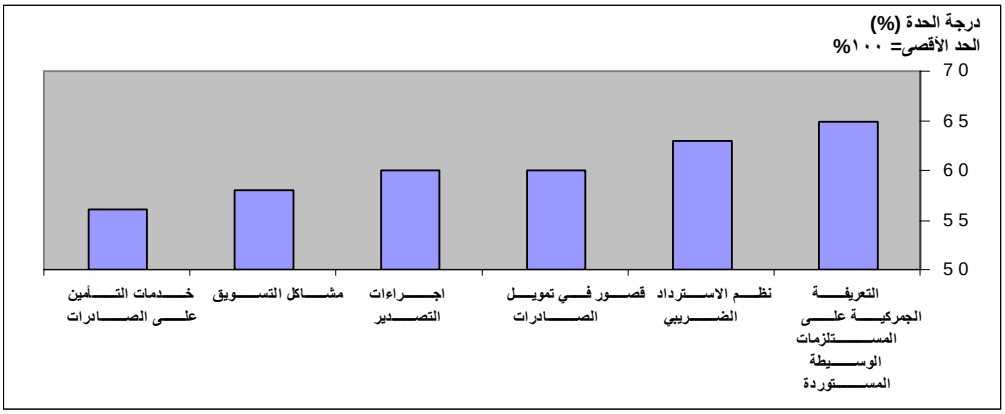
وبصرف النظر عن هذه التحفظات، نعتقد أن هذا الإجراء لن يؤتي ثماره في ظل ما يتسم به الاقتصاد المصرى من ارتفاع في معدل الحماية الجمركية. ففي عام ٢٠٠٢، بلغ المتوسط العام لمعدل الحماية الاسمية غير المرجح في مصر نحو (٢٨%)، مقارنة بمتوسط (١٣%) في أهم الدول المنافسة لمصر. بينما بلغ هذا المعدل بالنسبة لصناعة المنسوجات والملابس الجاهزة في مصر (٣٣%) و(٥١٧%) على التوالي. ولا نعتقد أنه في ظل هذا المعدل المرتفع للحماية للسوق المحلية سيتجه المنتجون إلى التصدير. ويؤكد ما تقدم مؤشر التحيز ضد التصدير، والذي بلغ نحو ٢٩% بالنسبة لصناعة المنسوجات و٥٩٣% بالنسبة للملابس الجاهزة (Refaat, forthcoming in 2003).

٤-٢ تدعيم القدرة التنافسية لصادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة

إلا أن الأمر لا يقف عند هذا الحد، فحتى لو تم تعديل هيكل الأسعار النسبية، فقد لا يقوى المنتجون على الاستفادة من تحرير الأسواق ومواجهة المنافسة. إذ لابد أن يقترن الحافز للتصدير بالقدرة على المنافسة. وهو ما يتوقف على معالجة المشاكل التي تحد من تصدير المنسوجات والملابس الجاهزة بشكل خاص، وتحسين مناخ الاستثمار بشكل عام.

ويوضح الشكل رقم (٥) آراء مجموعة من منتجي ومصدري المنسوجات والملابس تحديدا حول أهم القيود التي ترفع من تكلفة الإنتاج، وتحد من قدرة صادراتهم على المنافسة في السوق العالمية، مرتبة تنازليا كالتالي: التعريفة الجمركية على مستلزمات الإنتاج، تعقد نظم الاسترداد الضريبي، قصور التمويل، تعقد إجراءات التصدير، وأخيرا مشاكل التسويق والتأمين على الصادرات (Fawzy, 2000).

الشكل رقم (٥): القيود التي تحد من القدرة التنافسية لصادرات المنسوجات والملابس الجاهزة



المصدر: Fawzy, 2000.

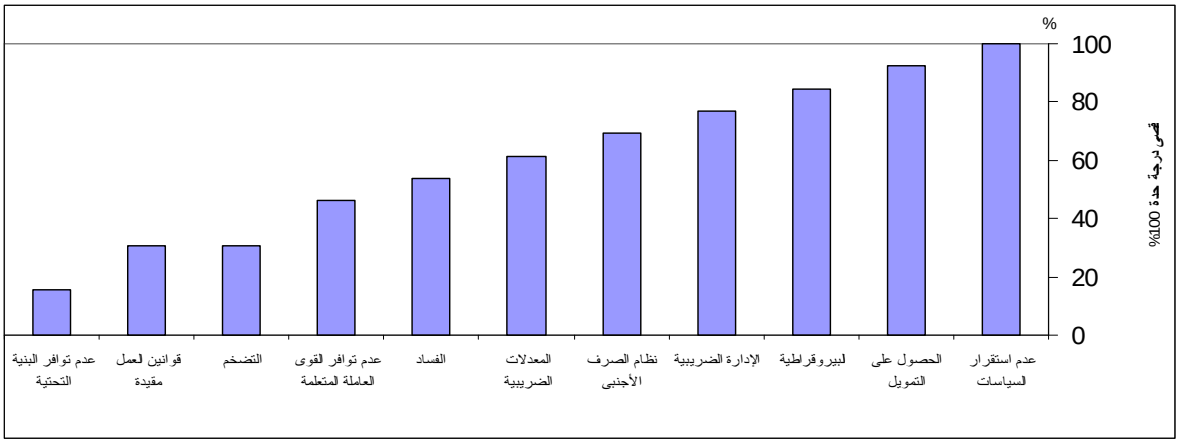
ويؤكد ارتفاع التعريفة الجمركية على المستلزمات الوسيطة المستوردة ما سبق ذكره بشأن ارتفاع معدلات الحماية في مصر. هذا ويلاحظ أن التعريفة الجمركية على الغزول تصل في المتوسط إلى ٣٠%. ويرجع احتلال التعريفة الجمركية المرتبة الأولى ضمن المشاكل التي يعاني منها مصدرو المنسوجات والملابس الجاهزة، إلى ارتفاع أسعار بيع الغزول المصرية نتيجة ارتفاع أسعار القطن مقارنة بأسعار الغزول في الدول المنافسة، مما يدفع المنتجين إلى استيراد الغزول والأقمشة والتي تقل أسعارها بنحو ٢٠% إلى ٢٥% مقارنة بأسعار الغزول المصرية. ويؤكد منتجو المنسوجات والملابس على أهمية تحرير صناعة النسيج في مصر عن طريق تنفيذ التزامات مصر في إطار منظمة التجارة العالمية برفع الحظر على الواردات من المنتجات النسجية وتخفيض التعريفة الجمركية إلى المستويات المطبقة في الدول المنافسة مع إلغاء نظام الرسوم القطعية والعودة إلى نظام التعريفة النسبية (وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية، ٢٠٠١). ويثير ما تقدم كثيرا من القضايا التي تستحق المناقشة مثل تسعير القطن الذي يمثل حوالي ٦٥% من تكلفة إنتاج الغزول والأقمشة القطنية، وقضية إحلال وتجديد شركات قطاع الأعمال وقضية استمرار الدعم للمغازل المحلية وأثر ذلك على الموازنة العامة. وكذلك قضية خصخصة شركات قطاع الأعمال والتي تصل مساهمتها في الطاقة الإنتاجية لهذه الصناعة نحو ٩٠% و٦٠% و٤٠% وأخيرا ٣٠% بالنسبة للغزل والنسيج والتريكو والملابس على التوالي.

وعلى الرغم من انخفاض سعر الغزول المستوردة مقارنة بالغزول المصرية، إلا أن عملية الاستيراد في حد ذاتها تعرض المصدرين إلى ثلاثة مشاكل إضافية بخلاف ارتفاع التعريفة الجمركية وهي: مشاكل تدبير النقد الأجنبي، والتعقيدات الخاصة بنظم الاسترداد الضريبي، وأخيرا صعوبة استيفاء قواعد المنشأ الأوروبية في المستقبل. وفضلا عما تقدم، أثار قرار تحرير سعر الصرف في يناير من عام ٢٠٠٣ العديد من ردود الفعل فى السوق المصري. فمن ناحية اشتكى المنتجون من ارتفاع أسعار الغزول المستوردة، ومن ناحية أخرى اشتكت المصانع من عدم توفر الغزول المصرية لتفضيل المنتجين البيع في السوق الخارجي بدلا من التوريد للمصانع المحلية.

كذلك يعاني المصدرون من صعوبة الحصول على التمويل فضلا عن ارتفاع تكلفة الحصول على التمويل بنحو ٨% مقارنة بأسعار الدول المنافسة، ومن تعقد إجراءات التصدير وخاصة فيما يتعلق بالاسترداد الضريبي والتخليص الجمركي. وأخيرا يؤدي عدم وجود أجهزة متخصصة للتسويق، فضلا عن ضعف علاقات الارتباط مع الشبكات الدولية، إلى اعتماد غالبية المصدرين على جهودهم الذاتية في التسويق.

وبالإضافة إلى المشاكل المرتبطة بصناعة الغزل والنسيج والملابس الجاهزة، يوضح الشكل رقم (٦) آراء المنتجين في مصر حول المناخ العام للاستثمار في مصر وأهم المشاكل التي ترفع تكلفة الإنتاج وتحد من القدرة التنافسية للمنتجات المحلية بشكل عام (Forthcoming in 2003). ويمكن ترتيب أكثر المشاكل المعوقة للاستثمار تنازليا كالتالي: عدم استقرار السياسات الاقتصادية، إمكانية الحصول على التمويل، البيروقراطية، الإدارة الضريبية، نظام الصرف الأجنبي، ارتفاع معدل الضريبة على أرباح الشركات، وانخفاض إنتاجية العامل المصري.[١٧]

الشكل رقم (٦): تقييم مناخ الاستثمار في مصر عام ٢٠٠٣ من وجهة نظر رجال الأعمال



المصدر: Fawzy, forthcoming in 2003.
الحد الأقصى : ١٠٠.

ولا يرجع الاهتمام بتوفير مناخ محفز على الاستثمار إلى الرغبة في دعم القدرة التنافسية للمنسوجات والملابس الجاهزة فقط، بل إنه أصبح شرطا ضروريا لبقاء الدول النامية على الخريطة العالمية لإنتاج وتجارة المنسوجات والملابس في المستقبل. إذ أوضحت دراسة (Francois and Spinanger, 2002) أن تحرير التجارة من الحصص الكمية، وانضمام الصين لمنظمة التجارة العالمية من شأنه احتدام المنافسة واتجاه الاستثمار والتجارة إلى التركز في الصين، وأن الدول النامية التي تبغي الحفاظ على نصيبها من السوق، عليها العمل جديا على تحسين مناخ الأعمال لجذب مزيد من الاستثمارات التي باتت تبحث عن أفضل المناطق من حيث التكلفة والقدرة على النفاذ للأسواق الخارجية من خلال اتفاقيات التجارة التفضيلية، وذلك بعد أن كان الشغل الشاغل لها في الماضي

[١٧] تم هذا الاستبيان قبل تحرير نظام الصرف في يناير عام ٢٠٠٣.

وفي ظل نظام الحصص الكمية، هو البحث عن الدول التي تتمتع بحصص كمية تسمح لها بدخول أسواق الدول الصناعية الكبرى.[١٨]

٤-٣ ترجمة الرغبة في التصدير والقدرة عليه إلى مبيعات دولية: استيفاء شروط النفاذ إلى الأسواق

لا يكفى وجود حافز للتصدير وزيادة القدرة التنافسية للمنتجين لضمان مستقبل أفضل للصادرات المصرية، فتحقيق ما تقدم يستلزم استيفاء شروط النفاذ إلى الأسواق ومنها: الدخول في اتفاقيات تجارة تفضيلية، الالتزام بالمواصفات والمعايير الدولية، والارتباط بالشبكات العالمية للإنتاج والتسويق. وكلها أمور تتطلب مزيدا من التطوير في مصر.

الدخول في اتفاقيات تجارة تفضيلية: نظرا لأن التعريفة الجمركية أصبحت تمثل العائق الرئيسي للنفاذ للأسواق المختلفة فإن البحث عن صيغ للاتفاقيات التجارية التفضيلية التي من شأنها تفادي التعريفة الجمركية أصبح ضرورة ملحة. وقد نجحت الحكومة في التوقيع على اتفاقية منطقة تجارة حرة مع الاتحاد الأوروبي، ويبقى عليها الإسراع في تنفيذها. ونظرا لأهمية السوق الأمريكي بالنسبة للصادرا ت المصرية، فلابد من السعي إلى توقيع اتفاق تجارة تفضيلية وليكن بالنسبة للصادرات محل الدراسة لمواجهة المنافسة الشرسة من دول النافتا والكاريبي والأردن مؤخرا. وعلى الرغم من أهمية الإعلان مؤخرا عن بدء التفاوض حول إقامة منطقة تجارة حرة بين مصر والولايات المتحدة، إلا أن التفاوض قد يستمر لعدة سنوات، ولذلك فمن الضروري العمل على التوصل إلى اتفاقية تجارة تفضيلية بالنسبة للصادرات المصرية من المنسوجات والملابس قبل حلول عام ٢٠٠٥. ومن المتوقع أن يكون لتفعيل منطقة التجارة الحرة العربية واتفاقية الكوميسا تأثير إيجابي وإن كان محدودا نسبيا على مستقبل الصادرات المصرية. ولا يفوتنا أن نشير إلى أهمية السوق الصيني والتي من المتوقع أن يزداد نصيبها من التجارة العالمية.

الأشكال الجديدة للحماية: يتطلب زيادة نصيب مصر من السوق العالمية الالتزام بالمعايير والمواصفات الدولية للجودة، والعمل، والبيئة والتغليف. كما يستوجب ذلك رفع القدرات المؤسسية للجهاز المنوط به التعامل مع قضايا الإغراق والدعم والزيادات المفاجئة في الواردات. وأخيرا، تدعيم البحث والتكنولوجيا والتنمية الإنتاجية والتصميمات الصناعية، والاستفادة القصوى من برنامج تحديث الصناعة وخاصة فيما يتعلق بتطوير صناعة الطباعة في مصر، حتى يمكن تطبيق قواعد المنشأ الأوروبية. ويمكن أن يساعد برنامج تحديث الصناعة الجاري تنفيذه حاليا في مصر في هذا المجال.

الشبكات السلعية العالمية للإنتاج والتسويق: يرجع جانب من تراجع الوضع النسبي للصادرات المصرية في السوق العالمية إلى أن معظم الإنتاج كان يوجه للسوق المحلية مما أسهم في عدم حرص المنتجين على متابعة اتجاهات وخطوط الموضة ومستوى الجودة، فضلا عن عدم ارتباط الإنتاج في مصر بشكل عضوي بشبكات الإنتاج والتوزيع العالمية. ونظرا لأن صناعة الملابس الجاهزة بصفة خاصة تعتمد على أذواق المستهلكين التي تتغير بصفة مستمرة وتحتاج إلى التطوير المستمر في المنتجات ومعرفة اتجاهات الموضة العالمية قبل الإنتاج،

[١٨] وقد أوضحت نتائج أحد الاستبيانات التي تمت على مجموعة من رجال الأعمال في هونج كونج أن من أهم العوامل التي تحدد قراراتهم بشأن الاستثمار في الدول المختلفة ما يلي: الاستقرار السياسي، كفاءة وسائل المواصلات والاتصالات، تكلفة عنصر العمل، مستوى التعليم، والسياسات الاقتصادية المتعلقة بالتجارة والاستثمار (Francois and Spinanger, 2002) .

فإن تقوية العلاقات مع الشبكات السلعية العالمية تصبح ضرورية لتحقيق ما تقدم. ويمكن في هذا الخصوص الاستفادة من مكاتب التمثيل التجاري في الخارج في التعرف على تلك الشبكات، وتستطيع منظمات الأعمال (اتحاد الغرف الصناعية وغرف التجارة وجمعيات رجال الأعمال) توحيد الصفوف أو تحقيق اندماجات بين المنتجين المصريين لتقوية مركزهم التفاوضي مع هذه الشبكات.

٥- الخاتمة

على الرغم من أن صناعة الغزل والنسيج والملابس الجاهزة تعد من أعرق الصناعات في مصر مما أكسب العاملين في هذا المجال، سواء كانوا من واضعي السياسة الاقتصادية أو المنتجين، خبرة واسعة؛ وعلى الرغم من أن كثيرا من مقومات هذه الصناعة تتوافر في مصر مما أكسبها ميزة نسبية، إلا أن السنوات الأخيرة قد شهدت تدنيا في مستوى أدائها، وتواضعا بل تراجعا لصادراتها في السوق العالمية.

فضلا عما تقدم، أوضح استشراف التغيرات المتوقعة في التجارة العالمية لهذه المنتجات وخاصة بعد عام ٢٠٠٥- والمتمثلة أساسا في تحرير التجارة نتيجة لإلغاء نظام الحصص الكمية، وانضمام الصين لمنظمة التجارة العالمية، فضلا عن ظهور أدوات جديدة للحماية، وتنامي التجارة الإقليمية البينية، وأخيرا سيطرة الشبكات الدولية على إنتاج وتجارة تلك المنتجات- أن المستقبل ينطوي على تحديات أكثر صعوبة من الحاضر إذا ما ظلت الأوضاع الداخلية للإنتاج على ما هي عليه.

فإذا كانت الصادرات المصرية استطاعت في الماضي وفى ظل وجود المعوقات الداخلية البقاء في السوق، إلا أن الأمر يختلف بالنسبة للمستقبل. فهناك شكوك حول قدرة الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة في المستقبل على الاستفادة من تحرير التجارة، ومواجهة المنافسة، واستيفاء شروط النفاذ للأسواق. كذلك هناك تخوف من تراجع حصة مصر في أسواقها الرئيسية. بل إن الأمر لا يقف عند هذا الحد، فهناك تخوف ألا تقوى الصناعة الوطنية على مواجهة المنافسة في السوق المحلية نتيجة لتحرير الاقتصاد المصري وفقا لالتزامات مصر تجاه منظمة التجارة العالمية، والاتحاد الأوروبي.

وقد بذلت الحكومة مؤخرا الكثير من الجهود لمساندة الصادرات بشكل عام ومنها على سبيل المثال: إصدار قانون تنمية وتشجيع الصادرات عام ٢٠٠٢، وتحرير نظام الصرف، وتطوير وتحديث نظام الإدارة الجمركية، وتبسيط إجراءات الاسترداد الضريبي. ومع التسليم بأهمية هذه الجهود إلا أنها غير كافية لتأهيل الصادرات على التعامل مع التحديات التي تفرضها القواعد الجديدة التجارة العالمية.

وفي هذا الصدد، انتهى التحليل إلى أن تأهيل الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة للتكيف مع التغيرات المتوقعة في التجارة العالمية، وزيادة نصيبها من السوق العالمية لتجارة هذه السلع في المستقبل هو رهن بثلاثة أمور: إيجاد حافز للمنتجين على التصدير، ورفع القدرة التنافسية للمنسوجات والملابس المصرية. وأخيرا تدعيم الآليات التي تضمن نفاذ تلك المنتجات إلى الأسواق الخارجية.

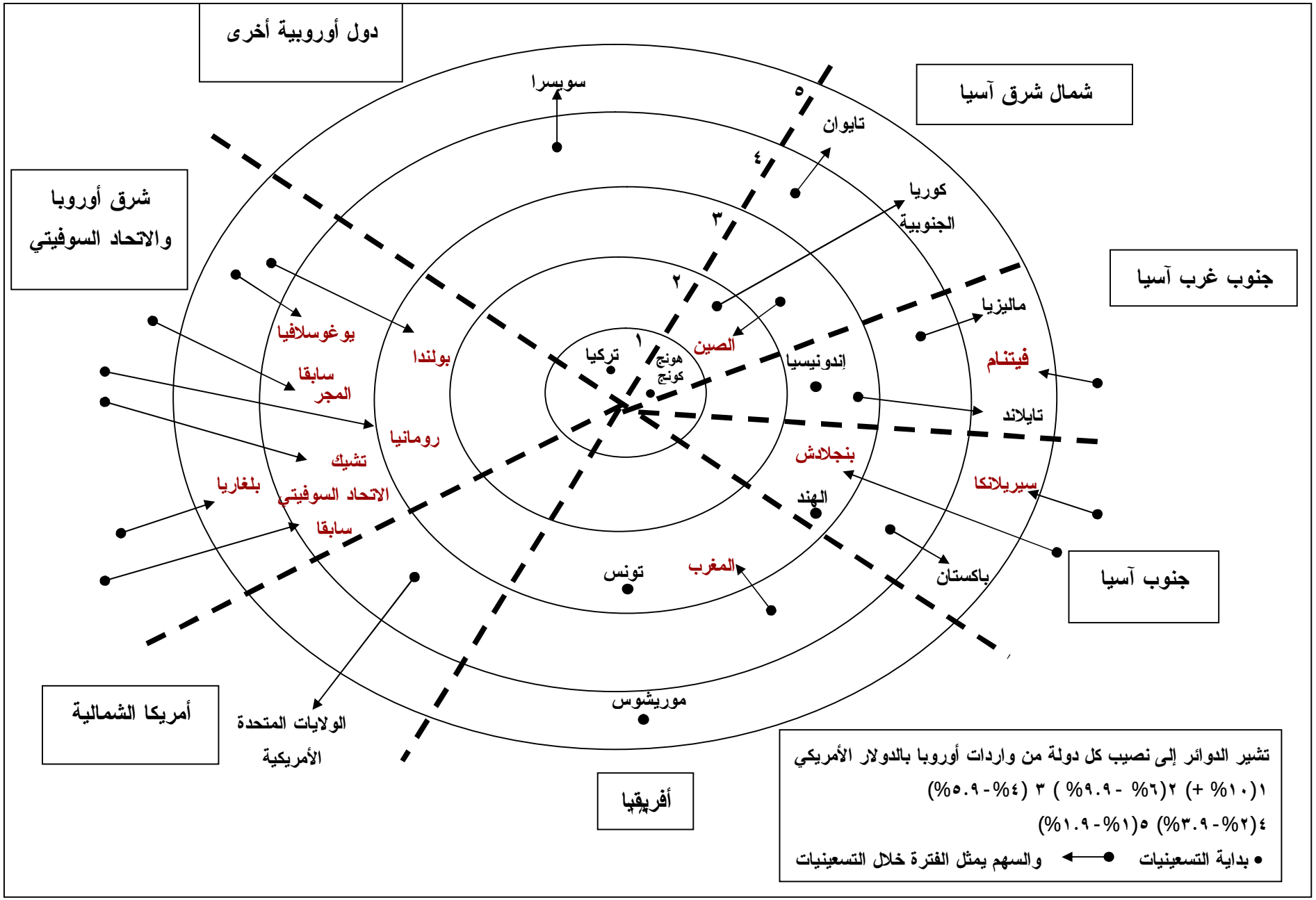
وتتمثل أولويات الإصلاح فى: تخفيض التعريفة الجمركية، ورفع الحظر عن الواردات النسجية وإلغاء نظام الرسوم القطعية والعودة إلى نظام التعريفة النسبية، وتبسيط نظم الاسترداد الضريبي وإجراءات التخليص

الجمركي، ومراجعة سياسة تسعير الغزول، والتفكير جديا في خصخصة شركات القطاع العام، وتعظيم الاستفادة من اتفاقية المشاركة، ومحاولة الوصول مع الولايات المتحدة قبل عام ٢٠٠٥ إلى اتفاقية معاملة تفضيلية جمركية خاصة بصادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة، وأهمية التزام المنتجين بتطبيق المعايير والمواصفات الدولية، وضرورة توثيق علاقاتهم بالشبكات السلعية العالمية. هذا فضلا عن معالجة المشاكل المرتبطة بالمناخ العام للاستثمار وبصفة خاصة تخفيض معدل الضريبة على أرباح الشركات، وتبسيط إجراءات الاستثمار.

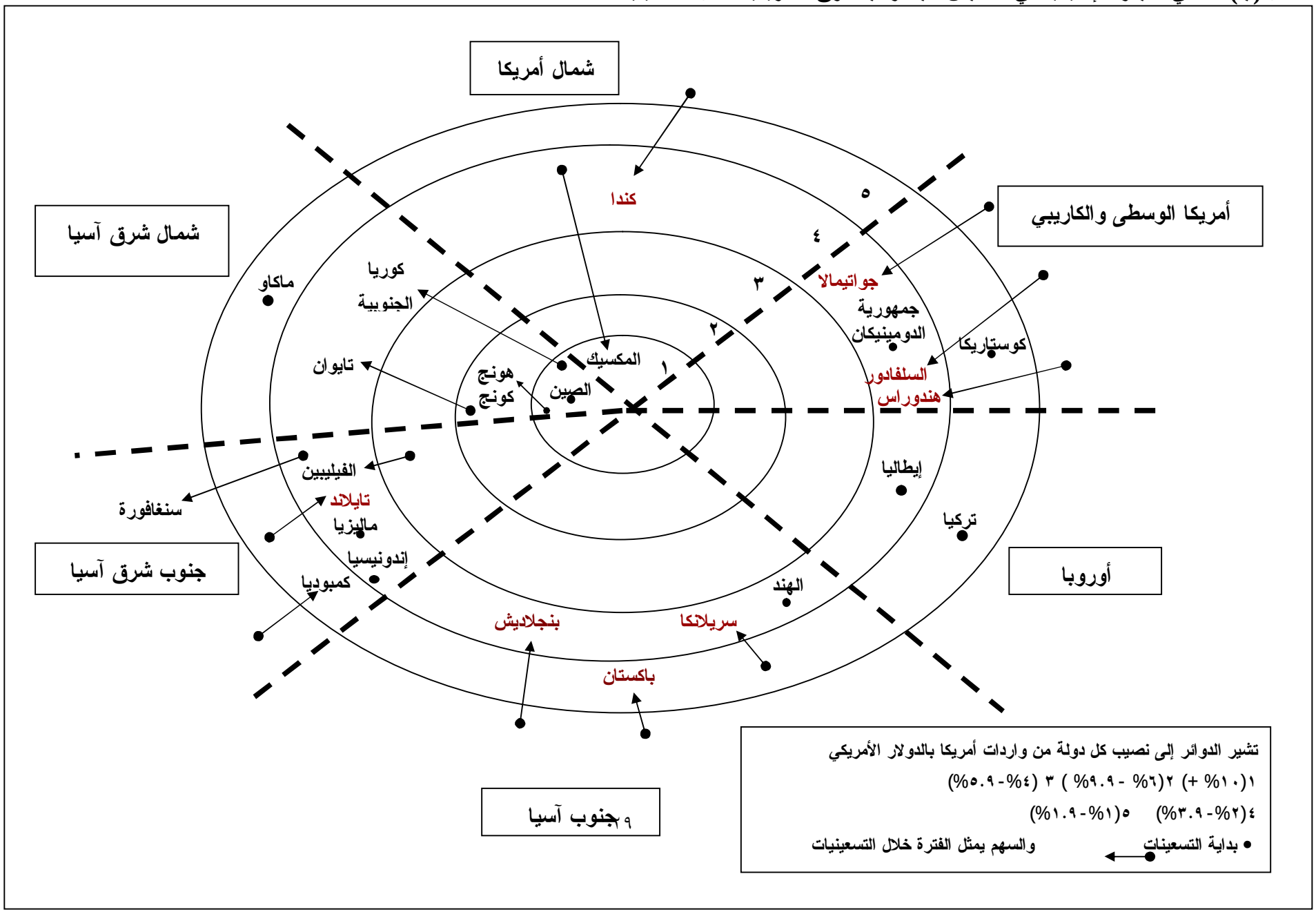
وفى النهاية نود التأكيد على أنه على الرغم من أن المستقبل يحمل كثيرا من التحديات بالنسبة لصادرات مصر من المنسوجات والملابس الجاهزة ، إلا أن جهود الإصلاح الداخلي من الممكن أن تحول تلك التحديات إلى فرص.

الملحق الإحصائي

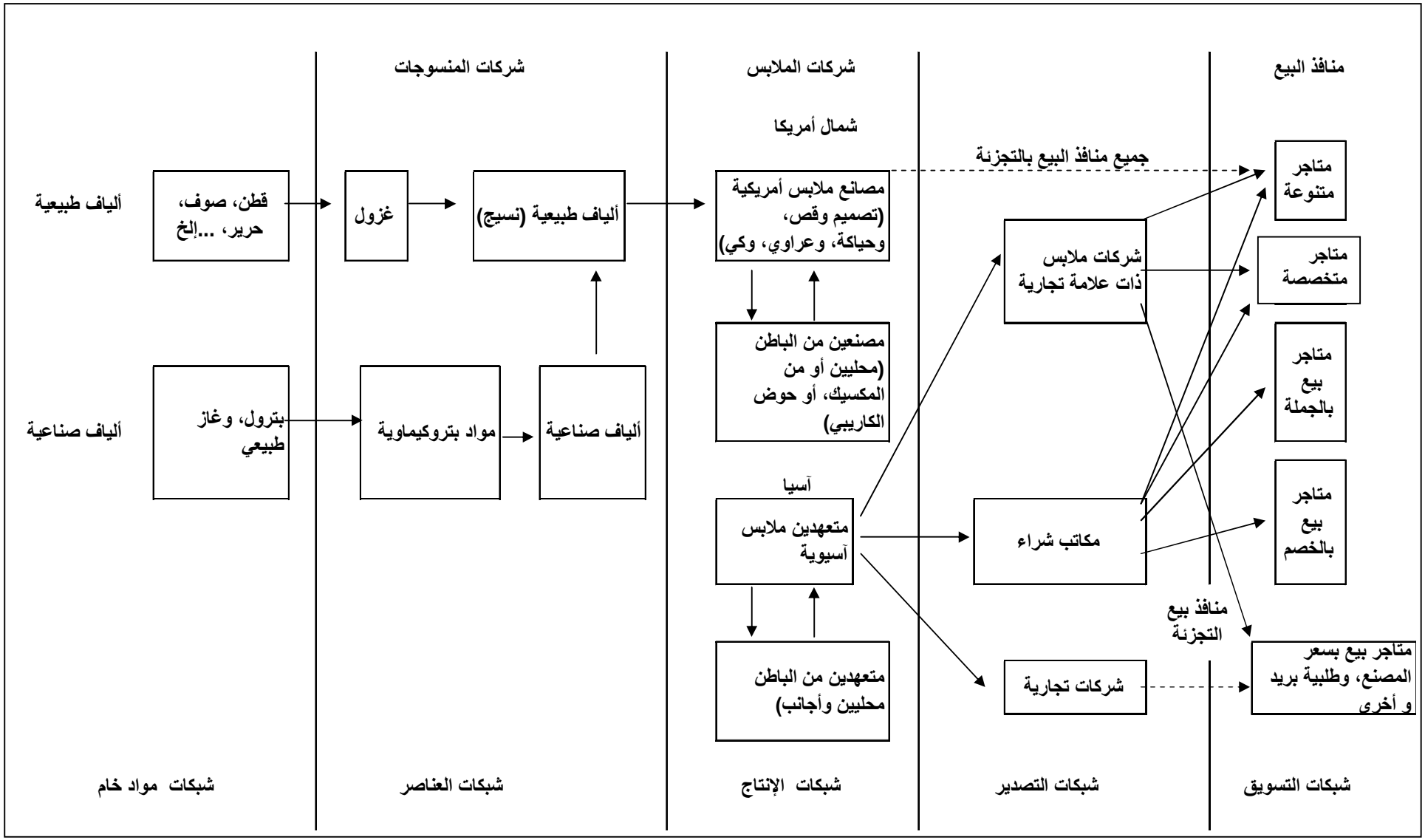
شكل (أ): تنامي التجارة الإقليمية في الملابس الجاهزة بالسوق الأوروبي خلال التسعينيات



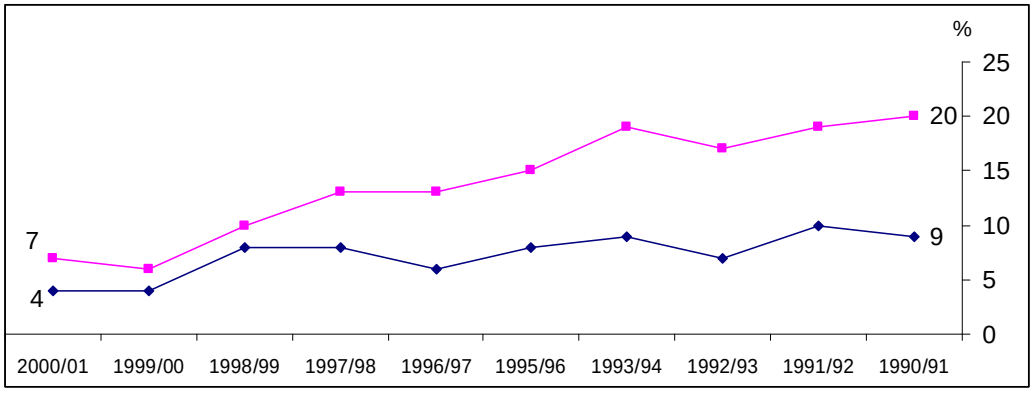
شكل (ب): تنامي التجارة الإقليمية في الملابس الجاهزة بالسوق الأمريكية خلال التسعينيات



شكل (ج): الشبكات السلعية العالمية لإنتاج وتسويق المنسوجات والملابس الجاهزة في أمريكا

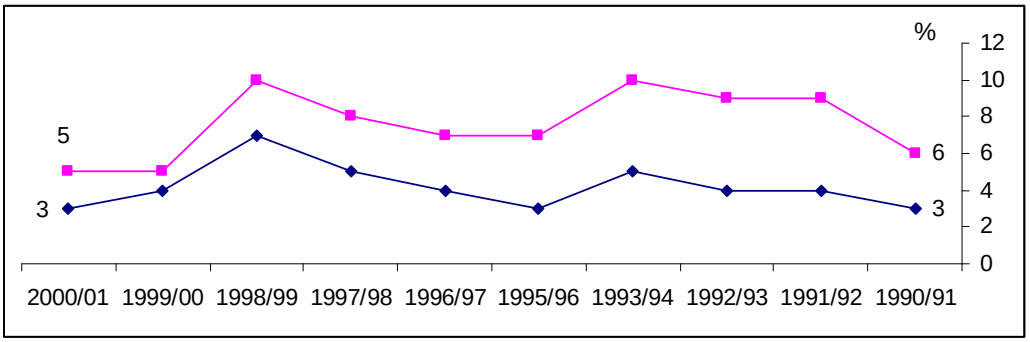


شكل (د): تطور نصيب صادرات المنسوجات من إجمالي الصادرات المصرية (١٩٩٠-٢٠٠١)



المصدر: البنك المركزى المصري: http://www.cbe.org.eg/

شكل (ه): تطور نصيب صادرات الملابس الجاهزة من إجمالي الصادرات المصرية (١٩٩٠-٢٠٠١)



المصدر: البنك المركزى المصري: http://www.cbe.org.eg/

جدول (أ١): النصيب السوقي والميزة النسبية الظاهرة لأهم مصدري الملابس الجاهزة في العالم (١٩٩٩-٢٠٠١)

	النصيب السوقي (%)	الميزة النسبية الظاهرة باستخدام إجمالي الصادرات السلعية	الميزة النسبية الظاهرة باستخدام إجمالي الصادرات
الاتحاد الأوروبي	٢٥.٣	٠.٧	٠.٧
الصين الكبرى	١٩.١	٣.١	٣.٤
هونج كونج، الصين	١٢.١	٣.٨	٣.٩
المكسيك	٤.٢	١.٦	١.٩
الولايات المتحدة	٤.١	٠.٣	٠.٣
تركيا	٣.٤	٧.٦	٥.٢
الهند	٢.٨	٤.٢	٣.٥
جمهورية كوريا	٢.٥	١.١	١.٠
اندونيسيا	٢.٣	٢.٤	٢.٧
بنجلادش	٢.٢	غير متوافر	غير متوافر
تايلاند	١.٩	١.٨	١.٨
تونس	١.٣	١٢.٣	١٠.٨
رومانيا	١.٢	٧.٢	غير متوافر
مصر	٠.١	٢.٠	٠.٦

المصدر: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, 2001, and 2000.

جدول (أ٢): النصيب السوقي لأهم مستوردي الملابس الجاهزة في العالم (١٩٩٩-٢٠٠١)

	النصيب السوقي (%)	الميزة النسبية الظاهرة باستخدام إجمالي الصادرات السلعية	الميزة النسبية الظاهرة باستخدام إجمالي الصادرات
الاتحاد الأوروبي	٤٢.٩	٠.٧	٣.٤
الولايات المتحدة	٣٢.٥	٠.٣	٠.٣
اليابان	٩.٤	٠.٠١	٠.٠١
هونج كونج، الصين	٨.٠	٣.٨	٣.٩
المكسيك	١.٩	١.٦	١.٩
كندا	١.٨	٠.٢	٠.٣
سويسرا	١.٧	٠.٣	٠.٢
الاتحاد الروسي	١.٣	٠.١	غير متوافر
سنغافورة	٠.٩	٠.٤	٠.٤
أستراليا	٠.٩	غير متوافر	غير متوافر
الصين الكبرى	٠.٧	٣.١	٣.٤
الإمارات	٠.٦	غير متوافر	غير متوافر
النرويج	٠.٧	غير متوافر	غير متوافر
كوريا	٠.٥	١.١	١.٠

المصدر: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, 2001, and 2000.

جدول (أ٣): النصيب السوقي والميزة النسبية الظاهرة لأهم مصدري المنسوجات في العالم (متوسط ١٩٩٩-٢٠٠١)

	النصيب السوقي (%)	الميزة النسبية الظاهرة باستخدام إجمالي الصادرات السلعية	الميزة النسبية الظاهرة باستخدام إجمالي الصادرات
الاتحاد الأوروبي	٣٤.٤	١.٠	٠.٩
الصين الكبرى	٢٦.٥	٢.٨	٣.١
هونج كونج، الصين	٨.٣	٢.٧	٢.٧
جمهورية كوريا	٧.٤	٣.٣	٣.١
الولايات المتحدة	٧.١	٠.٦	٠.٥
اليابان	٤.٢	٠.٦	٠.٧
الهند	٤.٠	٥.٥	٤.٦
باكستان	٣.١	١٩.٦	غير متوافر
تركيا	٢.٧	٥.٥	٣.٧
اندونيسيا	٢.٢	٢.٣	٢.٦
المكسيك	١.٤	٠.٦	٠.٧
تايلاند	١.٣	١.٢	١.٢
سويسرا	١.٠	٠.٨	٠.٦
كندا	١.٥	٠.٣	٠.٤
مصر	٠.٢	٣.٢	١.٠

المصدر: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, 2001, and 2000.

جدول (أ٤): النصيب السوقي لأهم مستوردي المنسوجات في العالم (١٩٩٩-٢٠٠١)

	النصيب السوقي (%)	الميزة النسبية الظاهرة باستخدام إجمالي الصادرات السلعية	الميزة النسبية الظاهرة باستخدام إجمالي الصادرات
الاتحاد الأوروبي	٣٢.٢	١.٠	٠.٩
الولايات المتحدة	٩.٨	٠.٦	٠.٥
هونج كونج، الصين	٨.٦	٢.٧	٢.٧
الصين الكبرى	٧.٩	٢.٨	٣.١
المكسيك	٣.٧	٠.٦	٠.٧
اليابان	٣.١	٠.٦	٠.٧
كندا	٢.٦	٠.٣	٠.٤
جمهورية كوريا	٢.٠	٣.٣	٣.١
بولندا	١.٧	٠.٦	غير متوافر
تركيا	١.٣	٥.٥	٣.٧
رومانيا	١.٢	٠.٨	غير متوافر
الإمارات	١.٣	غير متوافر	غير متوافر
تايلاند	١.٠	١.٢	١.٢
بنجلادش	١.٠	غير متوافر	غير متوافر
المغرب	٠.٩	٠.٥	٠.٦
استراليا	٠.٧	٠.٢	٠.٢
سويسرا	٠.٦	٠.٨	٠.٦
سنغافورة	٠.٥	٠.٣	٠.٣

المصدر: World Trade Organization, International Trade Statistics 2002, 2001, and 2000.

جدول (ب): التركيب السلعي للصادرات المصرية من الملابس الجاهزة والمنسوجات

المجموعة		نسبتها إلى الصادرات المصرية من المنسوجات والملابس الجاهزة		مؤشر الميزة النسبية الظاهرة		نصيبها فى السوق العالمي	
		٢٠٠١	التغير من ١٩٩٧-٠١	٢٠٠١	التغير من ١٩٩٧-٠١	٢٠٠١	التغير من ١٩٩٧-٠١
المجموعة الأولى		٥٨.٠%					
٦٥٩		٩.٤%	١١١.٥%	١٠.٤	١٠٣.٥%	٠.٦٧%	٩٢.٩%
٢٦٥	**خيوط كتان**	١.٩%	١٩٧.٠%	١١.٧	١١٣.١%	٢.١٢%	٥٣.٢%
٦٥٨	**ملاءات وفوط**	٢١.٨%	٨٢.٨%	٤.٤	٥٦.٠%	٠.٧٩%	١٢.١%
٨٤١	**ملابس للرجال والصبية**	١٦.٦%	٢٨.٩%	١.٥	٣١.١%	٠.٢٧%	٥.٨%
٨٤٥	**ملابس من مصنرات القطن**	١٧.٧%	٥٧.٢%	٠.٣	٣٣.٩%	٠.١٩%	٤.٣%
المجموعة الثانية		٣٠.٢%					
٦٥١	**غزل / خيوط مفتولة**	٢٣.٤%	٣٤.٥-%	٢.٩	٢٠.٩-%	٠.٥٣%	٤٣.١-%
٦٥٢	**منسوجات قطنية غير مصترة**	٦.٨%	٤٨.٠-%	١.١	٤٦.٧-%	٠.٢١%	٦١.٧-%
المجموعة الثالثة		١١.٨%					
٢٦٦	**نسيج صناعي**	٠.٠٠١%	٩٧.٣-%	٠.٠	٩٦.٣-%	٠.٠٠%	٩٧.٣-%
٢٦٧	**غزل صناعي**	٠.٠%	٧٦.٢-%	٠.٠	٧٧.٦-%	٠.٠٠%	٨٣.٩-%
٢٦٩	**ملابس مستعملة**	٠.٠%	٩٦.٧-%	٠.٠	٩٦.٥-%	٠.٠٠%	٩٧.٥-%
٦٥٣	**نسج من خيوط بوليستر**	٠.٣%	٢٨.٠%	٠.٠	٤٧.٨%	٠.٠١%	٦.٢%
٦٥٤	**نسيج كتان**	٠.٠%	٤.٠-%	٠.٠	٦٢.٢-%	٠.٠٠%	٢٠.٧-%
٦٥٥	**أقمشة مصنرة من القطن**	٠.١%	٨٩.٠-%	٠.٠	١٠.٣%	٠.٠٠%	٩٣.١-%
٦٥٦	**شرائط من مواد نسجية (تل /لاسيه)**	٠.١%	٢٩.٩%	٠.١	١٠.٥%	٠.٠١%	٢٠.٦-%
٦٥٧	**خيوط ربط أو حزم**	٠.٦%	٤٧.٤-%	٠.١	٥٢.٠-%	٠.٠٢%	٦٥.٥-%
٦٥٩	**أغطية أرضيات**	٠.٦%	٨٤.٤-%	٠.٢	٧٩.٣-%	٠.٠٤%	٨٥.١-%
٨٤٢	**ملابس للنساء والبنات**	٨.٠%	١٠.١%	٠.٧	٠.٦%	٠.١٢%	٢٧.٧-%
٨٤٣	**ملابس مصنرات للرجال والصبية**	١.٧%	١٢٧.٥%	٠.٧	١٧٧.١%	٠.١٢%	٩٩.٢%
٨٤٤	**ملابس مصنرات للنساء والبنات**	٠.٣%	٤٨.٤%	٠.١	٧٦.٧%	٠.٠١%	٢٧.٠%
٨٤٦	**إكسسوارات ملابس**	٠.٠%	٧٠.٩-%	٠.٠	٧١.٢-%	٠.٠٠%	٧٩.٣-%
٨٤٨	**ملابس غير منسوجة**	٠.٠%	٤١.١%	٠،٠١	٢٣.٩%	٠.٠٠%	١١.٠-%

المصدر: منظمة التجارة العالمية.

جدول (ج): استغلال مصر للحصص الكمية في السوق الأوروبي

	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	١٩٩٩	٢٠٠٠	٢٠٠١
غزل القطن							
الحصة	لا توجد حصة	٥٢.٦	٥٤.٤	٥٦.٦	٥٨.٥	٦٠.٥٥	٦٢.٦٧
الصادرات المرخصة		٢٥.٧٩	٤٤.٣١	٢٩.٧	٢٠.٣٥	٢٢.٨٣	١٨.٥١
%الاستخدام		%٤٩.٠	%٨١.٤	%٥٢.٦	%٣٤.٨	%٣٧.٧	%٢٩.٥
منسوجات قطنية							
الحصة	لا توجد حصة	١٨.٦	١٩.٢٥١	٢٠	٢٠.٧	٢١.٤٢	٢٢.١٧٤
الصادرات المرخصة		١٤.٣٥٢	١٤.٥٣٨	٥.٥١٢	٤.٤٨٢	٦.٨١٦	٤.١٥٤٨
%الاستخدام		٧٧.١٦	٧٥.٥٢	٢٧.٥٦	٢١.٦٥	٣١.٨٢	١٨.٧٤

المصدر: European Union online data http://sigl.cec.eu.int.

جدول (د): استغلال مصر للحصص الكمية فى السوق الأمريكي

السلعة	**الوصف**	**١٩٩٧**	**١٩٩٨**	**١٩٩٩**	**٢٠٠٠**	**٢٠٠١**	**المتوسط**
٢١٨	غزل من مختلف الألوان	٠.٠٣	٠	٠	٠	٠	٠.٠١
Fabric Group		١٥.٧	١٢.٦	٧.١	١٥.١	١٠.٦	١٢.٢٢
٢١٩	Duck	٠	٠	٠	٠	٠	-
٢٢٠	نسيج مطرز	١.٩	١.٨	٠.٤	٠.١	١٩	٤.٦٤
٢٢٤	الأقمشة الوبرة	٠	٠	٠	٣.٥	١.٨	١.٠٦
٢٢٥	Blue denim	٠	٠	٠	٠	٠	-
٢٢٦	نسيج الفوال	٥.٥	٤.٣	٣.٢	٢٩	٨.٧	١٠.١٤
٢٢٧	قماش أكسفورد	٠	٠.٠٠٢	٠	٠	٠.٠٠٣	٠
٣٠١/٣٠٠	غزل القطن	٧٢.١	٨٨.٥	٤٦.٧	٤٩.٧	٦١.٥	٦٣.٧٠
٣٠١	Combed cotton yarn	٥٩.٢	٩٧.٤	٢٩.٤	٢٢.٣	٢٨.٨	٤٧.٤٢
٣١٣	Cotton Sheeting	١٤.٥	١٢.٧	١١	١٢.٦	٥.٦	١١.٢٨
٣١٤	Poplin & broadcloth	٢٠.٣	١٢.١	٥.٥	٦.٤	٢.١	٩.٢٨
٣١٥	Printcloth	٨.٣	٤.٩	٠	١.٢	٠.٧	٣.٠٢
٣١٧	Twills	٢.١	١.٦	٠.٧	٠.٦	٠.١	١.٠٢
٣٢٦	Sateens	٠	١١	٠.١	٠.٠١	٠	٢.٢٢
٣٣٨/٣٣٩	تى شيرتات مصنرة	٩٠.٤	٩١.٢	٧٨.٥	٦٨.٣	٩٣.١	٧٨.٣٠
٣٤٠/٦٤٠	تى شيرتات غير مصنرة	٤٢.٣	٤٧.٢	٤٦.٣	٣٨.٦	٢٧.٩	٤٠.٤٦
٣٦٩	مصنوعات قطنية أخرى	٨٢.٤	٧٧.٥	٦٨.٤	٤٦.٩	٤٢.٥	٦٣.٥٤
٤٤٨	بنطلونات وشورتات	٨٤.٤	٩٢.٦	٠.٧	٤.٣	٣	٣٧.٠٠

المصدر: الجمارك الأمريكية http://otexa.ita.doc.gov/corr.htm.

References

Consumer Unity and Trust Society (CUTS). 1997. "Textiles and Clothing ─ Who Gains, Who Loses and Why!" Briefing Paper No.5, May.
Available at: <<http://cuts.org/>>.

Desai, Mihir. 2002. "Review of Global Trade and Investment in Apparel: Implications for Africa." Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA).The World Bank.

Diao, Xinsehen and Agapi Somwaru. 2001. "Impact of MFA Phase-Out on the World Economy—An Inter-temporal, Global General Equilibrium Analysis." International Food Policy Research Institute Discussion Paper No. 79.
Available at: <<www.ifpri.org/divs/tmd/dp/tmdp79.htm>>.

European Union online data.
Available at: << http://sigl.cec.eu.int>>.

Fawzy, Samiha. 2000. "Institutional Barriers to Egyptian Exports." In *Egyptian Exports and Challenges of the 21st Century*, edited by Heba Nassar and Alfonse Aziz. Cairo, Egypt: Center for Economic and Financial Research and Studies

Fawzy, Samiha. Forthcoming in 2003. "Competitiveness of Egypt." Working Paper Series, Cairo, Egypt: The Egyptian Center for Economic Studies (ECES).

Francois, Joseph F. and Dean Spinanger 2002. "Market Access in Textiles and Clothing." A paper prepared for the conference: Informing the Doha Process: New Trade Research for Developing Countries organized by the Egyptian Center for Economic Studies, May, Cairo, Egypt.

Gereffi, Gary.2002. "Outsourcing and Changing Patterns of International Competition in the Apparel Commodity Chain." Paper presented at the conference on Responding to Globalization: Societies, Groups and Individuals held in Colorado, April 4-7.
Available at:
<<http://www.colorado.edu/IBS/PEC/gadconf/papers/gereffi.pdf>>.

Gereffi, Gary.1999. "A Commodity Chains Framework for Analyzing Global Industries." A concept note prepared for the international workshop: Spreading the Gains from Globalization, held at the Institute of Development Studies in the UK, September.
Available at: <<www.ids.ac.uk/ids/global/>>.

Hyvarinen, Antero. 2000. "The Changing Pattern of International Trade in Textiles and Clothing." Geneva: International Trade Center.
Available at: <<http://www.intracen.org/mds/sectors/textiles/uru2000.htm>>.

Ianchovichina, Elena and Will Martin. 2001. "Trade Liberalization in China's Accession to the World Trade Organization." Paper presented at the 2001 annual policy conference of the Pacific Basin Economic Council.
Available at: <<http://econ.worldbank.org/files/2228_wps2623.pdf>>.

Krugman, Paul R. and Maurice Obstfeld. 1988. *International Trade: Theory and Policy*. Boston, U.S.A: Scott Forsene & Co.

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). 2000. "Tariffs and Trade." OECD Query and Reporting System. CD-ROM. OECD.

Refaat, Amal. Forthcoming in 2003. "Trade-Induced Protection in Egypt's Manufacturing Sector: Status and Prospects." Working Paper Series, Cairo, Egypt: The Egyptian Center for Economic Studies (ECES).

Spinanger, Dean. 1999. "Faking Liberalization and Finagling Protectionism: The ATC at Its Best." Background paper for the Economic Research Forum/Instituto Affari Internazionali/World Bank Workshop entitled *WTO 2000 negotiations: Mediterranean Interests and Perspectives* held in Cairo 14-15 July.
Available at:
<<http://www1.worldbank.org/wbiep/trade/papers_2000/BPatc.pdf>>.

Spinanger, Dean. 2001."Beyond Eternity: What will Happen when the ATC Gives Way to MFN Principles Beyond 2004?" Paper presented at the Europe-Developing Countries Network Conference on Trade and Poverty Reduction, held in Rotterdam, May 30-31.

Scandizzo, Stefania. 2002. "Latin American Merchandise Trade and U.S. Trade Barriers." Venzuela: Corporacin Andina de Fomento (CAF).
Available at: <<http://www.caf.com>>.

United Nations. 1999. *Trade by Commodity, International Statistics Yearbook Volume II.*

United Nations Statistics Division. COMTRADE database.

Verma, Samar. 2002. "Export Competitiveness of Indian Textile and Garment Industry." Indian Council for Research on International Economic Relations (ICRIER).
Available at: <<http://www.icrier.res.in/public/WP%2094.pdf>>.

World Bank. 2000. "Export Promotion: Constraints and Reform Options." Arab Republic of Egypt: Plan of Actions for Export Promotion, Volume II.

Word Trade Organization. 2001. *International Trade Statistics 2000/2001*. WTO.

World Trade Organization. 1999."Mapping of Regional Trade Agreements." Background note by the secretariat of WTO.
Available at: <<http://www.itd.org/forums/mapping1.pdf>>.

World Trade Organization. 2001."Background Statistical Information with Respect to Trade in Textiles and Clothing." WTO Document G/L/474.

المراجع العربية:

جلال، أحمد وسميحة فوزي (٢٠٠١) " لغز الصادرات في مصر." سلسلة آراء في السياسة الاقتصادية، العدد (٩)، القاهرة، مصر: المركز المصري للدراسات الاقتصادية.

وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية، قطاع التجارة الخارجية، الأمانة الفنية للمجلس السلعي للغزل والمنسوجات (٢٠٠١) " دراسة عن المعوقات التي تواجه تصدير الغزل والمنسوجات وحجم المساندة المطلوبة لزيادة كفاءتها التصديرية." أغسطس.

---------- قطاع التجارة الخارجية، الأمانة الفنية للمجلس السلعي للغزل والمنسوجات (٢٠٠١) " دراسة عن المعوقات التي تواجه تصدير الغزل والمنسوجات وحجم المساندة المطلوبة لزيادة كفاءتها التصديرية." أكتوبر.

الجيلاني، محسن (٢٠٠٢). " الخصخصة في قطاع الغزل و النسيج." ورقة نقاشية مقدمة في مؤتمر انعكاسات برنامج الخصخصة على الاقتصاد المصري، ٣٠-٣١ أكتوبر ٢٠٠٢، القاهرة.

موقع وزارة التجارة الخارجية على شبكة المعلومات الدولية.
>> http://www.economy.gov.eg< <

موقع الجمارك الأمريكية على شبكة المعلومات الدولية.
>> http://otexa.ita.doc.gov/corr.htm< <