"شركات التصدير المصرية الكائنة بمحافظة القاهرة "
دراسة في الجغرافيا الاقتصادية

طلعت عبد الحميد أحمد *
talaatahmed@edu.asu.edu.eg

مُلخص

تناول البحث شركات التصدير المصرية الكائنة بمحافظة القاهرة، وقد بدأ بمقدمة أبرزت أهمية موضوع البحث، وأسباب اختياره، والمناهج والأساليب المستخدمة، واستعراض الدراسات السابقة سواء المتعلقة بموضوع البحث، أو بمنطقة الدراسة، وقد اشتمل البحث على ستة محاور، تناول المحور الأول منها: أثر الخصائص الجغرافية لمحافظة القاهرة، جمهورية مصر العربية على شركات التصدير المصرية الكائنة بها، وتتبع المحور الثاني تطور دور شركات التصدير في حركة الصادرات المصرية عبر المراحل الزمنية المختلفة، وأوضح المحور الثالث التوزيع الجغرافي والنسبي للشركات العاملة في مجال التصدير، وفقًا لأحياء محافظة القاهرة، ومقارنة بجمهورية مصر العربية، وأشار المحور الرابع لخصائص الهيكل التجاري لشركات التصدير، وقطاعاته المختلفة، والتي ضمت نحو خمسة عشر قطاعًا تصديريًا، وجاء في مقدمتها قطاع التجارة وتجارة التجزئة، وحدد المحور الخامس أهم العوامل الجغرافية المؤثرة في مجال التصدير بمحافظة القاهرة، سواء أكانت عوامل خارجية، أم داخلية، وأبرز المحور السادس معوقات أداء شركات التصدير العاملة في محافظة القاهرة، واختتم البحث بعدد من النتائج والتوصيات، وجاء في مقدمتها ضرورة قيام الدولة بمشاركة القطاع الخاص في وضع استراتيجية واضحة ومتكاملة لتنمية الصادرات المصرية، معتمدة على دراسات وبيانات تفصيلية لكل القطاعات المنتجة، وفقًا لما توصلت إليه الدراسة البحثية.

الكلمات المفتاحية: سوق تجاري – شركات تصدير

* أستاذ مساعد بقسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية – كلية التربية – جامعة عين شمس

مقدمة

تؤدي الصادرات دورًا مُهمًا في تحقيق أهداف الاقتصاد القومي، ويشمل ذلك توفير النقد الأجنبي، وسداد فاتورة الواردات، وتقليل عجز الميزان التجاري، إضافة إلى تحسين عوامل الإنتاج، وتشغيل الطاقات العاطلة، "وقد أصبحت البلدان النامية أكثر توجهاً نحو التصدير خلال العقود القليلة الماضية".

(Horner, Rory:2016, P406)

وتعد قضية تنمية الصادرات المصرية من أهم المرتكزات والدعائم الأساسية، التي يعتمد عليها لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة في جمهورية مصر العربية، إذ تُشكل الصادرات أحد أهم مكونات حركة التجارة العالمية، وتتأثر بما يحدث فيها من تحولات حيث يرتبط الاقتصاد المصري بشكل مباشر "بتطورات الاقتصاد العالمي، وبخاصة قطاعات الصادرات الأجنبية المباشرة وغير المباشرة". (الموقع الرسمي لوزارة التجارة والصناعة، ٢٠٢١)

وتؤكد تحليلات حركة التجارة العالمية المعاصرة "أن العالم يمر بعصر يتصف بصراعات ومنافسات اقتصادية وتجارية شديدة، كما أدت المتغيرات السياسية والاقتصادية، التي تعتمد بشكل أساسي على أدوات وسياسات متعددة نحو فتح الحدود وإسقاط الحواجز الجمركية، وإتاحة حركة الاقتصاد، ورؤوس الأموال والسلع والبضائع وفرض التخلي عن وسائل الحماية التقليدية، وتحويل العالم إلى سوق تجارية واحدة كبيرة تتنافس فيها المنتجات والسلع من البلدان المختلفة ولا يحميها إلا قدرتها على المنافسة من حيث الجودة والسعر المناسب". (الجهاز المركزي للتعبئة العامة الإحصاء: التبادل التجاري بين مصر وأهم دول شرق آسيا ٢٠٢٠م، ص المقدمة)

وقد أوضحت العديد من التجارب الاقتصادية، حجم العلاقة بين كفاءة النمو الاقتصادي وزيادة حركة الصادرات، "نظرًا لدورها في تحسين وتطوير كل من كفاءة تخصيص الموارد، والكفاءة الإنتاجية على إثر الاستفادة من اقتصاديات الحجم والمنافسة من جهة، والكفاءة الديناميكية مع التطور التكنولوجي وزيادة إنتاجية عوامل الإنتاج من جهة أخرى."(مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: يوليو٢٠٢١، ص ٧)،

وتؤدي شركات التصدير المصرية دورها البالغ في شتى القطاعات الاقتصادية، ويأتي في مقدمتها تنمية عائدات القطاع التجاري، إضافة إلى دعم القطاعين الصناعي والزراعي. وقد بلغ حجم الصادرات المصرية ٢٦،٣٦٧ مليار دولار للسنة المالية ٢٠١٩م – ٢٠٢٠م. (المركز المصري للدراسات الاقتصادية: ٢٠٢١م، ص ٣٥)

وتنتمي معظم الشركات المُصدرة في مصر للقطاع الخاص، وتُشير البيانات والمؤشرات الاقتصادية إلى أنه وعلى الرغم من كبر حجم القطاع الخاص المصري إذ "يساهم بنحو (٧٢٪) من الناتج المحلي الإجمالي، ويستوعب حوالي (٧٨,٤٪) من العمالة، إلا أنه يواجه تحديات هيكلية متنوعة تحد من قدرته على دفع التنمية على النحو الأمثل" (موقع الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة، ٢٠٢١)

وتتمثل بعض هذه التحديات في ارتفاع تكاليف الشحن، التغير المستمر في التشريعات والقوانين، تعقيدات الإجراءات الإدارية، وضعف المعلومات عن أوضاع الأسواق الخارجية، وغيرها من التحديات.

وتقوم شركات التصدير بأداء دورها، من خلال العمل على زيادة حجم صادراتها، وذلك عن طريق البحث عن الأسواق المستوردة للسلع والخدمات المصرية، وتحليل إمكانات التصدير، وبحث الفرص المتاحة، "حيث تؤدي دراسة الأسواق المنافسة إلى تعزيز التصدير".(Francis and Collins–Dodd 2000, p.90) بهدف تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح، وعلى الرغم من أهمية الدور الذي تؤديه هذه الشركات، إلا أنها تواجه العديد من المشكلات، إضافة إلى التحديات المذكورة آنفًا، والتي تؤثر في كفاءتها، وقدرتها على الاستمرار، وتتعلق تلك المشكلات بأبعاد جغرافية، واقتصادية، وسياسية، وإدارية، وفنية، الخ.

أهمية البحث

تنبثق أهمية البحث من خلال ما يلي:

١ – يؤكد البحث على أهمية تعزيز الدور الذي تؤديه شركات التصدير المصرية الكائنة بمحافظة القاهرة في خدمة الاقتصاد الوطني لجمهورية مصر العربية.

٢ – تعد دراسة شركات التصدير، والعمل على حل مشكلاتها من الموضوعات الاقتصادية بالغة الأهمية.

٣ – تستأثر محافظة القاهرة بحجم كبير من الشركات العاملة في قطاع التصدير، بلغ ١٥٠٩ شركة تُشكل ٣١،٨٣٪ من جملة الشركات العاملة في مجال التصدير في مصر وعددها ٤٧٧٣شركة. (Kompas website, 2021)

٤ – يُمثل البحث الحالي، الدراسة الجغرافية الأولى، لشركات التصدير المصرية، الكائنة بمحافظة القاهرة، بجمهورية مصر العربية.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى دراسة الشركات المصرية العاملة في مجال التصدير بمحافظة القاهرة، وذلك من المنظور الجغرافي، وتتضمن أهداف البحث الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما أثر الخصائص الجغرافية لمحافظة القاهرة في شركات التصدير المصرية الكائنة بها؟
- كيف تطور دور الشركات المُصدرة، في حركة الصادرات المصرية؟
- ما شكل التوزيع الجغرافي الحالي لشركات التصدير، وفقًا لأحياء محافظة القاهرة ومقارنة بجمهورية مصر العربية؟
- كيف يمكن تصنيف خصائص الهيكل التجاري، السلعي والخدمي، لتلك الشركات؟
- ما هي العوامل المؤثرة في أداء شركات التصدير العاملة في محافظة القاهرة؟
- هل هناك معوقات تواجه شركات التصدير العاملة في محافظة القاهرة؟، ماهي؟، وكيف يمكن للدراسة الجغرافية أن تسهم في اقتراح حلول لها؟

منهجية البحث

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في تحقيق أهداف البحث، والإجابة عن التساؤلات المطروحة انطلاقًا من تحديد مشكلة البحث، وهي المعوقات التي تواجه شركات التصدير المصرية الكائنة بمحافظة القاهرة، وصياغة التساؤلات الواردة آنفًا، مرورًا بإجراء التحليلات المكانية والإحصائية الملائمة، وصولًا إلى النتائج التي يمكن أن تتبني عليها التوصيات، والمقترحات المتعلقة بموضوع البحث وأهدافه، استنادًا إلى ما أوضحته نتائج البحث موضوع الدراسة.

وحدّد الباحث منطقة الدراسة، وهي محافظة القاهرة، وفقًا لحدودها الإدارية، كما استخدم المنهج المقارن في مقارنة الظاهرة موضع البحث، وهي شركات التصدير الكائنة بمحافظة القاهرة، بنظيرتها في جمهورية مصر العربية وفقًا لتوزيعها الجغرافي بالمحافظات المصرية عام ٢٠٢١م.

واستُخدمت أيضًا الأساليب الإحصائية الكارتوجرافية، من خلال توظيف أحد برامج نظم المعلومات الجغرافية وهو برنامج Arc G.I.S ver. 10.8.1 لتمثيل البيانات في صورة خرائط، وإجراء التحليلات المكانية لها، كما عولجت البيانات إحصائيًا باستخدام برنامج SPSS ver.28

وتَمثل العمل الميداني للباحث في زيارة أهم المؤسسات العاملة في مجال التجارة الخارجية بعامة، وقطاع التصدير بخاصة، ومنها على سبيل المثال لا الحصر:

١ – وزارة التجارة الخارجية.

٢ – مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار.

٣ – الهيئة العامة لتنمية الصادرات المصرية.

٤ – أهم الشركات العاملة في قطاع التصدير بمحافظة القاهرة

٥ – الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.

وقد تضمنت تلك الزيارات إجراء مقابلات ميدانية مع بعض الأفراد العاملين بمجال التجارة الخارجية وبخاصة قطاع التصدير، وقد تركزت تلك المقابلات خلال الفترة من يناير – يونيو ٢٠٢١م وكان هدفها هو تدقيق المعلومات المُتحصّل عليها من المصادر والمراجع؛ والتي تضاربت بياناتها إلى حد كبير في بعض الأحيان، وقد احتاج الباحث إلى تفسيرات متعددة في هذا الشأن.

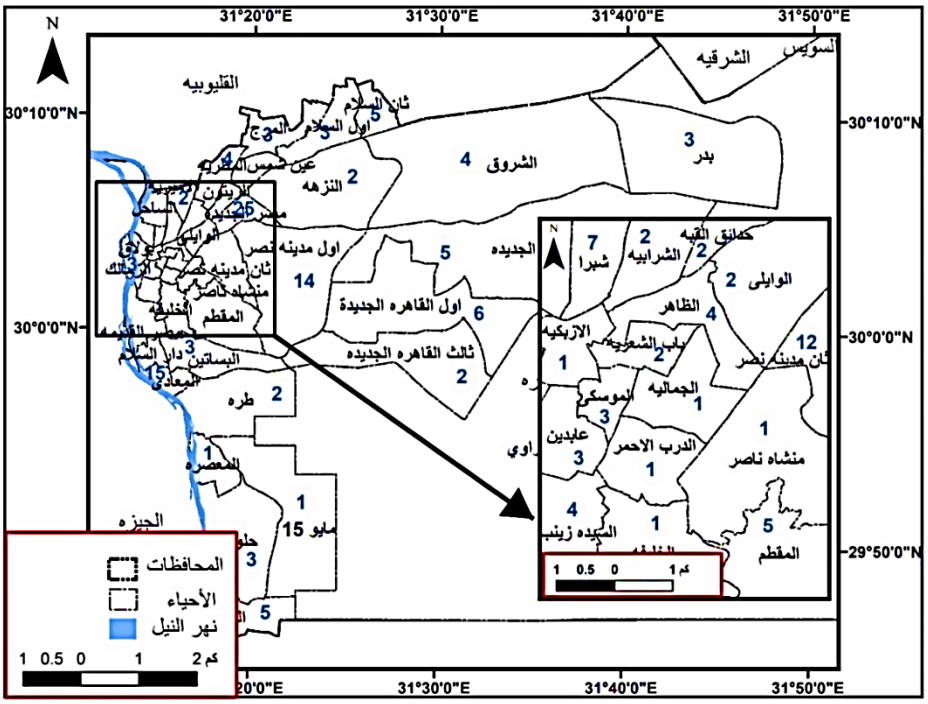
وقام الباحث أيضًا بتطبيق نموذج الاستبانة ملحق(١)، والذي تضمن ثلاثة عشر سؤالًا، كان من أهدافها تحديد مقر الشركة وفقًا للحي الكائنة به، حجم رأس المال المستثمر، وبداية مزاولة النشاط، ومدته، وكذلك حجم العمالة، وخصائصها، وأهم المشكلات التي تواجه نشاط التصدير، ومقترحات حلها من وجهة نظر من طُبقت عليهم الاستبانة، باعتبار أنهم الأكثر دراية في هذا الشأن بحكم ممارستهم الفعلية لهذا النشاط، للحصول على بيانات يمكن أن توضح اتجاهات وأراء أفراد العينة، وتم توزيع الاستبانات البالغ عددها ٢٠٠ استبانة شكلت ١٣,٢٥٪ من حجم مجتمع الدراسة، البالغ ١٥٠٩ شركة بمحافظة القاهرة، على أن تشمل جميع أحياء المحافظة، ووفقًا لأهميتها النسبية من ناحية ما تضمه من شركات، حيث تم تطبيق الاستبانة على العاملين بالشركات وفقًا لدرجة تركزها في أحياء محافظة القاهرة. وتمت الاستجابة الفعلية لعدد ١٧٢ استبانة مثلت ١١,٣٩٪ من حجم مجتمع الدراسة، أما باقي الاستبانات وحجمها ٢٨ استبانة، شكلت ١٤٪ من حجم الاستبانات المطبقة، فقد تم استبعادها، وهي التي رفض أصحابها تطبيقها، أو لم تستوف بياناتها، وهذا ما يوضحه جدول (١) وشكل (١)

جدول (١) التوزيع الجغرافي لعينة الدراسة الميدانية بأحياء محافظة القاهرة ٢٠٢١م

م	اسم الحي	حجم الشركات	حجم العينة	م	اسم الحي	حجم الشركات	حجم العينة
١	مصر الجديدة	٣١٨	٢٥	٢٤	ثالث القاهرة الجديدة	١٤	٢
٢	المعادي	١٦٤	١٥	٢٥	حدائق القبة	١٤	٢
٣	أول مدينه نصر	١٦٣	١٤	٢٦	الأميرية	١٣	٢
٤	ثان مدينه نصر	١٣٩	١٢	٢٧	باب الشعرية	١٣	٢
٥	شبرا	٥٨	٧	٢٨	دار السلام	١٣	٢
٦	اول القاهرة الجديدة	٤١	٦	٢٩	طره	١٣	٢
٧	ثان القاهرة الجديدة	٣٧	٥	٣٠	الشرابيه	١٢	٢
٨	ثان السلام	٣١	٥	٣١	مصر القديمة	١٢	٢
٩	السيدة زينب	٢٩	٤	٣٢	الوايلي	١١	٢
١٠	المطرية	٢٩	٤	٣٣	بولاق	١١	٢
١١	الشروق	٢٨	٤	٣٤	الخليفة	٩	١
١٢	بدر	٢٧	٣	٣٥	الزيتون	٨	١
١٣	حلوان	٢٧	٣	٣٦	الأزبكية	٧	١
١٤	اول السلام	٢٦	٣	٣٧	عين شمس	٧	١
١٥	الزمالك	٢٥	٣	٣٨	الجمالية	٧	١
١٦	البساتين	٢٣	٣	٣٩	الساحل	٦	١
١٧	الظاهر	٢٣	٤	٤٠	المعصرة	٦	١
١٨	روض الفرج	٢٣	٤	٤١	المقطم	٥	١
١٩	عابدين	٢٣	٣	٤٢	التبين	٥	١
٢٠	قصر النيل	٢٣	٣	٤٣	منشأه ناصر	٥	١
٢١	الموسكى	٢٣	٣	٤٤	الزاوية الحمراء	٤	١
٢٢	المرج	١٧	٣	٤٥	١٥ مايو	٣	١
٢٣	النزهة	١٧	٢	٤٦	الدرب الاحمر	٢	١

Source: https://eg.kompass.com/y/ex porter

– بالإضافة إلى نتائج بيانات الدراسة الميدانية للباحث يناير – يونيو ٢٠٢١م



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها خرائط الهيئة العامة للمساحة، الخرائط الطبوغرافية لمحافظة القاهرة، مقياس ١ / ٥٠٠٠٠، اللوحتين رقم NH-13A, NH.13B

شكل (١) التوزيع الجغرافي لعينة الدراسة الميدانية بأحياء محافظة القاهرة ٢٠٢١م

الحدود المكانية للبحث

حدد الباحث محافظة القاهرة كإقليم للدراسة، إذ تضمن البحث دراسة شركات القطاع الخاص العاملة في مجال التصدير، والكائنة بمحافظة القاهرة، جمهورية مصر العربية.

الدراسات السابقة

نظرًا لأهمية الأنشطة الاقتصادية بقطاعاتها المتعددة، كمجال للدراسة، ويأتي في مقدمتها نشاط التجارة الخارجية، يُلاحظ وجود العديد من الدراسات العلمية الجغرافية وغير الجغرافية، التي تناولت هذا النشاط من خلال رصد حركة التجارة الخارجية لجمهورية مصر العربية مع دول العالم، وخاصة ما يتعلق بحركة الصادرات المصرية إلى الأسواق الخارجية، ومن أمثلة تلك الدراسات:

١ – دراسة المركز المصري للسياسات الاقتصادية، (إبريل ٢٠١٠م) [١]:" **وعنوانها سياسات مقترحة لتنمية الصادرات في مصر**، تناولت الدراسة تحليل طبيعة المعوقات التي تواجه التصدير في مصر. وفي ضوء هذا التحليل، طُرحت بعض السياسات المقترحة لزيادة الصادرات، وتنويعها، ورفع جودتها، ومحتواها التقني.

وقد تضمنت هذه المقترحات وضع سياسات قصيرة الأجل، تعمل على تعظيم الاستفادة من الطاقة التصديرية القائمة بالفعل، مع استغلال مواطن القوة كزيادة السلع ذات الميزة النسبية، وأخرى طويلة الأجل تهدف إلى زيادة الطاقة التصديرية وتطوير هيكلها. كما أوضحت الدراسة بعض متطلبات هذه السياسات، فضلًا عن الأفق الزمني لتحقيق أهدافها. كذلك أوصت بضرورة تضافر الجهود بين الحكومة، والقطاع الخاص، والمؤسسات البحثية، والمجتمع المدني، للتغلب على المعوقات التي تحول دون تحقيق قفزة نوعية وكمية في الصادرات.

٢ – دراسة "محمد، عصام محمد إبراهيم" (٢٠١٠م) [٢]: وتناولت السكن العشوائي في محافظة القاهرة، منطقة الدراسة، وقد أوضحت الخصائص الجغرافية للمناطق العشوائية، وعرضت الدراسة للمناطق العشوائية بمحافظة القاهرة، وخصائصها، وكيف يمكن العمل على الحد من مشكلاتها؟، وتم تطبيق الدراسة على عزبة الهجانة وذلك من منظور تنموي.

---

١) المركز المصري للسياسات الاقتصادية، سياسات مقترحة لتنمية الصادرات في مصر، العدد ٢٤، القاهرة، إبريل ٢٠١٠م.

٢) محمد، عصام محمد إبراهيم، السكن العشوائي في محافظة القاهرة، عزبة الهجانة، دراسة حالة من منظور تنموي، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، معهد التخطيط القومي، مجلد ١٨، العدد ٢، ديسمبر ٢٠٢١م.

٣ – **دراسة وزارة التجارة والصناعة، (٢٠١٧م)** [١]:" بعنوان خطة عمل واستراتيجية مضاعفة الصادرات المصرية، المُلخص التنفيذي، هيئة تنمية الصادرات المصرية.

وضعت الدراسة عددًا من الأهداف، كان في مقدمتها الأهداف الاستراتيجية، والتي تمثلت في:

- مضاعفة الصادرات المصرية خلال خمس سنوات.
- تشجيع التحول نحو الصادرات ذات القيمة المضافة العالية.
- توسيع قاعدة المصدرين لتشمل المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- استهداف أسواق ذات فرص تصديرية واعدة.

وحددت الدراسة أولويات الأسواق والمنتجات المستهدفة وفقاً لعدة معايير أهمها: معدلات الطلب على المنتج ونمو السوق الخارجي، الاتفاقيات التجارية، الإمكانيات اللوجستية وخطوط الشحن، التركيز على أفريقيا، الجاهزية للتصدير، التوافق مع متطلبات الأسواق الخارجية، ورفع مستوى القدرات الإنتاجية.

٤ – **دراسة معهد التخطيط القومي(٢٠١٨م)** [٢]: وعنوانها سياسات تنمية الصادرات في مصر في ضوء المستجدات الإقليمية والعالمية، هدفت الدراسة بصفة رئيسية إلى اقتراح سياسات تنمية الصادرات السلعية في مصر في ضوء المستجدات الإقليمية والعالمية، من أجل الدفع بقطاع الصادرات المصرية باعتباره المحرك الرئيسي للتنمية المستدامة، وذلك من خلال زيادة المحتوى التكنولوجي والابتكاري للصادرات المصرية.

---

١) وزارة التجارة والصناعة، خطة عمل واستراتيجية مضاعفة الصادرات المصرية، المُلخص التنفيذي، هيئة تنمية الصادرات المصرية، القاهرة ٢٠١٧م.

٢) معهد التخطيط القومي٢٠١٨م، سياسات تنمية الصادرات في مصر في ضوء المستجدات الإقليمية والعالمية، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، سلسلة علمية مُحكمة رقم (٢٩٩) أكتوبر ٢٠١٨م.

٥ – **دراسة عدلي، كاترين سامي (٢٠١٨م)**، [١] تناولت حركة التجارة السلعية بين مصر ومجلس التعاون لدول الخليج العربية، دراسة في الجغرافيا الاقتصادية، تناولت الدراسة تطور حركة التجارة السلعية بين مصر ومجلس التعاون لدول الخليج العربية وتوزيعها الجغرافي ومركبها السلعي، كذلك قدمت الدراسة مقترحات لتحسين الحركة التجارية بين الطرفين.

٦ – **دراسة الفقي، محمد سعد، (٢٠٢٠م)** [٢]: عن "العلاقة بين الصادرات والنمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة ١٩٦٦/٢٠١٨م (دراسة قياسية)، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، كلية التجارة، جامعة عين شمس.

هدفت الدراسة إلى تقدير العلاقة بين كلٍ من الصادرات المصرية والنمو الاقتصادي خلال الفترة من ١٩٦٦ –٢٠١٨م بغرض تحليل أثر الصادرات ودورها في نمو الناتج المحلي الإجمالي والوقوف على تطور الصادرات المصرية من السلع والخدمات وهو ما يساعد على وضع استراتيجية لتنمية الصادرات تراعي في المقام الأول هيكل الصادرات وعلاقتها بالنمو الاقتصادي، وقد انتهت الدراسة إلى عدد من التوصيات والتي تمثلت في:

– العمل على تطوير أداء الصادرات السلعية وعلى رأسها الصادرات الصناعية، وذلك من خلال تطوير أداء القطاع الصناعي.

– تنشيط التجارة الخارجية، وتوسيع حجمها وأنماطها على مستوى كافة القطاعات، ولاسيما الخدمي.

---

١) عدلي، كاترين سامي، حركة التجارة السلعية بين مصر ومجلس التعاون لدول الخليج العربية، دراسة في الجغرافيا الاقتصادية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية، كلية التربية، جامعة عين شمس، ٢٠١٨م.

٢) الفقي، محمد سعد،"العلاقة بين الصادرات والنمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة ١٩٦٦/٢٠١٨(دراسة قياسية)، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، كلية التجارة، جامعة عين شمس،٢٠٢٠م.

– التركيز على دعم القدرات التسويقية في الخارج، ودعم المستوى التكنولوجي بشكل أكبر من الدعم النقدي المباشر.

٧ – دراسة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، (فبراير ٢٠٢١م) [١]: وعنوانها " نحو تنمية الصادرات السلعية، تحليل العرض المصري واتجاهات الطلب العالمي،

هدفت الورقة إلى دراسة كيفية تعزيز الصادرات المصرية السلعية فقط دون الصادرات الخدمية، حيث إن الخدمات لها خصائص مختلفة، وزيادة تنافسيتها في الأسواق الخارجية، وذلك من خلال دراسة هيكل الصادرات المصرية، وكيفية تعظيمها في ظل التطورات العالمية إثر جائحة كورونا، والإجراءات الحمائية التي قامت بها العديد من الدول.

وتشكلت الدراسة من ثلاثة أقسام رئيسة: تناول القسم الأول هيكل التجارة الخارجية لمصر، أما القسم الثاني فعرض المنهجية المتبعة لتحديد أهم القطاعات، وعالج القسم الثالث أهم البدائل المتاحة لزيادة الصادرات المصرية على مستوى الهامش الرأسي Intensive Margin أي زيادة كمية الصادرات من المنتجات التي يتم تصديرها وتتمتع بميزة نسبية والهامش الأفقيExtensive Margin ، أي تصدير بميزة نسبية، لصادرات سلعية عليها طلباً عالمياً مرتفعا.

ومن خلال استعراض نتائج الدراسات السابقة يُلاحظ أنها ركزت على الصادرات ذاتها، من حيث توزيعها الجغرافي، ومركبها السلعي، وإمكانية تنميتها، وزيادة تنافسيتها، وطرح بدائل لها، كما أشارت إلى علاقتها بالنمو الاقتصادي، وبذلك يتبين أن أيًا منها لم تتطرق لموضوع الشركات المُصدرة، وتعد الدراسة البحثية

١) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار" نحو تنمية الصادرات السلعية تحليل العرض المصري واتجاهات الطلب العالمي، القاهرة، فبراير ٢٠٢١م.

الحالية هي الدراسة الجغرافية الأولى للشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، والكائنة بمحافظة القاهرة، وذلك في حدود علم الباحث.

محتوى البحث

يمكن تحديد محتوى البحث وترتيب عناصره وفقًا للأهداف المذكورة آنفًا كما يلي:

أولًا – الخصائص الجغرافية لمحافظة القاهرة، جمهورية مصر العربية.

ثانيًا – تطور دور شركات التصدير في حركة الصادرات المصرية.

ثالثًا – التوزيع الجغرافي والنسبي للشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، وفقًا لأحياء محافظة القاهرة، مقارنة بمحافظات جمهورية مصر العربية لعام ٢٠٢١ م.

رابعًا – تصنيف خصائص الهيكل التجاري للشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، الكائنة بمحافظة القاهرة ٢٠٢١م.

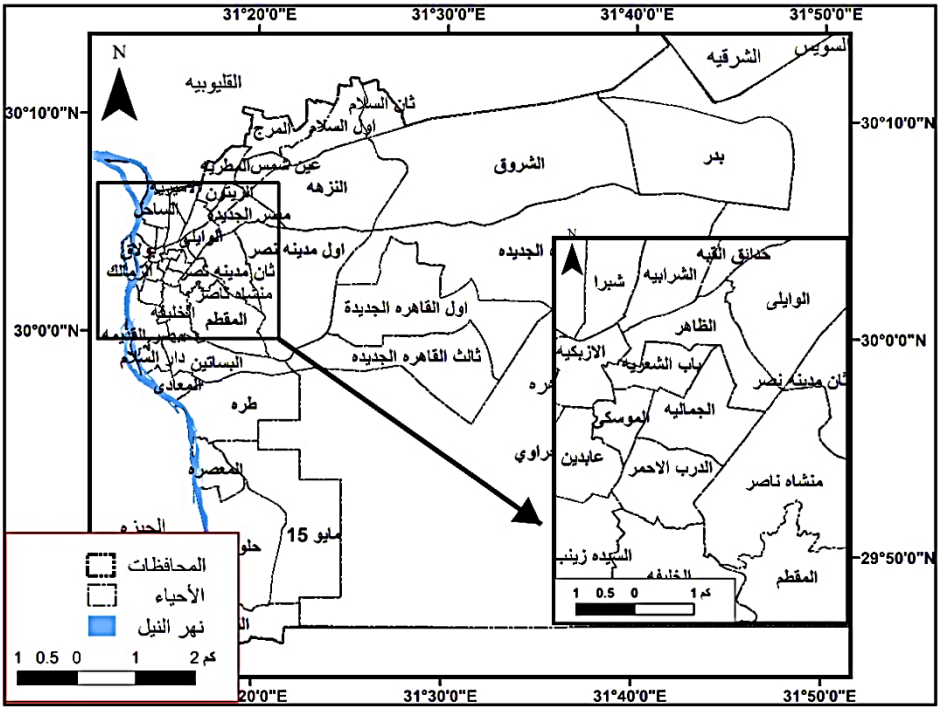
خامسًا – العوامل الجغرافية المؤثرة في أداء الشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، الكائنة بمحافظة القاهرة، جمهورية مصر العربية.

سادسًا– معوقات أداء شركات التصدير المصرية الكائنة بمحافظة القاهرة، جمهورية مصر العربية.

– **النتائج والتوصيات**

أولًا – الخصائص الجغرافية لمحافظة القاهرة، جمهورية مصر العربية

تقع محافظة القاهرة على الضفة الشرقية لنهر النيل بين دائرتي عرض ٣٠'١٠ ° و٢٩'٥٠°، وخطى طول ٢٠' ٣١°و٣١'٥٠ °شرقا، ويحدها شمالًا محافظتي القليوبية والشرقية، ويحدها من الجنوب والغرب محافظة الجيزة، وشرقا محافظتي الإسماعيلية والسويس، كما يبين شكل (٢)، كذلك تضم محافظة القاهرة أربع مناطق رئيسة، تشمل ٤٦ حيًا وقسمًا، و٣٤٢ شياخًة، ٥ مجتمعات عمرانية جديدة. (دليل الوحدات الإدارية للمحافظات المصرية، ٢٠٢١م).



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها خرائط الهيئة العامة للمساحة، الخرائط الطبوغرافية لمحافظة القاهرة

مقياس ١ / ٥٠٠٠٠، اللوحتين رقم NH-13A, NH.13B

شكل (٢) الموقع الجغرافي والفلكي لمحافظة القاهرة وفقًا لتقسيمها الإداري ٢٠٢١م

"وتتميز محافظة القاهرة بربطها بالعديد من الطرق الإقليمية من كافة الاتجاهات، شكل (٣)، فمن الجنوب الشرقي يوجد طريق القطامية العين السخنة، ومن الشرق طريق القاهرة السويس الصحراوي، ومن الشمال الشرقي طريقي القاهرة الإسماعيلية الصحراوي والزراعي، ومن الشمال طريق القاهرة الإسكندرية الزراعي وطريق القناطر الخطاطبة، ومن الشمال الغربي طريق القاهرة الإسكندرية الصحراوي، ومن الغرب طريق الجيزة الواحات، ومن الجنوب الغربي طريق الجيزة الفيوم، ومن الجنوب طريق القاهرة أسوان الصحراوي الشرقي. (نور الدين، منى صبحي السيد: ٢٠١٨م، ص ١٦)

المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها خرائط الهيئة العامة للمساحة، الخرائط الطبوغرافية لمحافظة القاهرة مقياس ١ / ٥٠٠٠٠، اللوحتين رقم NH-13A, NH.13B

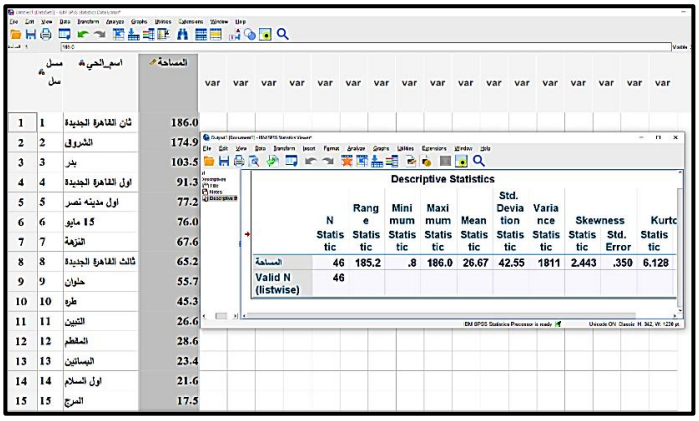
شكل (٣) أهم الطرق الرئيسية، بمحافظة القاهرة، جمهورية مصر العربية ٢٠٢١م

وبذلك تعد محافظة القاهرة أكبر عقدة مواصلات في الجمهورية، وتنطلق منها أكبر شبكة طرق إشعاعية لتصل إلى محافظات الدلتا، وإلى إقليم قناة السويس، وإلى الموانئ البحرية على البحر المتوسط، وإلى الصعيد (نور الدين، منى صبحي السيد: ٢٠١٨م، ص ٣٥)، يضاف إلى ذلك أن محافظة القاهرة، هي المحافظة الأهم بين جميع المحافظات المصرية، وذلك لكونها العاصمة ومركز الحكم والإدارة، كما أنها أصغر المحافظات المصرية من حيث المساحة، والتي تبلغ ٣٠٨٥كم٢، لتشكل بذلك ما نسبته ٣,٠٧٪ من جملة مساحة الأراضي المصرية البالغ قدرها ١٠٠٢٠٠٠ كم٢،"وتمثل المساحة المأهولة بها ١٩٠,٤٢ كم٢، تشكل نحو ٦,١٧٪ من جملة مساحتها، ويبلغ حجم سكانها ٩,٩٤٧,٠٤٦ ملايين نسمة وفقًا لتقديرات

السكان للعام ٢٠٢٠م، الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، تتضمن ما نسبته٩,٧٦٪ من جملة حجم سكان مصر البالغ ١٠٢,٣ مليون نسمة" (موقع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠٢٠)، وبناء على ما تم ذكره آنفًا، تصنف محافظة القاهرة على أنها واحدة من أهم المدن المليونية ذات الثقل السكاني في مصر والعالم.

وهناك تباين واضح بين أحياء المحافظة من حيث المساحة، ملحق (٢) حيث بلغت قيمة المدى ١٨٥,٢ كم^{٢} بين أكبر الأحياء مساحة، وهو حي ثان القاهرة الجديدة، ومساحته ١٨٦ كم^{٢}، وبين أصغر الأحياء مساحة، وهو حي الموسكي ومساحته ٠,٨ كم^{٢}.

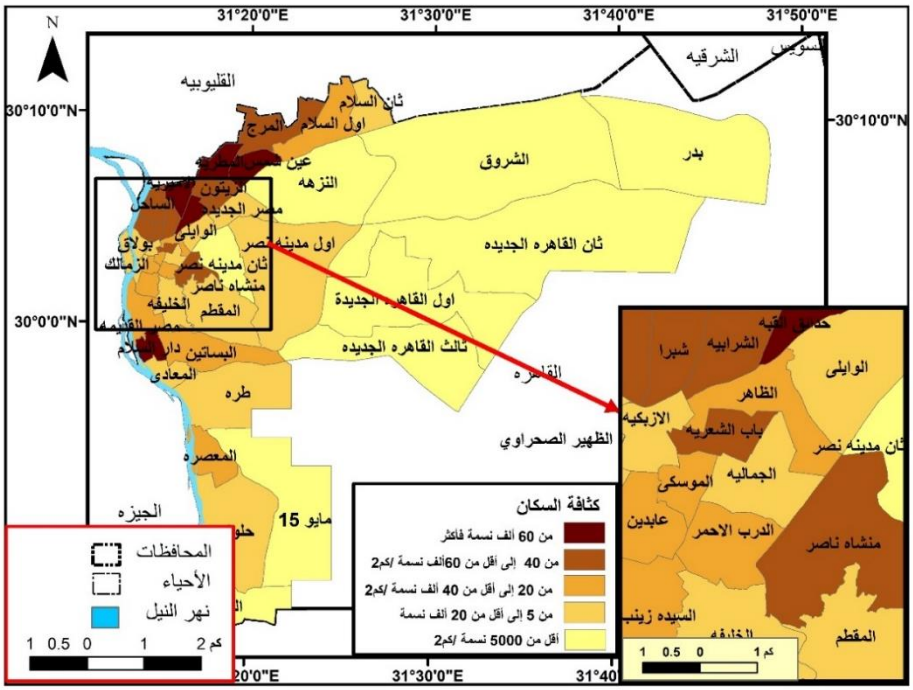
كما بلغ متوسط مساحة أحياء محافظة القاهرة ٢٦,٦٧ كم^{٢}، بينما بلغت قيمة الانحراف المعياري للمساحة ٤٢,٩٥ كم^{٢}، ويؤشر ذلك لوجود تشتت في مساحة الأحياء حيث توجد أحياء مساحتها كبيرة جدًا، وأحياء بالغة الصغر، شكل (٤)



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها ملحق (٢) باستخدام برنامج.SPSS ver.28

شكل (٤) حساب المدى والانحراف المعياري والمتوسط لأحياء محافظة القاهرة، وفقًا لمساحتها

وكما تتباين مساحة أحياء المحافظة يظهر أيضًا ذلك التباين في حجم السكان وكثافتهم حيث ترتفع كثافة السكان بشدة في أحياء مُعينة، وتنخفض كثيرًا في أحياء أخرى، ويتبين من تحليل بيانات، ملحق (٣) وشكل (٥) ما يلي: تتفاوت كثافات السكان بين أحياء محافظة القاهرة، وبناء على ذلك يمكن تصنيف أحياء محافظة القاهرة وفقًا لكثافة السكان بها إلى:



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها ملحق (٣)، وخرائط الهيئة العامة للمساحة، الخرائط الطبوغرافية لمحافظة القاهرة مقياس ١ / ٥٠٠٠٠، اللوحتين رقم NH-13A, NH.13B، شكل (٥) كثافة السكان بأحياء محافظة القاهرة، جمهورية مصر العربية ٢٠٢١م

أحياء تزيد كثافتها السكانية على ٦٠ ألف نسمه/كم٢: وتمثلها أحياء: دار السلام، والمطرية، وحدائق القبة، وعين شمس، وهي أحياء قديمة، وشعبية تنتشر بها المباني القديمة، والشوارع الضيقة (الحواري) ويقطنها في الغالب السكان ذوو الدخول الأقل، باستثناء بعض الأفراد من أصحاب الدخول المرتفعة.

أحياء تتراوح كثافة السكان بها ما بين ٤٠ – أقل من ٦٠ ألف نسمة/كم٢

وتتشكل من أحياء قديمة في معظمها، أهمها: حي الزيتون، الأميرية، وباب الشعرية، منشأة ناصر، والمرج، والساحل، روض الفرج، والشرابية، وشبرا، وهذه الأحياء تعد أحياء ذات مستوى اقتصادي منخفض، وتقطنها أيضًا طبقات شعبية ذات دخول منخفضة.

أحياء تتراوح كثافة السكان بها ما بين ٢٠ – أقل من ٤٠ ألف نسمة/كم٢، وتمثلها أحياء المعصرة، والموسكي، والبساتين، والسلام أول، ومصر القديمة، وعابدين، والدرب الأحمر، والظاهر، والسيدة زينب، وهي احياء معظمها ذات قيمة تاريخية.

أحياء كثافة السكان بها ما بين ٥ – أقل من ٢٠ ألف نسمة/كم٢

وتتشكل من أحياء: طره، والزمالك، وقصر النيل، والمقطم، وأول مدينة نصر، وحلوان، والخليفة، والمعادي، وثان السلام، ومصر الجديدة، وبولاق، والوايلي، والجمالية.

أحياء ومدن تابعة تقل كثافة السكان عن ٥٠٠٠ نسمة/كم٢

تضم مدن: بدر، والشروق، والقاهرة الجديدة، وأحياء ١٥ مايو، والتبين، والنزهة، وثان مدينة نصر.

وبحساب معامل الارتباط بين عدد الشركات المُصدرة بأحياء محافظة القاهرة، وبين حجمها السكاني، شكل (٦) تبين أن قيمة معامل الارتباط بلغت ٠,٠٠٥، وهي قيمة ضعيفة جدًا تؤكد على أن حجم السكان بكل حي، لا يؤثر في عدد الشركات.

Correlations

	سكان	شركات
Pearson Correlation	1	.005
Sig. (2-tailed)		.975
N	46	46
Pearson Correlation	.005	1
Sig. (2-tailed)	.975	
N	46	46

المصدر: *معامل الارتباط من حساب الباحث اعتمادًا على بيانات ملحقي (٣و ٤) وباستخدام برنامج SPSS ver 27

شكل (٦) حساب معامل الارتباط بين عدد الشركات المُصدرة بأحياء محافظة القاهرة، وحجمها السكاني، ٢٠٢١م

*"تتراوح قيمة معامل الارتباط بين −١ و +١، فإذا كانت قيمته موجبة فإنها تدل على ارتباط موجب أو طردي بين مجموعتي البيانات (بمعني أن زيادة قيمة المتغير الأول تؤدي بصفة عامة إلي زيادة قيمة المتغير الثاني أيضا) وان كانت قيمته سالبه فتدل على وجود ارتباط سالب أو عكسي بين المجموعتين أو الظاهرتين (بمعني أن زيادة قيمة المتغير الأول تؤدي عامة إلى تناقص قيمة المتغير الثاني). أما إن كانت قيمة معامل الارتباط تساوي الصفر فهذا يدل على عدم وجود أي ارتباط بين هاتين الظاهرتين .أما قيم معامل الارتباط ذاتها فيمكن تقسيمها إلى عدة مستويات كالتالي:

من ± ٧.٠ إلى ± ٠.١ درجة ارتباط عالية وقوية

من ± ٤.٠ إلى ±٧.٠ درجة ارتباط جوهرية أو حقيقية

من ± ٢.٠ إلى ±٤.٠ درجة ارتباط منخفضة أو ضعيفة

أقل من ± ٢.٠ درجة ارتباط ضعيفة للغاية أو منعدمة" (داود، جمعة محمد: ٢٠١٢م، ص ٣١)

ثانيًا – تطور دور شركات التصدير في حركة الصادرات المصرية

يمكن القول إن دور شركات التصدير في عملية التجارة الخارجية ارتبط إلى حد كبير بالأوضاع السياسية لجمهورية مصر العربية، وأيديولوجية النظام الحاكم، وطبيعة النظم الاقتصادية العالمية السائدة، وقد بدأت حركة التجارة الخارجية المصرية منذ بزوغ فجر التاريخ المصري القديم، حيث كانت هناك أنشطة تجارية مع العالم الخارجي خلال العصر الفرعوني، ونظرًا لأهمية التجارة الخارجية في مصر الفرعونية فقد تم تعيين مراقبين لحركة التجارة في البر والبحر. (سليم حسن: ٢٠١٢م، ص ٣٠)، واستمر الاهتمام بالتجارة فيما تلاه من عصور، وكان، ولايزال، لموقع مصر المتميز دوره الحاسم في ذلك، وقد شهد عصر بناء الدولة الحديثة في مصر، وتحديدًا منذ بداية حكم محمد علي تحولات مهمة في مجال التجارة، وبخاصة حركة تجارة الصادرات والتي يمكن تتبعها بإيجاز من خلال المراحل الزمنية التالية:

١ – مرحلة احتكار الدولة لنشاط التصدير (١٨٠٥م – ١٨٤٠م)

يمكن اعتبار فترة حكم محمد علي بداية من عام ١٨٠٥م، والتي تؤرخ على أنها بداية عصر الدولة الحديثة في مصر أنها تمثل مرحلة انعدام دور شركات التصدير، "حيث طبق محمد علي سياسة الاحتكار، والتي كانت ترى أن الدولة هي الزارع الوحيد، والصانع الوحيد، والتاجر الوحيد، فقد أحكم محمد علي قبضته على شتى مجالات الاقتصاد، ولم يكن هناك في ذلك الوقت شركات تصديرية، (أمين، جلال أحمد: ٢٠١٢، ص ١١) وعلى الرغم من تعدد صادرات مصر في عهد محمد علي "والتي كانت تتكون من القطن والقمح والأرز والخضر والأفيون والحناء والترمس والصمغ، إلا أن محمد علي اهتم بتحسين القطن وأصنافه ليضمن رواجه في الأسواق العالمية، وقام بجلب تقاوي القطن الممتازة من دولة سيلان التي كان

قطنها رائجًا في إنجلترا (الجميعي، عبد المنعم إبراهيم: ١٩٩٥، ص١١) ، وكان من نتائج اهتمام محمد علي بزراعة القطن وتصديره أنه شكّل الركيزة الكبرى في نظام مصر المالي.(Bowring, John, 1940, P18) ، ولكن مع سقوط نظام الاحتكار الذي وضعه محمد علي بعد تطبيق شروط معاهدة لندن ١٨٤٠م انتهت سيطرة الدولة على الاقتصاد، " وأصبحت السوق الرئيس لتجارة مصر هي السوق البريطانية ويوكد ذلك أن نصف الصادرات المصرية عام ١٩٤٩م كانت تتجه إلى بريطانيا، وأقل قليلًا من نصف واردات مصر كان يأتي منها أيضًا" (أمين، جلال أحمد: ٢٠١٢، ص١٣)

٢ – مرحلة سيطرة التجار الأجانب ١٨٤٠م – ١٩٣٩م

بدأت هذه المرحلة بعد هزيمة محمد علي أمام تحالف دول أوروبا، واضطراره للموافقة على شروط معاهدة لندن ١٨٤٠ م ، والتي كان من أهم بنودها إسقاط نظام الاحتكار، وقد تبع سقوط نظام الاحتكار ١٨٤٠م، توافد التجار الأجانب إلى مصر، (أمين، جلال أحمد: ٢٠١٢، ص ٤٩)، وقد قُدّر حجم التجار الأجانب الذين توافدوا على مصر فيما بين عامي ١٨٥٧م – ١٨٦١م ما يقرب من ٢٠٠٠٠ أجنبي سنويًا (ديفيد لاندز، ١٩٦٦م، ص٨١) وتزايد نفوذهم خلال عصر خلفاء محمد علي، وقد كان لهؤلاء التجار دورهم في الحياة السياسية لمصر، وربما كانت الأزمة المالية التي شهدتها مصر خلال عصر إسماعيل ١٨٧٥م، هي التي مهدت لاحتلال إنجلترا لمصر عام ١٨٨٢م، وقد تم الإعداد لها بواسطة هؤلاء التجار الذين ورطّوا مصر في أزمة الديون، وشهدت تلك الفترة قيام الحرب العالمية الأولى خلال القترة ١٩١٤ – ١٩١٨م، والتي دخلتها مصر دون أن يكون لها فيها ناقة ولا جمل.

" لذلك ركز المصريون خلال الفترة التي أعقبت الحرب على تحديد شكل واضح لعلاقاتهم ببريطانيا (المسدي، محمد جمال الدين، وآخرون:" بدون تاريخ، ص ١٤)، وقد نال الاقتصاد المصري ما ناله خلال الحرب العالمية الأولى، واستمرت سيطرة

التجار الأجانب، وبخاصة التجار الإنجليز، على مقاليد التجارة، حتى ما قبل عام ١٩٣٩م.

٣ – مرحلة الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩م – ١٩٤٥م).

كان نشاط التصدير قبل سنة ١٩٣٩م "يخضع لمبدأ حرية التجارة فلم تكن هناك أية قيود على عمليات التصدير، وعقب نشوب الحرب العالمية الثانية خلال الفترة (١٩٣٩م – ١٩٤٥م) لجأت الحكومة المصرية إلى اتخاذ عدة إجراءات لمنع تصدير بعض المواد الغذائية والسلع الضرورية، وأصدرت في هذا الشأن القانون رقم ٩٨ لسنة ١٩٣٩م، لمنع تصدير بعض المنتجات والبضائع إلا بترخيص من وزير المالية وكان الأصل في هذا القانون هو حظر التصدير، والاستثناء إباحته بترخيص من وزير المالية. (الجريدة الرسمية:٥ أكتوبر ١٩٥٩م، المذكرة الإيضاحية للقانون رقم ٢٠٣)

وربما كان للسياسة البريطانية في مصر دورها في اتخاذ تلك القرارات بهدف توفير السلع اللازمة لجنودها في مصر أثناء فترة الحرب، ويمكن اعتبار تلك المرحلة بداية تدخل الدولة في تنظيم عملية التجارة بقطاعيها الرئيسين وهما الصادرات والواردات.

٤ – مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية (١٩٤٥م – ١٩٥٢م).

مع انتهاء الحرب العالمية الثانية خلال عام ١٩٤٥م، رأت الحكومة المصرية أن" تخفف من قيود التصدير بعد أن ثبت لها زيادة بعض الموارد عن حاجة الدولة، فانتهجت الحكومة سياسة ترمى للعودة إلى ما كانت عليه تجارة الصادر قبل سنة ١٩٣٩م، وذلك تحقيقًا لتنمية الاقتصاد القومي ورفع مستوى المعيشة عن طريق الاهتمام بشئون التصدير، وتشجيع تجارة الصادر بتخفيف القيود التي كانت مفروضة عليها بسبب ظروف الحرب وتنويع الصادرات والعمل على ضمان رواجها

في الأسواق الخارجية بتحسين سمعتها وفرض رقابة عليها حسبما تضمنه القانون رقم ٦٢ لسنة١٩٤٠م الخاص بمراقبة صادرات الحاصلات الزراعية، وتحقيقا لهذه الأهداف رؤعي تنسيق وتوحيد القوانين المنظمة لشئون التصدير وجعل الإشراف عليها موكلًا إلى هيئة واحدة تابعة لوزارة الاقتصاد، مع منح وزير الاقتصاد سلطة حظر أو تقييد تصدير منتجات إقليم مصر إلى الخارج، ومؤدى ذلك أن الأصل كان إباحة تصدير جميع منتجات إقليم مصر إلى الخارج، ما عدا المنتجات التي يقرر وزير الاقتصاد حظر تصديرها أو تقييده. (الجريدة الرسمية: ٥أكتوبر ١٩٥٩م، المذكرة الإيضاحية للقانون رقم ٢٠٣)

٥– مرحلة ثورة يوليو ١٩٥٢م وحتى عام ١٩٧٣م

عندما قامت ثورة يوليو ١٩٥٢م، وضعت لنفسها أهدافًا أيديولوجية، كانت لها انعكاساتها على السياسة الاقتصادية لمصر، فقد انتهجت الثورة الفكر الاشتراكي، حيث أعقبها صدور القوانين الاشتراكية في عام١٩٦١م، التي أوكلت معظم نشاط التجارة الخارجية إلى شركات القطاع العام.

"وبلغ عدد الشركات التجارية التابعة للقطاع العام أو التي أنشأها القطاع العام أو عن طريق التأميم والإدماج اثني عشر شركة تجارية وبهذا أصبح القطاع العام هو القطاع المسيطر على حركة الإنتاج الصناعي والمالي والتجاري. (موقع شبكة قوانين الشرق، ٢٠٢١)

وقد صدر القانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٦٣م (الجريدة الرسمية: العدد الصادر بتاريخ ١٩٦٣/٩/٤م) بشأن قصر استيراد السلع من الخارج بغرض الاتجار أو التصنيع على شركات وهيئات القطاع العام أو تلك التي يساهم فيها القطاع العام، وكانت هذه الخطوات لا تستند على أساس تشريعي.

ويمكن تبرير هذه القرارات بأنها كانت من نتاج التطورات السياسية في مصر حيث شهدت هذه الفترة توترات سياسية وعسكرية مهدت الطريق إلى حرب عام ١٩٦٧م، حيث تعرضت موارد البلاد إلى الاستنزاف منذ الهزيمة واستمرت خلال سنوات الصمود بسبب تسخير كل الطاقات والإمكانيات لدعم البناء العسكري.

وقد تم تنظيم القطاع العام "أجهزة التجارة الخارجية" في عدة أشكال تنظيمية مختلفة؛ واتبعت الدولة سياسات استيرادية وتصديرية تتلاءم مع المراحل المختلفة التي مر بها الاقتصاد المصري؛ ففي مرحلة الاستيراد كان يتم عن طريق مدخرات المصريين بالخارج؛ ثم صدر قرار إنشاء السوق الموازية الذي سمح للأفراد بالاستيراد في حالات معينة لا تخل بدور القطاع العام في تحقيق أهداف التنمية، وإزاء ذلك كله عانى القطاع الخاص من وجود بعض الاختناقات التي أعاقت مسيرته، وحّدت من طاقته الإنتاجية وقدرته على المنافسة، وأصبحت الحاجة تدعو إلى ضرورة إعادة التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة استيرادا وتصديرا، فطورت السوق الموازية وأبيح للمصريين الحائزين لموارد بالنقد الأجنبي تدخل بطبيعتها ضمن موارد السوق الموازية بتحويلها إلى البلاد في شكل عيني طبقا للقوائم التي حددتها وزارة التجارة. (موقع شبكة قوانين الشرق، ٢٠٢١)

وفي عام ١٩٧١م "صدر القرار الجمهوري رقم ١٧٧٠ لسنة ١٩٧١ الذي نص على: إنشاء الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات". (الجريدة الرسمية: ١٩٧١/٧/١٥م)، ثم صدر "القانون رقم ٩٣ لسنة ١٩٧٤م، الذي منح المواطنين حق تمثيل الشركات الأجنبية في مصر؛ وتنفيذا لأحكام هذا القانون صدر قرار رئيس الجمهورية بتنظيم أعمال هذه الوكالات". (الجريدة الرسمية: ١٩٧٤/٧/٢٩م)

٦ – مرحلة تطبيق سياسة الانفتاح الاقتصادي (فترة منتصف السبعينيات من القرن العشرين)

تمشيا مع السياسة الاقتصادية الجديدة التي انتهجتها جمهورية مصر العربية انفتاحا اقتصاديا على العالم الخارجي شرقه وغربه؛ " صدر القانون رقم ١٣٧ لسنة

١٩٧٤م. (الجريدة الرسمية: عدد ٢٥،٥/١٢/١٩٧٤م) بإعطاء المواطنين حق تمثيل الشركات الأجنبية في جمهورية مصر العربية وصدر قرار رئيس الجمهورية المتعلق بتنظيم أعمال الوكالة التجارية تنفيذاً لهذا القانون وذلك بهدف تحقيق الانفتاح الاقتصادي ومن أهم موادها: يصدر وزير التجارة قرارًا بتنظيم عمليات التصدير سواء من الإنتاج المحلي أو مما سبق استيراده وإصدار شهادات المنشأ والإجراءات الواجب اتباعها في هذا الشأن، ولوزير التجارة أن يقصر التصدير إلى بلاد الاتفاقيات، وكذا تصدير بعض السلع الأساسية على القطاع العام. ولا تجوز مزاولة التصدير إلا لمن يكون اسمه مقيدا في السجل المعد لذلك بوزارة التجارة ويشترط فيمن يقيد اسمه أن يكون من إحدى الفئات الآتية": (موقع شبكة قوانين الشرق، ٢٠٢١)

(أ) شركات المساهمة المتمتعة بجنسية جمهورية مصر العربية والتي يوجد مركزها الرئيسي فيها.

(ب) المؤسسات العامة والجمعيات التعاونية واتحاداتها.

(جـ) الأفراد والشركات الذين تتوافر فيهم الشروط التي يصدر بها قرار من وزير التجارة. ويستثنى من القيد في سجل المصدرين كل من يقوم بتصدير سلع للاستعمال الشخصي.

وبذلك يمكن القول إن الفترة التي أعقبت حرب السادس من أكتوبر شهدت تحولات مهمة سواء على المستوى الاقتصادي الدولي أو الاقتصاد المحلي.

"وفي عام ٢٠٠٢م تقرر إنشاء صندوق يسمى (صندوق تنمية الصادرات) تكون له الشخصية الاعتبارية العامة ويتبع الوزير المختص بالتجارة الخارجية ويهدف إلى:

زيادة حجم التصدير وتوسيع مجالاته ورفع القدرة التنافسية للصادرات المصرية السلعية والخدمية والعمل على خفض أعباء عمليات التصدير (الجريدة الرسمية العدد ٢٤، ١٣/٦/٢٠٠٢)

٧ – مرحلة تطبيق سياسة الخصخصة (منذ بداية عقد التسعينيات من القرن العشرين، وحتى الآن)

شهد عصر الرئيس مبارك اهتمامًا كبيرًا بتعزيز دور القطاع الخاص في المجال الاقتصادي، وتم تطبيق سياسة الخصخصة فعلى سبيل المثال، كان القطاع العام في مصر ينتج في أواخر الثمانينيات قرابة٤٠ % من الناتج المحلى وحوالي٦٠ % من الناتج الصناعي، ويسيطر على٨٠ % من إجمالي عمليات الاستيراد والتصدير وعلى حوالي ٩٠ % من النظام المصرفي والتأمين. وفي عام ١٩٩١ بلغ عدد الشركات التابعة للقطاع العام قرابة ٤٠٠ شركة تستقطب نحو ٣٥ %من إجمالي العمالة المصرية.

وخلال بداية عقد التسعينيات، بدأ تطبيق برامج الخصخصة بقوة، وتحديدًا منذ عام ١٩٩٢م، ومع تقلص دور الدولة لصالح القطاع الخاص، وتسريح عشرات الألاف من العمال، مهّد ذلك لقيام ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م، والتي أعقبتها فترة توتر سياسي ألقت بظلالها على حركة التجارة المصرية بعامة، وشركات التصدير بخاصة، ليعود الاستقرار مرة أخرى. وقد صدر قرار بتاريخ ١٤ يونيو ٢٠١٥، يُصرِّح بتشغيل المنشآت الصناعية مؤقتًا بناءً على طلب يُقدم من صاحب الشأن لحين استيفاء المنشأة جميع الاشتراطات العامة والخاصة المتطلبة، ويُعدّ هذا القرار تشجيعا على الإنتاج ومحاولة للقضاء على البيروقراطية، وقد يستفيد منه المُصدِّر في استغلال هذا الوقت وعدم ضياع فرصة تصديرية متاحة، (أركان للدراسات والأبحاث والنشر: ٢٠١٨م، ص ١٤)، وقد بلغ حجم الشركات المصرية العاملة في مجال التصدير ٤٧٣٧ شركة تصديرية عام ٢٠٢١م.

ثالثًا – التوزيع الجغرافي والنسبي للشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، وفقًا لأحياء مدينة القاهرة، مقارنة بمحافظات جمهورية مصر العربية لعام ٢٠٢١م.

تُمثل دراسة التوزيع الجغرافي للظاهرة، المحور الرئيس في الدراسات الجغرافية، والتي ينبني عليها معرفة وتحليل العوامل الحاكمة في هذا التوزيع، ومدى انتشار أو تركز الظاهرة موضوع الدراسة، وبالنظر إلى شكل التوزيع الجغرافي للشركات المصرية العاملة في مجال التصدير جدول (٢)، وشكل (٧)، يتبين ما يلي:

يتضح من تحليل بيانات جدول (٢)، وشكل (٧) ما يأتي:

تأتي محافظة القاهرة في مركز الصدارة بين المحافظات المصرية من حيث حجم الشركات المصرية العاملة في مجال الصادرات، حيث بلغ عدد الشركات المُصدرة بالمحافظة ١٥٠٩ شركة، تُمثل ما نسبته ٣١،٨٦٪ من جملة الشركات بالجمهورية والبالغ عددها ٤٧٣٧ شركة عاملة.

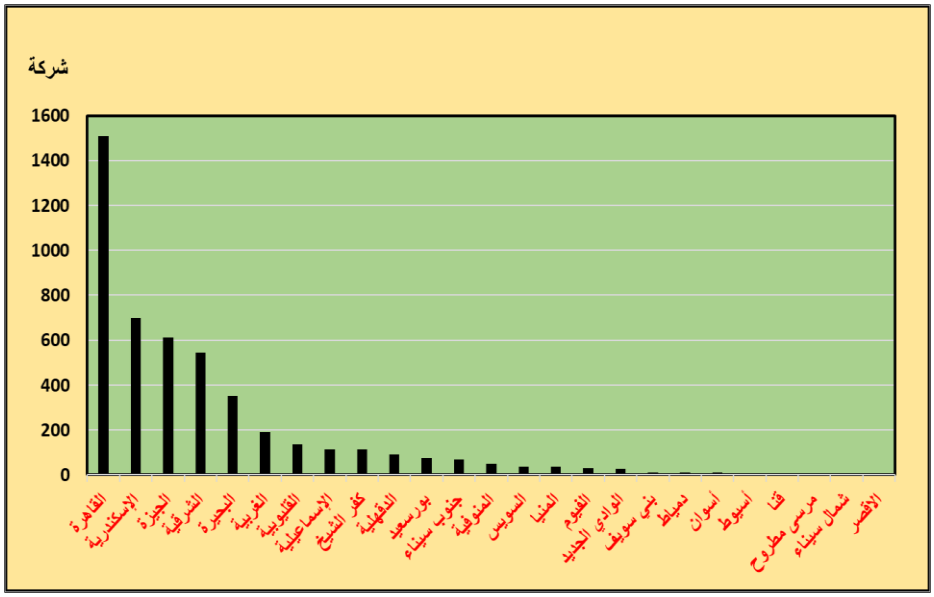
كما شغلت محافظة الإسكندرية المركز الثاني حيث يقدر عدد الشركات بها بـ ٦٩٩ شركة، بنسبة قدرها ١٤،٧٦٪، لتستأثر المحافظتين معًا بما قيمته ٢٢٠٨ شركة، بنسبة ٤٦،٦٢٪، أي ما يقل قليلًا عن نصف حجم، الشركات المُصدرة على مستوى الجمهورية.

وقد دعم وجود هذا العدد من الشركات في كلتا المحافظتين عوامل مهمة، ذلك لأن القاهرة كما ذكر الباحث آنفًا هي العاصمة ومركز الحكم والإدارة، كما أنها تتمتع بثقل سكاني كبير، مع وجود مطار القاهرة الدولي، والذي يؤدي دورًا مُهمًا في مجال التصدير، بالإضافة إلى شهرتها العالمية، أما محافظة الإسكندرية فلها أهميتها التجارية الكبيرة التي اكتسبتها من موقعها على البحر المتوسط، بالإضافة إلى وجود ميناء الإسكندرية وهو أكبر الموانئ المصرية، وأعرقها.

جدول (٢) التوزيع الحجمي للشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، وفقًا لمحافظات الجمهورية لعام ٢٠٢١م

المحافظة	عدد الشركات	النسبة %
القاهرة	١٥٠٩	٣١,٨٦
الإسكندرية	٦٩٩	١٤,٧٦
الجيزة	٦١٣	١٢,٩٤
الشرقية	٥٤٣	١١,٤٦
البحيرة	٣٥٣	٧,٤٥
الغربية	١٩١	٤,٠٣
القليوبية	١٣٦	٢,٨٧
الإسماعيلية	١١٥	٢,٤٣
كفر الشيخ	١١٣	٢,٣٩
الدقهلية	٩٠	١,٩٠
بورسعيد	٧٤	١,٥٦
جنوب سيناء	٧٠	١,٤٨
المنوفية	٥٠	١,٠٦
السويس	٣٧	٠,٧٨
المنيا	٣٦	٠,٧٦
الفيوم	٢٩	٠,٦١
الوادي الجديد	٢٦	٠,٥٥
بني سويف	١٢	٠,٢٥
دمياط	١٢	٠,٢٥
أسوان	١٠	٠,٢١
أسيوط	٩	٠,١٩
قنا	٤	٠,٠٨
مرسى مطروح	٣	٠,٠٦
شمال سيناء	٢	٠,٠٤
الاقصر	١	٠,٠٢
جملة المحافظات	٤٧٣٧	١٠٠٪

Source: https://eg.kompass.com/y/exporter



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها جدول (٢)

شكل (٧) التوزيع الجغرافي للشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، وفقًا لمحافظات الجمهورية لعام ٢٠٢١م

ونالت محافظة الجيزة المركز الثالث، حيث بلغ عدد الشركات بها ٦١٣ شركة، بنسبة ١٢,٩٤٪ من جملة الشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، وربما دعم ذلك أنها تمثل امتدادًا عمرانيًا لمحافظة القاهرة، كما أنها تمثل أيضًا مركز ثقل سكاني كبير، بالإضافة إلى عدد من الأحياء الراقية ومنها على سبيل المثال لا الحصر أحياء: المهندسين، والدقي، وغيرها.

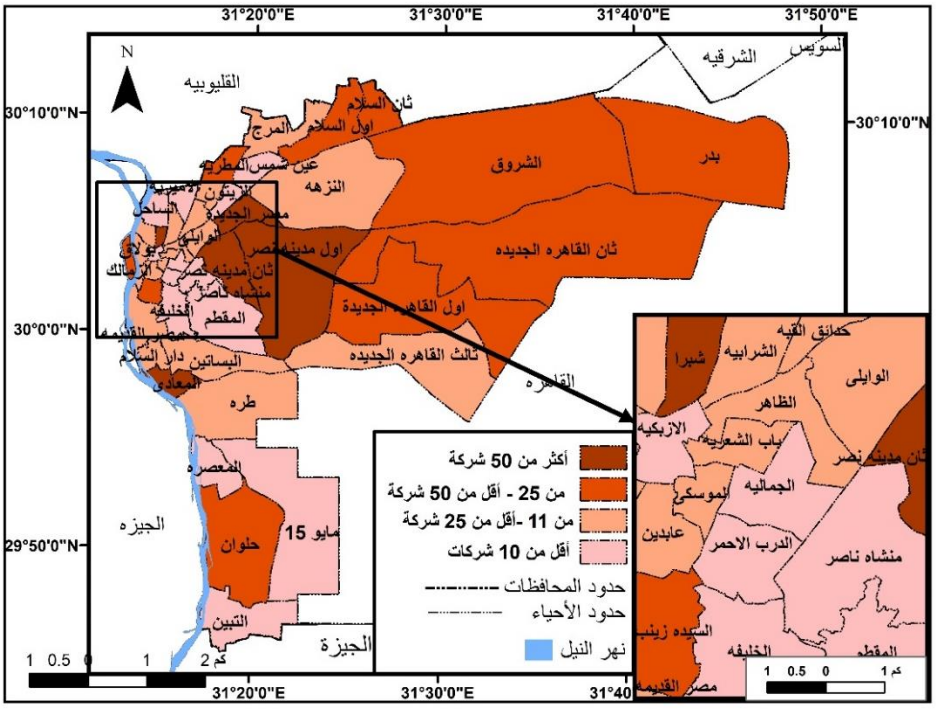
وقد وصل عدد الشركات في المحافظات الثلاث ٢٨٢١ شركة، بنسبة ٥٩,٥٦٪، تكاد تُشكل ثلاثة أخماس إجمالي حجم الشركات المصرية المُصدرة بجمهورية مصر العربية.

وشغلت أيضًا محافظة الشرقية المركز الرابع بحجم شركات وصل إلى ٥٤٣ شركة، نسبتها ١١,٤٦ %، تبعتها في المركز الخامس محافظة البحيرة بحجم شركات وصل إلى ٣٥٣ شركة، بنسبة ٧,٤٥٪، وسجلت محافظة الغربية المركز

السادس بحجم شركات قدره ١٩١ شركة تشكل ما نسبته ٤،٠٣٪ ليمثل عدد الشركات في تلك المحافظات الست الأولى ٣٩٠٨ شركة وبنسبة ٨٢،٤٩٪.

أما باقي المحافظات والبالغ عددها ١٩ محافظة فقد ساهمت بنسب متواضعة حيث بلغ عدد الشركات بهذه المحافظات ٨٢٩ شركة بنسبة إجمالية ١٧،٥١٪، أي نحو ٥٤،٥٩٪ من عدد الشركات العاملة في القاهرة.

وبالنسبة للتوزيع الجغرافي للشركات المُصدرة بأحياء محافظة القاهرة، قام الباحث بتصنيف أحياء محافظة القاهرة إلى أربع فئات وفقًا لعدد الشركات المُصدرة بكل حي، كما يبين شكل (٨)، والملحقين رقم (٣ و٤) وتضم هذه الفئات ما يلي:



المصدر: من عمل الباحث استنادًا إلى بيانات ملحقي (٣و٤).

وخرائط الهيئة العامة للمساحة، الخرائط الطبوغرافية لمحافظة القاهرة

مقياس ١ / ٥٠٠٠٠، اللوحتين رقمNH-13A, NH.13B

شكل (٨) تصنيف الأحياء بمحافظة القاهرة، وفقًا لعدد الشركات المُصدرة بكل حي، ٢٠٢١م

١ – الفئة الأولى وتمثلها الأحياء التي تضم أكثر من ٥٠ شركة.

ويتصدرها حي مصر الجديدة ٣١٨ شركة، وهو أرقى أحياء القاهرة وأعرقها ويتميز بشوارعه الواسعة وارتفاع المستوى الاقتصادي والاجتماعي لسكانه، يليه في المركز الثاني حي المعادي ١٦٤ شركة، وهو حي راق تميزه شوارعه الهادئة الواسعة ويناسب شركات التصدير الباحثة عن فخامة الموقع، ثم حي أول مدينة نصر ١٦٣ شركة، وحي ثان مدينة نصر ١٣٩ شركة، وهما أيضًا من الأحياء المخططة الحديثة نسبيًا، وحي شبرا ٥٨ شركة، وهو حي تجاري، وتضم هذه الأحياء الخمسة ٨٤٢ شركة تمثل ٥٥,٧٩ % من جملة الشركات الكائنة بمحافظة القاهرة، وهو ما تُقدّر نسبته بنحو ١٧,٧٧ % من جملة الشركات المُصدرة على مستوى جمهورية مصر العربية.

ويؤكد هذا الوضع على ميل تلك الشركات للتركز في الأحياء الراقية، ويرى الباحث أن طبيعة نشاط هذه الشركات، وهو النشاط التصديري، قد ساهمت في تدعيم ذلك، حيث إن مقر الشركة، وموقعها الجغرافي المتميز، يكسب الشركة مزيدًا من ثقة عملائها في مركزها الاقتصادي، ويعطي انطباعًا جيدًا لدى عملائها.

٢ – الفئة الثانية وتمثلها الأحياء التي تضم ما بين٢٥ – أقل من٥٠ شركة

وتضم عشرة أحياء، أي ضعف عدد أحياء الفئة الأولى، وهي أحياء: أول القاهرة الجديدة، وثان القاهرة الجديدة، وثان السلام، والسيدة زينب، والمطرية، والشروق، وبدر، وحلوان، وأول السلام، والزمالك.

وتضم هذه الفئة ٣٠٠ شركة تصدير، تمثل ما نسبته ١٩,٨٨٪ من جملة الشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة، وهي في معظمها إما أحياء ومدن ناشئة كأحياء: القاهرة الجديدة، والشروق وبدر، وأول وثان السلام، أو أحياء راقية مثل: حي الزمالك، وكذلك حي السيدة زينب وهو حي عريق له شهرة تاريخية كبيرة، وحي المطرية وهو أحد الأحياء الشعبية بمحافظة القاهرة.

٣ – الفئة الثالثة وتمثلها الأحياء التي تشمل ما بين١١ – أقل من ٢٥ شركة

تتشكّل هذه الفئة من ثمانية عشر حيًا، وهي الفئة الأكبر من حيث عدد الأحياء، وتضم أحياء: البساتين، والظاهر، وروض الفرج، وعابدين، وقصر النيل، والموسكي، والمرج، والنزهة، وثالث القاهرة الجديدة، وحدائق القبة، والأميرية، وباب الشعرية، ودار السلام، وطرة، والشرابية، ومصر القديمة، والوايلي، وبولاق، وتوجد بهذه الأحياء ٢٨٢ شركة تصدير، بنسبة قدرها ١٨،٦٨٪ من جملة الشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة

وهي أحياء قديمة تتصف إما بضيق شوارعها، وصعوبة إمكانية الوصول لها لازدحام الطرق المؤدية إليها، وبالتالي عدم ملاءمتها مكانيًا لانتشار الشركات المُصدرة، باستثناء حي ثالث القاهرة الجديدة، وسيضم هذا الحي عدد أكبر من الشركات المُصدرة في المستقبل وذلك مع اكتمال نموه، نظرًا لطبيعته الراقية، واتساع شوارعه، وحسن تخطيطه، وتنظيمه.

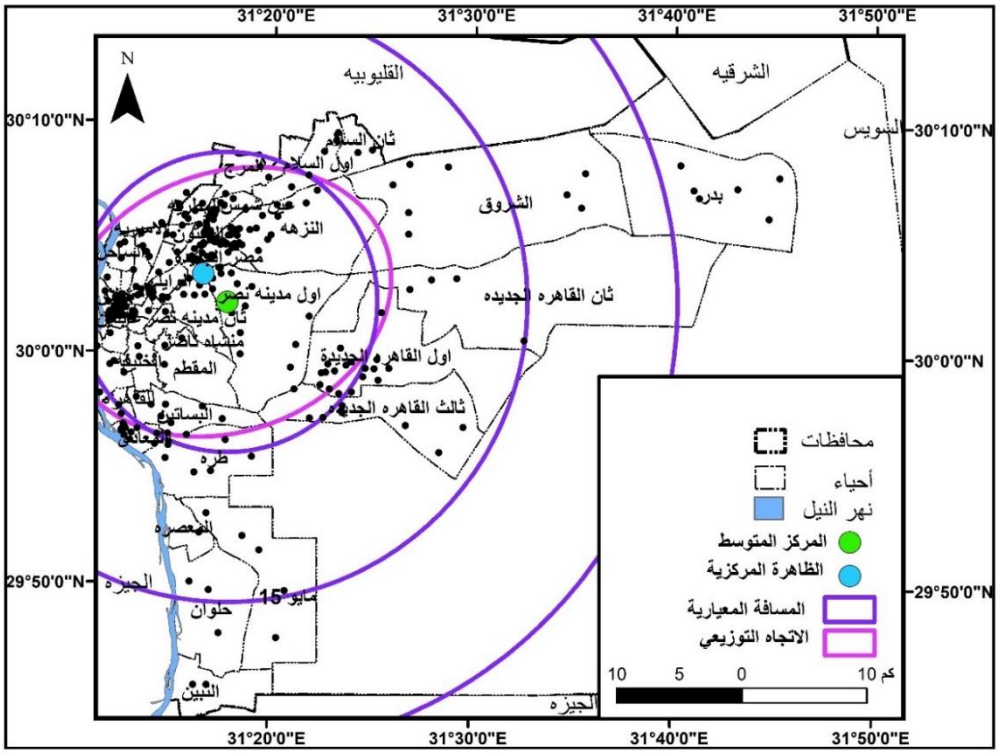
٤ – الفئة الرابعة وتمثلها الأحياء التي تضم أقل من ١٠ شركات.

وتضم ثلاثة عشر حيًا وهي أحياء: الخليفة، والزيتون، والأزبكية، والجمالية، وعين شمس، والساحل، والمعصرة، والتبين، والمقطم، ومنشاة ناصر، والزاوية الحمراء، و١٥ مايو، والدرب الأحمر، وتضم هذه الأحياء ٧٤ شركة، تمثل نسبة قدرها ٤.٩٪ من جملة الشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة، وهي نسبة قليلة مقارنة بالفئات السابقة، ولكن يبررها أن أحياء تلك الفئة أحياء شعبية فقيرة، متواضعة، تتصف بشوارعها الضيقة، وانتشار الحارات بها، ولا تلائم الشركات المُصدرة، من حيث خصائصها المكانية.

وتتركز الشركات المُصدرة بعامة غرب المحافظة، ولكنها آخذه في التزايد بالاتجاه نحو الشرق، وذلك تمشيًا مع اتجاهات النمو العمراني لمحافظة القاهرة جهة الشرق، مع إضافة تجمعات عمرانية جديدة مثل مدن: القاهرة الجديدة، والشروق،

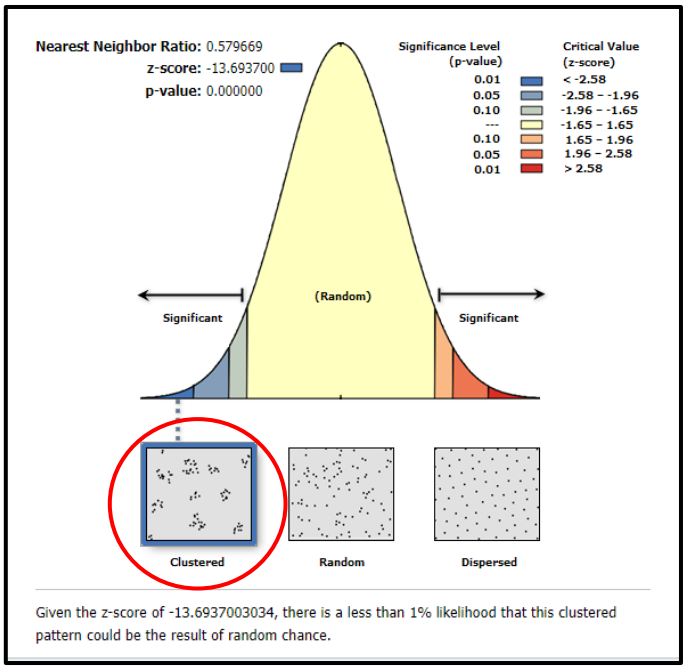
وبدر، والعاصمة الإدارية الجديدة، وقد قام الباحث بتحديد مواقع ٢٥٨ شركة باستخدام برنامج Google Earth Pro وبيانات الدراسة الميدانية، لإجراء بعض التحليلات المكانية مثل: تحديد المركز المتوسط Mean Center، والاتجاه التوزيعي Directional distribution، والمسافة المعياريةStandard distance ، والظاهرة المركزيةMean feature للشركات المُصدرة بأحياء مدينة القاهرة.

ويبين شكل (٩) المركز المتوسط وفقًا لموضع تركز الشركات المُصدرة، وتقع نقطة المركز عند تقاطع خط طول // ١٢ / ٢٠ °٣١ مع دائرة عرض // ٣٦ /٣ °٣٠ شمال غرب حي مدينة نصر، وتشير المسافة المعيارية إلى أن ٦٧٪ من الشركات المُصدرة التي تم توقيعها على الخريطة تقع داخل دائرة نصف قطرها ١٢ كم، وهو ما يؤكد ميل التوزيع لهذه الشركات نحو التركز، كذلك تقع ٩٥٪ من الشركات المُصدرة، في دائرة نصف قطرها ٢٤ كم، كما تقع ٩٩٪ من الشركات المُصدرة في دائرة نصف قطرها ٣٦ كم، ويبين الاتجاه التوزيعي أن الشركات المُصدرة تتخذ اتجاهًا عامًا جهة الشمال الشرقي حيث تقدر زاوية الميل لمنحنى الاتجاه التوزيعي بنحو ٦٩ درجة وعند حساب معامل صلة الجوار Nearest Neighborhood لتوزيع الشركات المبينة، تبين أن قيمته ٠,٥٧٩٦٦٩ شكل (١٠) وأوضح المعامل أن الشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة تأخذ الشكل العنقودي في توزيعها، ولا تأخذ شكلًا منتظمًا أو عشوائيًا.



المصدر: الشكل من إعداد الباحث باستخدام برنامج Arc G.I.S ver 10.8.1

شكل (٩) حساب المركز المتوسط، والاتجاه التوزيعي، والمسافة المعيارية، والظاهرة المركزية، لتوزيع أهم الشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة.



المصدر: الشكل من إعداد الباحث، باستخدام برنامج Arc G.I.S ver 10.8.1

شكل (١٠) معامل صلة الجوار للتوزيع الجغرافي للشركات المصرية المُصدرة الكائنة بمحافظة القاهرة ٢٠٢١م

وكذلك بلغ عدد القطاعات التي تعمل بها شركات التصدير المصرية ١٥ قطاعًا سلعيًا وخدميًا بإجمالي ٨٥٦٤ شركة وفقًا لعدد قطاعات التصدير*، جدول (٣)، وشكل (١١) وهذا العدد يفوق العدد الفعلي للشركات المُصدرة والبالغ ٤٧٣٧ شركة بسبب وجود شركات تعمل في أكثر من قطاع، وذلك وفقًا لحجم الشركة، وطبيعة الترخيص الذي تعمل بموجبه، وقد تبين من خلال الدراسة الميدانية للباحث وجود ٤٦ شركة تعمل في أكثر من قطاع وهي تشكل ٢٧،٠٤٪ من جملة الشركات المتضمنة بعينة الدراسة.

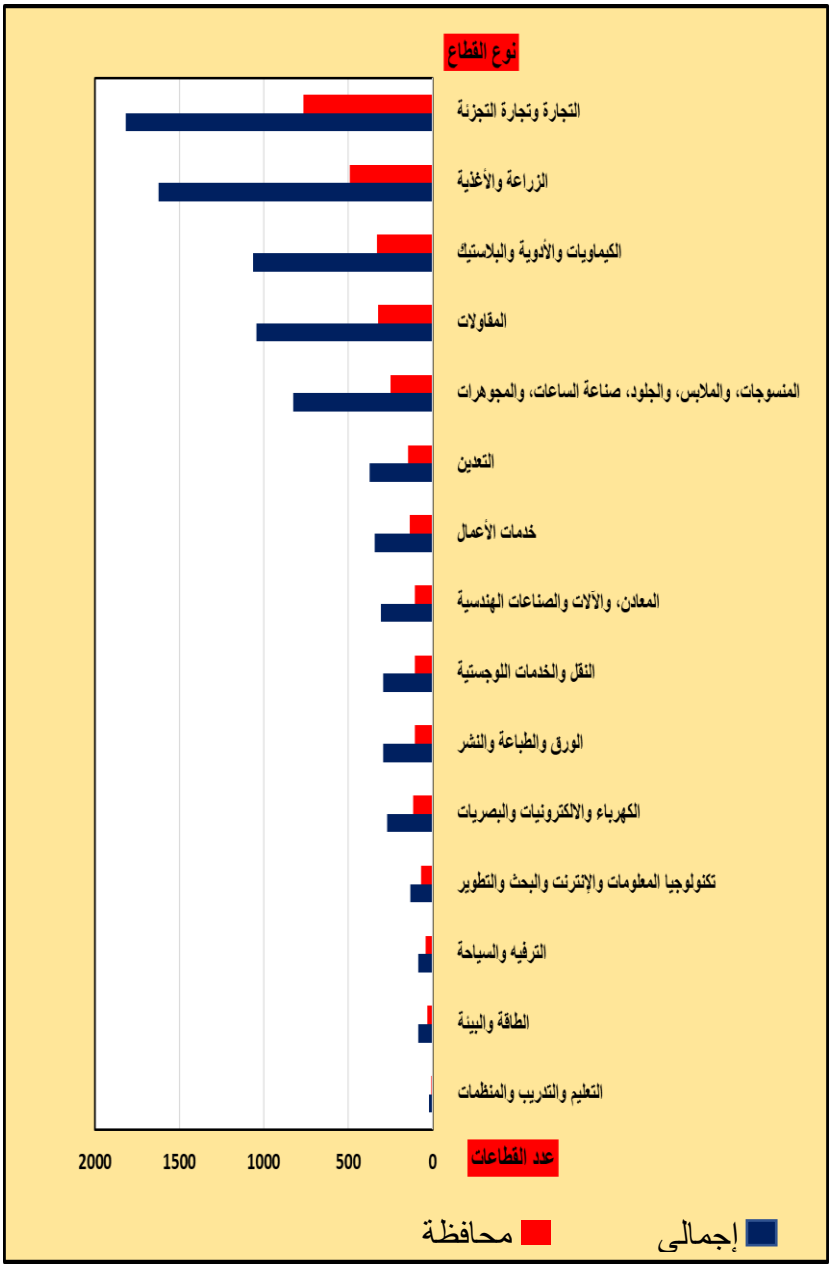
وكذلك بلغ إجمالي حجم قطاعات التصدير للشركات العاملة بمحافظة القاهرة ٣٠١٢ قطاعًا، بنسبة بلغت ٣٥،١٧٪ من جملة قطاعات الشركات العاملة في مجال التصدير.

جدول (٣) التوزيع الحجمي والنسبي للقطاعات التصديرية للشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة، مقارنة بإجمالي الجمهورية، ٢٠٢١م

نوع القطاع	إجمالي جمهورية مصر العربية		محافظة القاهرة		نسبة القطاع % بمحافظة القاهرة إلى نظيرة، وفقًا لإجمالي الجمهورية
	عدد	%	عدد	%	
التجارة وتجارة التجزئة	١٨١٧	٢١,٢٢	٧٦٦	٢٥,٤٣	٤٢,١٦
الزراعة والأغذية	١٦٢١	١٨,٩٣	٤٨٩	١٦,٢٤	٣٠,١٧
الكيماويات والأدوية والبلاستيك	١٠٦٤	١٢,٤٢	٣٢٨	١٠,٨٩	٣٠,٨٣
المقاولات	١٠٤٣	١٢,١٨	٣٢٤	١٠,٧٦	٣١,٠٦
المنسوجات، والملابس، والجلود، صناعة الساعات، والمجوهرات	٨٢٤	٩,٦٢	٢٤٩	٨,٢٧	٣٠,٢٢
التعدين	٣٧٢	٤,٣٤	١٤٥	٤,٨١	٣٨,٩٨
خدمات الأعمال	٣٤٢	٣,٩٩	١٣٥	٤,٤٨	٣٩,٤٧
المعادن، والآلات والصناعات الهندسية	٣٠٥	٣,٥٦	١٠٥	٣,٤٩	٣٤,٤٣
النقل والخدمات اللوجستية	٢٩٣	٣,٤٢	١٠٥	٣,٤٩	٣٥,٨٤
الورق والطباعة والنشر	٢٩١	٣,٤٠	١٠٤	٣,٤٥	٣٥,٧٤
الكهرباء والالكترونيات والبصريات	٢٧٠	٣,١٥	١١٤	٣,٧٨	٤٢,٢٢
تكنولوجيا المعلومات والإنترنت والبحث والتطوير	١٣١	١,٥٣	٦٧	٢,٢٢	٥١,١٥
الترفيه والسياحة	٨٦	١	٤٣	١,٤٣	٥٠
الطاقة والبيئة	٨٤	٠,٩٨	٣١	١,٠٣	٣٦,٩
التعليم والتدريب والمنظمات	٢١	٠,٢٥	٧	٠,٢٣	٣٣,٣٣
جملة القطاعات	٨٥٦٤	١٠٠	٣٠١٢	١٠٠	٣٥,١٧

Source: https://eg.kompass.com/y/exporter

* توجد شركات تعمل في أكثر من قطاع لذا فإن حجم الشركات التصديرية العاملة في هذه القطاعات أكبر من حجمها الفعلي حيث توجد ٤٧٣٧ شركة فعليًا تعمل في مصر، ١٥.٩ شركة تعمل فعليًا في محافظة القاهرة، لكن يمكن للشركة أن تمارس نشاطها في أكثر من قطاع لذا فإن حجم الشركات وفقًا للقطاعات أكبر من حجمها الفعلي.



المصدر: الشكل من إعداد الباحث، من بيانات مصدرها جدول (٣)

شكل (١١) التوزيع الحجمي لقطاعات التصدير وفقًا للشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، بمحافظة القاهرة، مقارنة بإجمالي الجمهورية، ٢٠٢١م

ويُمثل قطاع التجارة، وتجارة التجزئة، القطاع الرئيس سواء بالنسبة لجمهورية مصر العربية، أو بالنسبة لمحافظة القاهرة، حيث جاء في مركز الصدارة من بين باقي القطاعات، فقد بلغ عدد الشركات العاملة في هذا القطاع ١٨١٧ شركة، بنسبة بلغت ٢١،٢٢ % وذلك على مستوى جمهورية مصر العربية ككل، بينما وصل حجم هذا القطاع في الشركات العاملة بمحافظة القاهرة٧٦٦ قطاعًا قُدرت نسبتها بـ ٢٥،٤٣ %، أي تقريبًا ربع حجم قطاعات التصدير بالشركات العاملة بمحافظة القاهرة، وبنسبة ٤٢،١٦ % من إجمالي القطاعات التصديرية بالشركات المُصدرة على مستوى جمهورية مصر العربية.

وشغل قطاع الزراعة والأغذية المركز الثاني بالنسبة للقطاعات التصديرية، إذ وصل حجم هذا القطاع للشركات المُصدرة ١٦٢١ قطاعًا، بنسبة ١٨,٩٣٪ من جملة القطاعات المُصدرة على مستوى جمهورية مصر العربية، وفي المقابل سجل حجم هذا القطاع الشركات المُصدرة بالقطاع ذاته ٤٨٩ قطاعًا، تصل نسبتها إلى ١٦,٢٤٪ من جملة القطاعات التصديرية بالشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة، ويُمثل بذلك ما قدره ٣٠،١٧٪ من جملة القطاعات بالشركات المُصدرة لهذا القطاع على مستوى الجمهورية.

وبذلك يُشكّل هذين القطاعين معًا حجمًا بلغ قدره ٣٤٣٨ شركة، بنسبة ٤٠،١٥٪ (أي نحو خمسي حجم القطاعات التصديرية بالشركات المُصدرة في جميع القطاعات، وذلك على مستوى الجمهورية)، تقابلها نسبة مماثلة حيث وصل عدد القطاعات التصديرية بالشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة، والتي تعمل في القطاعين السابقين ١٢٥٥ قطاعًا، بنسبة ٤١,٦٩٪ (أي نحو خمسي النسبة كذلك)

ويعني ذلك أن هذين القطاعين الآنف ذكرهما مُهمين جدًا، ويجب التركيز عليهما عند وضع الخطط التصديرية، وقد رصد الباحث من خلال مقابلة ميدانية مع أحد مسئولي التصدير، أن أولوية هذا الترتيب للقطاعات التصديرية تعد ذات أهمية قصوى لرفع مستوى القدرة التصديرية للصادرات المصرية.

وشغلت منتجات الكيماويات والأدوية والبلاستيك المركز الثالث، حيث بلغ حجم القطاعات التصديرية بالشركات العاملة في التصدير ١٠٦٤ قطاعًا تصديريًا، نسبتها ١٢،٤٢٪، وفي المقابل بلغ حجم القطاعات التصديرية بشركات التصدير العاملة بمحافظة القاهرة ٣٢٨ قطاعًا تصديريًا، بنسبة ١٠،٨٩ %، وهذا القطاع يشكل ٣٠،٨٣٪ من جملة القطاعات التصديرية بالشركات العاملة في جمهورية مصر العربية.

أما منتجات المقاولات فقد شغلت المركز الرابع، إذ وصل حجم القطاعات التصديرية بالشركات العاملة بهذا القطاع ١٠٤٣ قطاعًا نسبتها ١٢,١٨٪، وفي محافظة القاهرة بلغ حجم القطاعات التصديرية بشركات التصدير ٣٢٤ قطاعًا تصديريًا بنسبة قدرها ١٠,٧٦ %، وتبلغ نسبة هذا القطاع ٣١,٠٦ % بمحافظة القاهرة مقارنة بالقطاع ذاته على مستوى جمهورية مصر العربية.

وحصل قطاع المنسوجات، والملابس، والجلود، وصناعة الساعات، والمجوهرات على المركز الخامس حيث بلغ حجم القطاعات التصديرية بشركات التصدير العاملة في هذا القطاع على مستوى الجمهورية ٨٢٤ قطاعًا، نسبتها ٩,٦٢٪، وبالمقارنة بمحافظة القاهرة بلغ عدد القطاعات التصديرية ٢٤٩ قطاعًا بنسبة ٨,٢٧٪، وتشكل نسبة هذا القطاع ٣٠,٢٢٪ بالنسبة لحجم القطاع ذاته على مستوى جمهورية مصر العربية.

وقد شكلت القطاعات الخمسة الأولى ما قيمته ٦٣٦٩ قطاعًا، بنسبة ٧٤,٣٧٪ على مستوى جمهورية مصر العربية، وفي الوقت ذاته وصل حجمها بمحافظة القاهرة إلى ٢١٥٦ قطاعًا بنسبة ٧١,٥٩٪

ويُلاحظ من خلال هذا الترتيب أن محافظة القاهرة تعد انعكاسًا، لجمهورية مصر العربية، فالأهمية النسبية للقطاعات التصديرية متوافقة بينهما، فالقطاعات التصديرية المُهمة على مستوى الجمهورية هي ذاتها القطاعات المُهمة في محافظة القاهرة منطقة الدراسة.

وجاء في المركز السادس قطاعات التعدين، حيث بلغ حجم هذا القطاع ٣٧٢ قطاعًا، بنسبة قدرها ٤,٣٩٪، تقابلها ١٤٥ قطاعًا بمحافظة القاهرة بنسبة مُقدرة بـ ٤,٨١٪، وتقدر نسبة هذا القطاع بـ ٣٨,٩٨٪ من جملة حجم القطاع ذاته مقارنة بجمهورية مصر العربية، وهذا القطاع يحتاج إلى قدر أكبر من الاهتمام والدعم، وربما يكون السبب في تدنّي أداء هذا القطاع عائدًا إلى سيطرة الدولة عليه، وذلك من وجهة نظر الباحث، حيث لم يتلق تفسيرًا مقنعًا لحالة هذا القطاع.

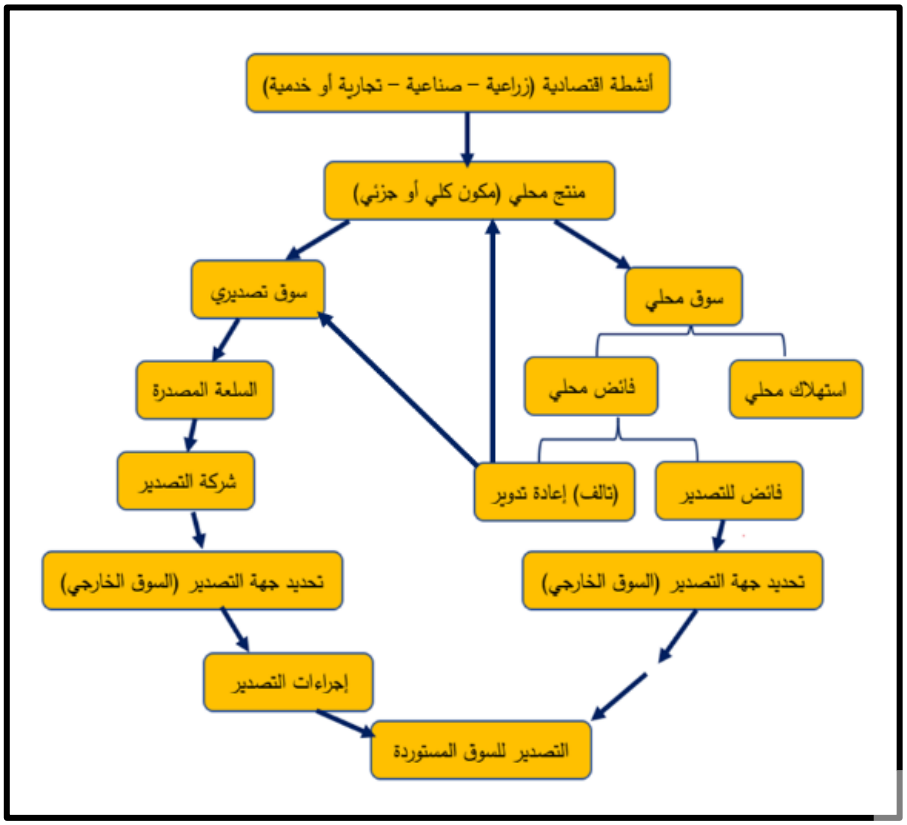
وجاءت القطاعات الباقية بداية من المركز السابع، وصولًا إلى المركز الرابع عشر بأحجام ونسب متدنية حيث لم يختلف كثيرًا قطاع خدمات الأعمال عن قطاع التعدين، إذ سجل حجم قطاع خدمات الأعمال ٣٤٢ قطاعًا بنسبة قدرها ٣,٩٩٪ على مستوى الجمهورية، يقابلها في محافظة القاهرة، ١٣٥ قطاعًا بنسبة ٤,٤٨٪.

وتتمثل باقي القطاعات في: قطاع المعادن والآلات والصناعات الهندسية، والنقل والخدمات اللوجستية، والورق والطباعة والنشر، الكهرباء والالكترونيات والبصريات، وتكنولوجيا المعلومات والإنترنت والبحث والتطوير، والترفيه والسياحة، والطاقة والبيئة، والتعليم والتدريب والمنظمات، وهي ذات احجام ونسب متواضعة.

وتحتاج هذه القطاعات إلى دراسات تحليلية لمعرفة أسباب إحجام الشركات عنها، بهدف إعادة النظر في شكل الدعم المقدم لتلك القطاعات.

رابعًا – تصنيف الشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، الكائنة بمحافظة القاهرة لعام ٢٠٢١م.

يدعم تصنيف بيانات ومعلومات الظاهرة الوصول إلى فهم أعمق لخصائصها والوقوف على بنيتها الهيكلية، وتحليل وتفسير عناصرها المكونة لها، وتعمل شركات التصدير في إطار منظومة شاملة لعملية التصدير، تبدأ من مرحلة إنتاج السلعة، أو الخدمة، وتنتهي بالوصول إلى أسواق التصدير المستهدفة. شكل (١٢)



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها نتائج الدراسة الميدانية للباحث،

شكل (١٢) منظومة العلاقة بين الأنشطة الاقتصادية وحركة التصدير

تبدأ تلك المنظومة بوجود أنشطة اقتصادية إنتاجية داخل الدولة تتمثل في أنشطة الصناعة والزراعة والتجارة والخدمات، وينجم عن هذه الأنشطة توفر منتج ما، وقد يكون هذا المنتج بمكونات محلية ١٠٠٪، أو قد يتضمن وجود منتج أجنبي ضمن عناصره بنسب متفاوتة، وذلك وفقًا لطبيعة المنتج، ويتجه هذا المنتج في مسارين أحدهما يوجّه للاستهلاك المحلي، والآخر يوجّه للتصدير.

ويبين المسار الأول أن المنتج الذي يتوجّه للسوق المحلي يُستهلك جزء منه، وفقًا لحجم الاستهلاك الفعلي، وقد يتبقى جزء يشكل فائضًا للتصدير، أو يتعرض للتلف، وفي حالة التعرض للتلف تتم إعادة تدوير هذا المنتج داخل الدولة، أو يصدر للخارج في صورة مخلفات أو قمامة وتقوم شركات أجنبيه عاملة في مصر بتصديره، أما الجزء غير التالف فيمكن تحديد أسواق أجنبية لتصدير هذا المنتج الفائض إليها وفقًا لحاجة تلك الأسواق، وذلك من خلال اتباع الإجراءات المناسبة.

أما المسار الثاني فيتمثل في إنتاج سلع معدة للتصدير أساسًا، ويتم الحصول عليها من خلال شرائها من أسواق بيعها عن طريق الشركات المُصدرة، وقد تكون الشركة ذاتها منتج ومصدر، إذ أوضحت بيانات الدراسة الميدانية أن ٦١ شركة من الشركات التي شملتهم عينة الدراسة تعمل في مجال الإنتاج والتصدير، تشكل نسبتها ٣٥,٤٪ من جملة عينة الدراسة، تقوم الشركات بعد ذلك بتحديد جهة التصدير وتتمثل في الأسواق المستهدفة، ثم تقوم بعد ذلك باتخاذ الإجراءات المطلوبة لإتمام عملية التصدير، وصولًا إلى إتمام صفقاتها التصديرية، ويمكن الإشارة إلى أن إنشاء شركة تعمل في مجال التصدير يتطلب ما يلي: (الدراسة الميدانية للباحث، يناير – يونيو ٢٠٢١م)

- عقد تمليك أو إيجار موثق
- عمل البطاقة الضريبية: يمكن استخراج البطاقة الضريبية من مأمورية الضرائب التابع لها الشركة.
- القيد بالغرفة التجارية

- القيد في السجل التجاري
- القيد بسجل المستوردين والمصدرين
- القيد بمصلحة الضرائب على المبيعات
- وجود حساب جاري في أحد البنوك

وبعد إتمام تجهيز الأوراق المطلوبة تقوم الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات بتقسيم السلع بسجل المستوردين الى ٢١ مجموعة ويمكن لصاحب الشركة اختيار مجموعة سلعية واحدة فقط أو يمكنه اختيار أكثر من مجموعة أو يمكنه اختيار كافة المجموعات السلعية، وهذا ما يفضله معظم المصدرين، وتبلغ تكلفة الاشتراك في كافة المجموعات مبلغًا قدره نحو ٤٠٠٠ جنيه، وهو مبلغ قابل للتغير.

ويترتب على ذلك تصنيف الشركات العاملة في مجال التصدير وفقًا للاختصاص الذي تحدد لها ويتوقف ذلك على حجم الشركة، وقيمة رأس المال المستثمر، ووجهتها التسويقية، وغيرها، ويمكن وضع ثمانية عناصر يمكن في ضوءها تصنيف الشركات المصرية العاملة في مجال التصدير بمحافظة القاهرة.

<u>وتتمثل هذه العناصر فيما يلي:</u>

١ – التصنيف وفقًا لنوع الشركة.
٢ – التصنيف وفقًا لحجم رأس المال المستثمر.
٣ – التصنيف وفقًا لطبيعة النشاط.
٤ – التصنيف وفقًا لمتوسط حجم الأرباح.
٥ – التصنيف وفقًا لحجم العمالة.
٦ – التصنيف وفقًا لمدة مزاولة النشاط.
٧ – التصنيف وفقًا لأهم موانئ التصدير.
٨ – التصنيف وفقًا للأسواق الفعلية.

١ – التصنيف وفقًا لنوع الشركة

تنوعت الشركات العاملة بمجال التصدير فمنها شركات فردية، وذات مسئولية محدودة، وتضامنية، ومساهمة، وتوصية، ولم تضم فروعًا لشركات أجنبية، وهذا ما يوضحه جدول (٤)

جدول (٤) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير بمحافظة القاهرة وفقًا للنوع ٢٠٢١م

نوع الشركة	العدد	%
فردية (١)	١٢١	٧٠,٣٥
مساهمة (٢)	٢٣	١٣,٣٧
تضامنية (٣)	١٦	٩,٣٠
توصية (٤)	٩	٥,٢٣
ذات مسئولية محدودة (٥)	٣	١,٧٤
الجملة	١٧٢	١٠٠

المصدر: من إعداد الباحث من بيانات مصدرها الدراسة الميدانية يناير – يونية ٢٠٢١م

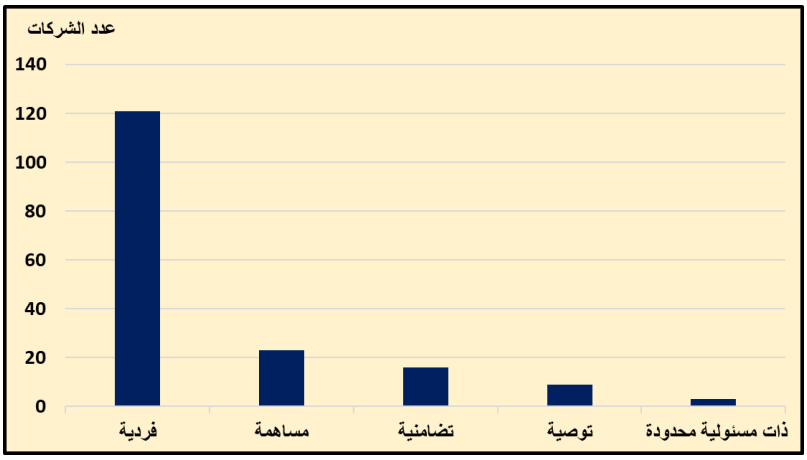
(١) الشركة الفردية: هي المؤسسة المملوكة من قبل شخص واحد فقط، وله الحق المطلق في إدارتها بنفسه.

(٢) الشركات المساهمة: شركة ينقسم رأس مالها الى أسهم متساوية القيمة، وتقتصر مسئولية المساهم على اداء قيمة الاسهم التي اكتتب فيها ولا يسأل عن ديون الشركة الا في حدود ما اكتتب فيه من أسهم.

(٣) الشركات التضامنية: يشترك أعضائها بالتساوي في تحمل مسئولياتها، وفي تقاسم أرباحها، سواء كانت حصصهم في رأسمال الشركة متساوية أم لا

(٤) الشركات ذات المسئولية المحدودة: شركة لا يزيد عدد الشركاء فيها على خمسين شريكا لا يكون كل منهم مسئولا الا بقدر حصته، ولا يجوز تأسيس الشركة او زيادة رأس مالها او الاقتراض لحسابها عن طريق الاكتتاب العام.

(٥) شركات التوصية: تضم هذه الشركة نوعين من الشركاء :شركاء متضامنون وهم في مركز الشركاء المتضامنين في شركة التضامن وشركاء موصون وتتحدد مسئوليتهم بمقدار حصتهم في رأس المال دون أن يكون لهم حق إدارة الشركة https://www.gafi.gov.eg



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها جدول (٤)

شكل (١٣) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير بمحافظة القاهرة وفقًا للنوع ٢٠٢١م

يتبين من تحليل بيانات جدول (٤) وشكل (١٣) ما يلي:

جاءت الشركات الفردية في المركز الأول بين شركات التصدير بمحافظة القاهرة، بنسبة بلغت ٧٠,٣٥ %، وهو ما يفسر ضعف حجم رأس المال لدى معظم الشركات المُصدرة.

وشغلت الشركات المساهمة المركز الثاني بنسبة ١٣,٣٧٪، وهي نسبة قليلة إلى حد ما حيث تحتاج شركات التصدير إلى حجم رأسمال كبير للحصول على فرص تصديرية مناسبة.

وحلت الشركات التضامنية في المركز الثالث بنسبة ٩,٣٪، كما جاءت شركات التوصية في المركز الرابع بنسبة ٥,٣٢٪، وجاءت الشركات ذات المسئولية المحدودة في المركز الأخير بنسبة ١.٧٤٪، ويتبين من ذلك أن الشركات المُصدرة في محافظة القاهرة تميل بشكل واضح نحو الاعتماد على رأس المال الفردي.

٢ – التصنيف وفقًا لحجم رأس المال المستثمر.

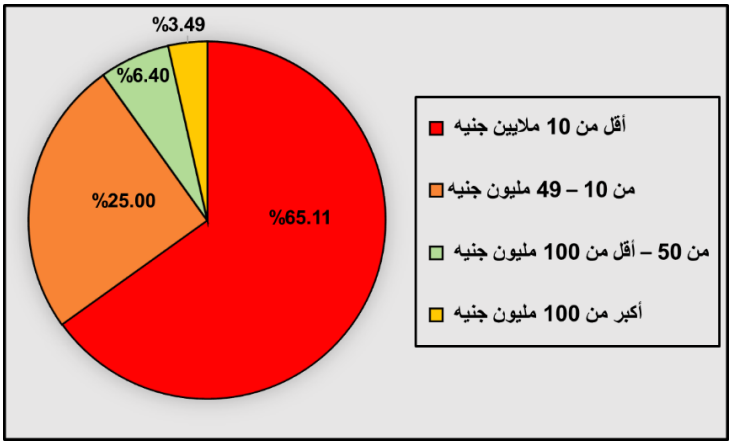
يعد رأس المال من العناصر بالغة الأهمية في عملية الإنتاج، وعليه تتوقف قدرة المشروعات الإنتاجية على الاستمرار والمنافسة، وكلما زاد حجم رأس المال، زادت معه الأرباح المتوقعة، ويمكن تصنيف شركات التصدير العاملة بمنطقة الدراسة، كما هو مبين بجدول (٥)، وشكل (١٤)

جدول (٥) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لحجم رأس المال المستثمر، عام ٢٠٢١م

حجم رأس المال المستثمر	الحجم	النسبة %
أقل من ١٠ ملايين جنيه	١١٢	٦٥,١٢
من ١٠ – ٤٩ مليون جنيه	٤٣	٢٥
من ٥٠ – أقل من ١٠٠ مليون جنيه	١١	٦,٤
أكبر من ١٠٠ مليون جنيه	٦	٣,٤٩
جملة الشركات	١٧٢	١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية للباحث يناير – يونيو ٢٠٢١م.

إضافة إلى بيانات حجم الاستثمارات للشركات العاملة في مجال التصدير المتاحة على مواقع الإنترنت.



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها جدول (٥)

شكل (١٤) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة،٢٠٢١م

شكّلت الشركات التي يقل حجم رأسمالها عن ١٠ ملايين جنيه ١١٢ شركة، بنسبة ٦٥,١١ % من جملة الشركات، البالغ حجمها ١٧٢ شركة، وفقًا لعينة الدراسة، وهذه النسبة تدل على أن معظم الشركات العاملة في قطاع التصدير تمتلك أحجام صغيرة من رأس المال، مما يساهم في ضعف قدراتها التصديرية.

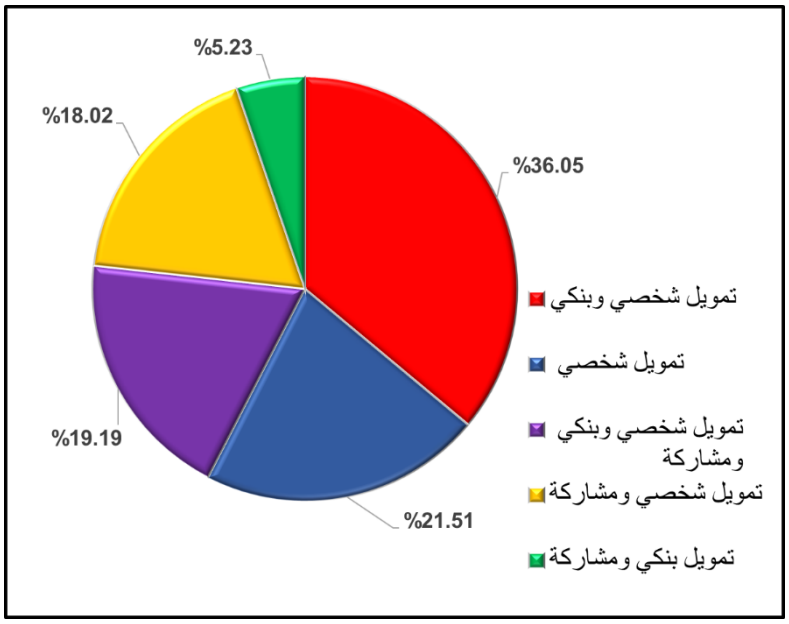
تأتي في المرتبة الثانية الشركات ذات قيمة رأس المال في الفئة من ١٠ – ٤٩ مليون جنيه، بحجم بلغ ٤٣ شركة، تُشكل ٢٥٪ من جملة عينة الدراسة، وتتجاوز نسبتهما معًا ٩٠٪ من جملة الشركات العاملة.

وتشغل الشركات ذات رأس المال الذي يتراوح بين ٥٠ – أقل من ١٠٠ مليون جنيه ١١ شركة، بنسبة ٦,٤٪ من جملة الشركات وفق عينة الدراسة، وحلت الشركات ذات رأس المال الأكبر من ١٠٠ مليون جنيه ٦ شركات بنسبة قدرها ٣,٤٩ %، وتلجأ معظم الشركات العاملة في مجال التصدير إلى مصادر التمويل المتنوعة لتدبير احتياجاتهم، وهذا ما يوضحه جدول (٦) وشكل (١٥)

جدول (٦) التوزيع النسبي لمصادر تمويل شركات التصدير الكائنة بمحافظة القاهرة ٢٠٢١م

الترتيب	مصدر التمويل	عدد الشركات	النسبة %
١	تمويل شخصي وبنكي	٦٢	٣٦,٠٥
٢	تمويل شخصي	٣٧	٢١,٥١
٣	تمويل شخصي وبنكي ومشاركة	٣٣	١٩,١٩
٤	تمويل شخصي ومشاركة	٣١	١٨,٠٢
٥	تمويل بنكي ومشاركة	٩	٥,٢٣
الجملة		١٧٢	١٠٠

المصدر: من إعداد الباحث من بيانات مصدرها نتائج الدراسة الميدانية يناير – يونيو ٢٠٢١م



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها جدول (٦)

شكل (١٥) التوزيع النسبي لمصادر تمويل شركات التصدير الكائنة بمحافظة القاهرة ٢٠٢١م

ويتبين من خلال بيانات جدول (٦) وشكل (١٥) ما يأتي:

- تصدر التمويل الشخصي والبنكي المركز الأول بين مصادر تمويل شركات التصدير الكائنة بمحافظة القاهرة حيث شكل ما يزيد قليلًا عن ثلث مصادر التمويل، ٣٦،٠٥٪، حيث يميل أصحاب الشركات المُصدرة إلى الاقتراض البنكي لزيادة فرص وإمكانات التصدير وبالتالي حجم الأرباح المحققة.
- شغل التمويل الشخصي المركز الثاني بنسبة ٢١،٥١٪، ويفضل المصدرون الذين يعتمدون على التمويل الشخصي تجنب القروض وما تتضمنه من فوائد تؤثر في حجم أرباحهم.
- وجاء التمويل الشخصي والبنكي والتمويل بالمشاركة في المركز الثالث، بنسبة قدرها ١٩،١٩٪ ويفضل أصحاب هذا النوع من التمويل تقليل حجم

المخاطر، حيث تتوزع الخسائر على المشاركين كما أنه مناسب للشركات ذات الحجم الكبير لرأس المال.

- وحل في المركز الرابع التمويل الشخصي والمشاركة بنسبة ١٨،٠٢٪، وهو مناسب للشركات التي تعتمد على رؤوس أموال المساهمين وتدعم فكرة المشاركة في الأرباح وتحمل الخسائر.
- وجاء التمويل البنكي والمشاركة في المركز الأخير بنسبة ٥.٢٣٪، وهو مصدر التمويل الأقل انتشارًا بين مصادر تمويل تلك الشركات.

وتعكس حالة رأس المال ضعف القدرة التصديرية لتلك الشركات وخاصة في الفئتين الأولى والثانية، مما يستلزم وضع خطة استراتيجية لدعم تلك الشركات في توفير الاعتمادات المالية اللازمة لتيسير عمليات التصدير، على أن يكون ذلك وفق معايير محددة.

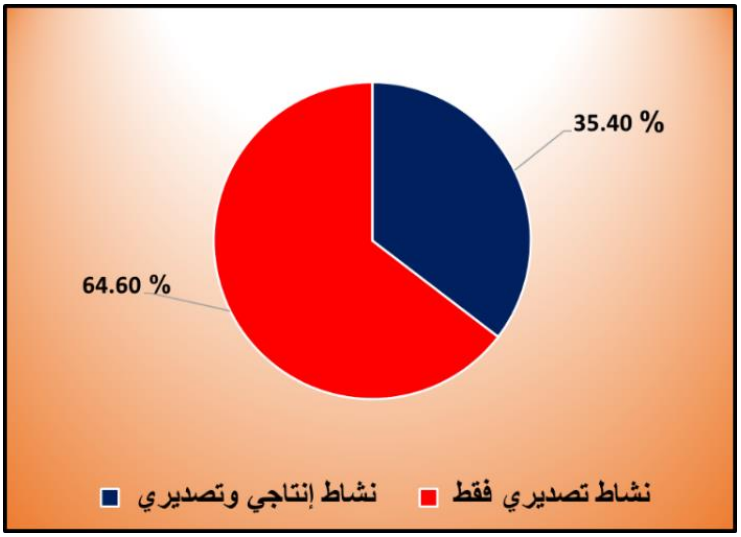
٣ – التصنيف وفقًا لطبيعة النشاط

يمكن تصنيف الشركات العاملة بالتصدير بمحافظة القاهرة إلى نوعين هما: شركات تقوم بالنشاط التصديري فقط، وشركات تقوم بنشاط إنتاجي وتصديري، وذلك كما هو مبين بجدول (٧)، وشكل (١٦)

جدول (٧) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لطبيعة النشاط، عام ٢٠٢١م

طبيعة النشاط	الحجم	النسبة %
نشاط تصديري	١١١	٦٤,٦
نشاط إنتاجي وتصديري	٦١	٣٥,٤
جملة الشركات	١٧٢	١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية للباحث يناير – يونيو ٢٠٢١م



المصدر: الشكل من إعداد الباحث، من بيانات مصدرها جدول (٧)

شكل (١٦) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لطبيعة النشاط، استنادًا إلى الدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠٢١م

شغلت الشركات العاملة في النشاط التصديري المركز الأول فقد بحجم بلغ قدره ١١١ شركة، بنسبة قدرها ٦٤,٦٪، وجاءت الشركات التي تعمل في النشاط الإنتاجي والتصديري المركز الثاني بحجم قيمته ٦١ شركة، شكلت ما نسبته ٣٥,٤٪ من جملة عينة الدراسة، ويمكن تفسير ذلك بضعف قيمة رؤوس الأموال الخاصة بتلك الشركات، والتي لا تسمح لمعظمها بممارسة النشاط الإنتاجي إلى جانب النشاط التصديري.

٤- التصنيف وفقًا لمتوسط حجم الأرباح.

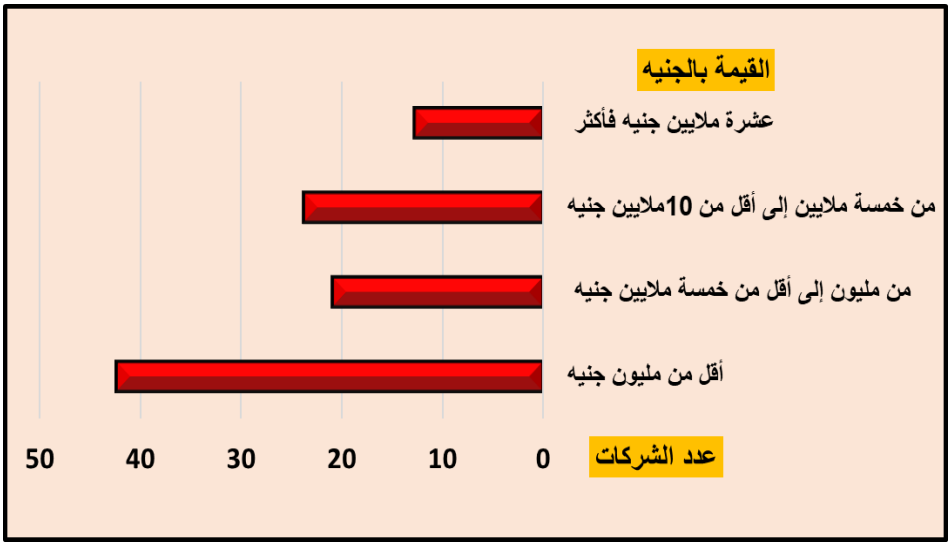
سبق وضع فئات حجم الأرباح جدول (٨)، شكل (١٧) عمل مقابلات شخصية للحصول على قيم تقديرية للأرباح المحققة للشركات العاملة في مجال التصدير بمحافظة القاهرة، وكان الحصول على تلك القيم التقديرية هو الأصعب سواء من خلال الاستبانات المطبقة، أو المقابلات الشخصية، وقد تطلب هذا

الأمر جهد كبير في إقناع أفراد العينة بسرية تلك البيانات، وأنها لا يترتب عليها أية صفة أو وضع قانوني، خاصة فيما يتعلق بالمساءلة الضريبية.

جدول (٨) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لمتوسط حجم الأرباح، ٢٠٢١م

متوسط حجم الأرباح	حجم الشركات	النسبة %
أقل من مليون جنيه	٧٣	٤٢,٤٤
من مليون إلى أقل من خمسة ملايين جنيه	٣٦	٢٠,٩٣
من ٥ ملايين إلى أقل من ١٠ملايين جنيه	٤١	٢٣,٨٤
١٠ ملايين جنيه فأكثر	٢٢	١٢,٧٩
جملة الشركات	١٧٢	١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية للباحث يناير – يونيو ٢٠٢١م



المصدر: الشكل من إعداد الباحث، من بيانات مصدرها جدول (٨)

شكل (١٧) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لمتوسط حجم الأرباح، عام ٢٠٢١م

يتضح من تحليل بيانات جدول (٨) وشكل (١٧) ما يأتي:

- جاءت فئة متوسط حجم الأرباح أقل من مليون جنيه في مركز الصدارة بنسبة ٤٢,٤٪، وذلك لأن معظم الشركات العاملة في قطاع التصدير رأس مالها المستثمر صغير.
- وشغلت فئة متوسط حجم الأرباح من ٥ ملايين إلى أقل من ١٠ ملايين جنيه المركز الثاني بنسبة ٢٣.٨٤ %، وقد بلغ حجمها ٤١ شركة.
- وحلت فئة متوسط حجم الأرباح من مليون إلى أقل من خمسة ملايين جنيه، في المركز الثالث حيث شكّلت تقريبًا خُمس حجم عينة الدراسة بنسبة وصلت إلى ٢٠,٩٣٪ وقد بلغ عدد شركاتها ٣٦ شركة.
- ومثلت فئة الأرباح ١٠ ملايين جنيه فأكثر المركز الرابع والأخير بنسبة قدرها ١٢,٧٩٪ وذلك لأنها الفئة التي تضم أقل عدد من الشركات بالنسبة لعينة الدراسة.

وقد ذكر بعض أفراد العينة أن الشركات تحقق عوائد ربحية أقل من عوائد الفوائد البنكية، وذكر بعض مسئولي الشركات أنهم يحققون أحيانًا خسائر، وهم يتحملون ذلك في سبيل استمرارهم في العمل بهذا القطاع، ولم يتثن للباحث الوقوف على حقيقة هذا الأمر، وإن كان في تقدير الباحث أن هذه البيانات هي الأقل دقة بسبب الطبيعة الخاصة لهذا النوع من البيانات.

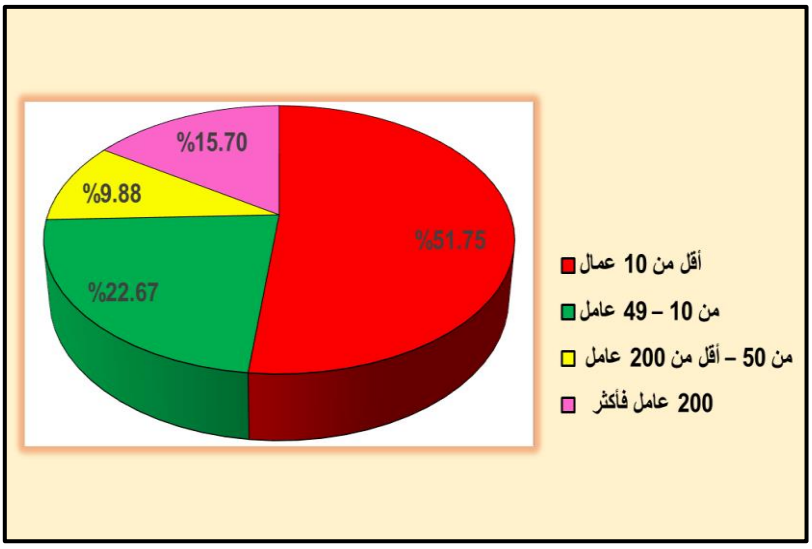
٥ – التصنيف وفقًا لحجم العمالة

يتباين حجم العمال بالشركات العاملة في مجال التصدير، جدول (٩)، وشكل (١٨)، وفقًا لحجم رأس مال الشركة، وطبيعة النشاط الذي تقوم به، وبعامة فإن العمالة بشركات التصدير، تعد عمالة غير كثيفة، يغلب عليها الطابع الفني.

جدول (٩) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لحجم العمالة عام ٢٠٢١م

حجم العمال	حجم الشركات	النسبة %
أقل من ١٠ عمال	٨٩	٥١,٧٤
من ١٠ – ٤٩ عامل	٣٩	٢٢,٦٧
من ٥٠ – أقل من ٢٠٠ عامل	١٧	٩,٨٨
٢٠٠ عامل فأكثر	٢٧	١٥,٧١
جملة الشركات	١٧٢	١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية للباحث يناير – يونيو ٢٠٢١م



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها جدول (٩)

شكل (١٨) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لحجم العمالة، ٢٠٢١م

يتضح من قراءة جدول (٩) ومطالعة شكل (١٨) ما يأتي:

يمكن تقسيم الشركات العاملة في مجال التصدير تبعًا لحجم العمالة بها إلى الفئات الأربع التالية:

١ – شركات قزمية (أقل من ١٠ عمال): تشكل عمالتها أكثر من نصف إجمالي عدد العاملين.

٢ – شركات صغيرة (من ١٠ إلى ٤٩ عامل) تمثل عمالتها ما يزيد قليلًا عن الخمس من إجمالي عينة الدراسة.

٣ – شركات متوسطة (من ٥٠ – أقل من ٢٠٠ عامل) تشارك عمالتها بنحو ١٠٪

٤ – شركات كبيرة تضم (٢٠٠ عامل فأكثر): ساهمت عمالتها بنحو ١٦٪ من إجمالي عدد العاملين بشركات عينة الدراسة الميدانية.

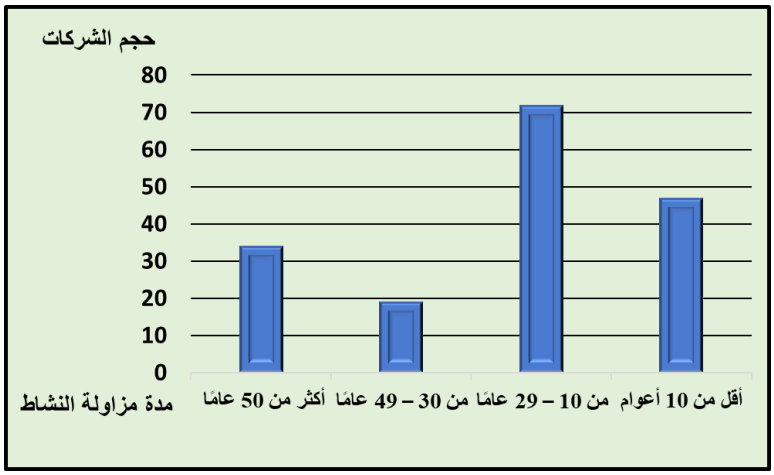
٦– التصنيف وفقًا لمدة مزاولة النشاط

تشير مدة مزاولة النشاط إلى استقراره وحسن عوائده، وقد بلغت مدة مزاولة النشاط التصديري لبعض الشركات التي شملتها عينة الدراسة الميدانية أكثر من خمسين عامًا، كما هو مبين بجدول (١٠) وشكل (١٩)

جدول (١٠) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لمدة مزاولة النشاط، لعينة الدراسة يناير – يونيو عام ٢٠٢١م

مدة مزاولة النشاط	حجم الشركات	النسبة %
أكثر من ٥٠ عامًا	٣٤	١٩,٧٧
من ٣٠ – ٤٩ عامًا	١٩	١١,٠٥
من ١٠ – ٢٩ عامًا	٧٢	٤١,٨٦
أقل من ١٠ أعوام	٤٧	٢٧,٣٣
جملة الشركات	١٧٢	١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية للباحث يناير – يونيو ٢٠٢١م



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها جدول (١٠)

شكل (١٩) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لمدة مزاولة النشاط، ٢٠٢١م

ويتبين من خلال تحليل بيانات جدول (١٠)، وشكل (١٩) ما يلي:

بلغ حجم الشركات التي تزاول نشاط التصدير منذ أكثر من نصف قرن ٣٤ شركة، تشكل نحو ١٩,٧٧٪، من جملة حجم عينة الدراسة البالغة ١٧٢ شركة، أما الشركات التي تزاول النشاط منذ ٣٠ – أقل من ٤٩ عامًا، فقد بلغ عددها ١٩ شركة بنسبة قدرها ١١,٠٥ % من جملة عينة الدراسة، أما الشركات التي تعمل (منذ ١٠ – أقل من ٢٩ عامًا)، فقد بلغ عددها ٧٢ شركة بنسبة قدرها ٤١,٨٦٪ من جملة شركات عينة الدراسة، وهي النسبة الأكبر بين باقي النسب الأخرى، وقد يعزى ذلك إلى تزايد دور القطاع الخاص الذي شهدته فترة عقد التسعينيات، وما تلاها، أما الشركات التي مارست النشاط التصديري منذ أقل من ١٠ أعوام فقد بلغ حجمها ٤٧ شركة، بنسبة وصلت إلى ٢٧,٣٣ % من حجم عينة الدراسة، وربما تأثر حجم الشركات خلال هذه الفترة بالتطورات السياسية التي شهدتها مصر وخاصة خلال الفترة التي أعقبت قيام ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م.

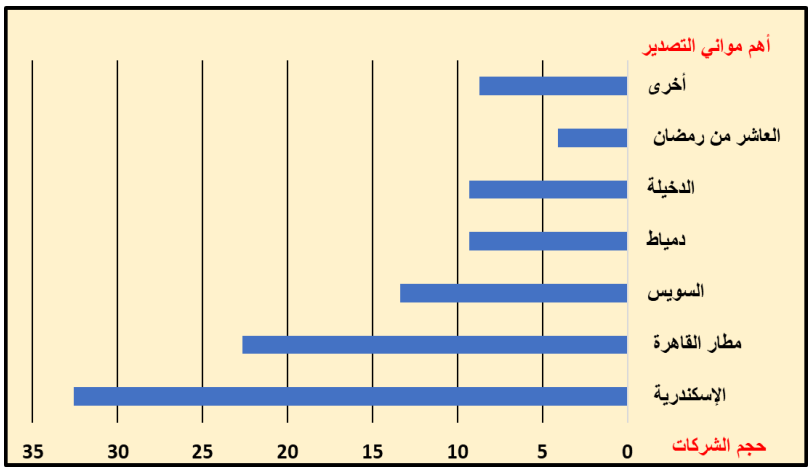
٧ – التصنيف وفقًا لأهم موانئ التصدير.

تمثل الموانئ إحدى الحلقات المُهمة في منظومة التصدير، ويتم اختيار الميناء، وفقًا لملاءمته لطبيعة السلع المُصدرة، وموقعة الجغرافي بالنسبة للأسواق المستوردة، ويبين جدول (١١)، وشكل (٢٠) أهم موانئ التصدير بجمهورية مصر العربية.

جدول (١١) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لأهم موانئ التصدير، عام ٢٠٢١م

موانئ التصدير	حجم الشركات	النسبة %
الإسكندرية	٥٦	٣٢,٥٦
مطار القاهرة	٣٩	٢٢,٦٧
السويس	٢٣	١٣,٣٧
دمياط	١٦	٩,٣٠
الدخيلة	١٦	٩,٣٠
العاشر من رمضان	٧	٤,٠٧
أخرى	١٥	٨,٧٢
جملة الشركات	١٧٢	١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية للباحث يناير – يونيو ٢٠٢١م



المصدر: الشكل من إعداد الباحث من بيانات مصدرها جدول (١١)

شكل (٢٠) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لأهم الموانئ، الدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠٢١م

ويتبين من خلال تحليل بيانات جدول (١١) وشكل (٢٠) ما يأتي:

يأتي ميناء الإسكندرية في صدارة أهم موانئ شركات التصدير بمحافظة القاهرة، ويبلغ حجم الشركات المُصدرة عبر هذا الميناء بعينة الدراسة ٥٦ شركة، بنسبة ٣٢,٥٪، من جملة عينة الدراسة، حيث ترتب على تطوير ميناء الإسكندرية زيادة مطردة في أعداد خطوط الملاحة الدولية التي تستخدم الميناء ويوفر الميناء خدمات متخصصة على الأرصفة لاستيعاب كافة أنماط السفن، يليه ميناء القاهرة حيث تستخدمه ٣٩ شركة، بنسبة ٢٢,٦٧٪، ويتعلق بالسلع المُصدرة عالية القيمة، أو سريعة التلف، أو القابلة للكسر وغيرها، ويأتي ميناء السويس في المركز الثالث بحجم شركات بلغ ٢٣ شركة، وبنسبة قدرها ١٣,٣٧٪، وتشكل الموانئ الثلاث معًا ما نسبته ٥٥,٢٣٪ من جملة موانئ التصدير، ويحل مينائي دمياط والدخيلة في المركز الرابع، وتشكل نسبة صادرات الشركات المُصدرة عبر هذين الميناءين ٩,٣٪ ، ويشغل ميناء العاشر من رمضان المركز الخامس بحجم قدره ٧ شركات، وبنسبة تصل إلى ٤,٠٧٪، أما باقي الموانئ فلا تزيد نسبتها عن ٨,٧٢٪، ويبلغ حجم الشركات المُصدرة عبرها ١٥ شركة.

٨ – التصنيف وفقًا لأهم الأسواق المستوردة لعام ٢٠٢١م

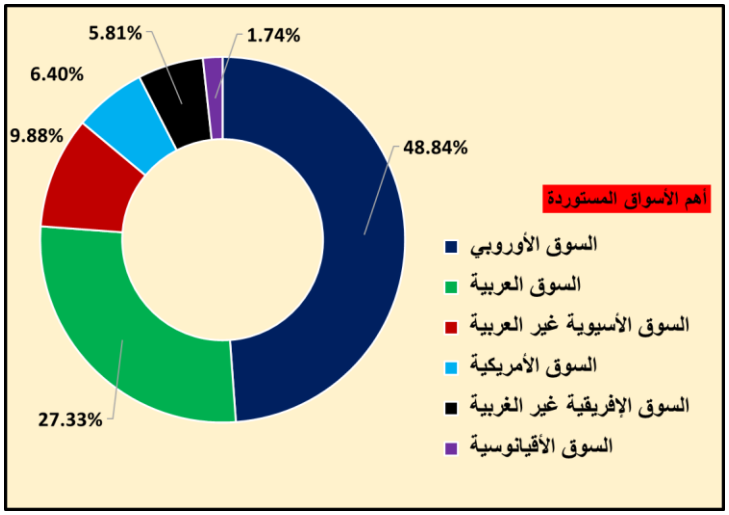
يُعد الوصول إلى الأسواق المستوردة هو الهدف النهائي لشركات التصدير، وتختلف الأسواق باختلاف السياسات المُطبقة بالدول الموجودة بها، والمعايير والشروط المحددة، والتي تُقبل أو تُرفض الصادرات السلعية في ضوئها، ويرى ٧١,١ % من جملة عينة الدراسة أن السوق الأوروبي، والسوق الأمريكي هما أصعب الأسواق بالنظر إلى الاشتراطات والمعايير المُطبقة،" وتتركز المعايير الأوروبية في المنتجات الغذائية" (Helmy, Omnia and others: 2018,P.28)

"وتعد مسألة تطبيق المعايير العالية من أهم العوائق التي يواجهها مُصدّروا البلدان النامية في الدخول لأسواق الدول المتقدمة" (Horner, Rory:2016, P405)، والسوق الإفريقي من أسهل الأسواق من زاوية عدم التشدد في المعايير المُطبقة على السلع، وتختلف أهمية هذه الأسواق وأحجام الشركات المُصدرة لها كم هو مبين بجدول (١٢) وشكل (٢١).

جدول (١٢) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لأهم الأسواق المستوردة، استنادًا إلى الدراسة الميدانية للباحث عام ٢٠٢١م

الأسواق المستوردة	حجم الشركات	النسبة %
السوق الأوروبي	٨٤	٤٨,٨٤
السوق العربية	٤٧	٢٧,٣٣
السوق الأسيوية غير العربية	١٧	٩,٨٨
السوق الأمريكية	١١	٦,٤
السوق الإفريقية غير العربية	١٠	٥,٨١
الأقيانوسية	٣	١,٧٤
جملة الشركات	١٧٢	١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية للباحث يناير – يونيو ٢٠٢١م



المصدر: الشكل من إعداد الباحث، من بيانات مصدرها جدول (١٢)

شكل (٢١) تصنيف الشركات العاملة بمجال التصدير، بمحافظة القاهرة، وفقًا لأهم الأسواق المستوردة، استنادًا إلى الدراسة الميدانية للباحث، عام ٢٠٢١م

جاء السوق الأوروبي في مقدمة وجهات الأسواق المستوردة بالنسبة للشركات العاملة في مجال التصدير بمحافظة القاهرة، وتعمل بهذه السوق ٨٤ شركة تبلغ نسبتها ٤٨,٨٤٪ من جملة شركات التصدير، أي ما يقرب من نصف حجم عينة الدراسة، وتتمتع مصر بوصول تفضيلي إلى أسواق الدول الأوروبية وذلك "نتيجة توقيع اتفاقيات التعاون الثنائي التي بدأت منذ عام ١٩٧٧م". (Helmy, Omnia and others: 2018,P.8)

وتأتي بريطانيا وفرنسا وألمانيا في مقدمة الأسواق الأوروبية، وتأتي السوق العربية في المركز الثاني وفي مقدمتها الإمارات العربية المتحدة، والمملكة العربية السعودية، ويبلغ حجم الشركات المتعاملة معها ٤٧ شركة ، بنسبة قدرها ٢٧,٣٣٪، وحلت في المركز الثالث السوق الأسيوية غير العربية وتأتي في مقدمتها أسواق روسيا الاتحادية وأوكرانيا، حيث تعمل بها ١٧ شركة بنسبة تصل إلى ٩,٨٨٪، وتشغل السوق الأمريكية، وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية، المركز الرابع بحجم قدره ١١ شركة، وبنسبة قدرها ٥,٨١٪، وتأتي سوق الأقيانوسية في المركز السادس بحجم شركات بلغ ٣ شركات، بنسبة وصلت إلى ١,٧٤٪.

خامسًا – العوامل الجغرافية المؤثرة في أداء الشركات المصرية العاملة في مجال التصدير، الكائنة بمحافظة القاهرة، جمهورية مصر العربية.

يتأثر أداء الشركات المصرية العاملة في مجال التصدير بمجموعة من العوامل، ذلك لأنها لا تعمل بشكل منفرد وإنما هي جزء من منظومة كبيرة لها عوامل متعددة ويمكن تقسيم تلك العوامل إلى مجموعتين هما:

أ – العوامل الداخلية.

تتشكل من العوامل الموجودة داخل الدولة والتي يمكن أن يكون لها تأثيرها الفعال في حركة الصادرات، دعمًا أو كبحًا وتتضمن.

١ – السياسة الحكومية.

٢ – مستويات كفاءة الإنتاج.

٣ – البحوث والدراسات التجارية.

٤ – تكاليف النقل والشحن.

٥ – عوامل أخرى.

ب – العوامل الخارجية.

تتمثل في العوامل المؤثرة خارج إطار الدولة، والتي يمكن أن يكون لها تأثيرها في حركة الصادرات، وتوجهاتها وتمثلها:

١ – طبيعة الأسواق المستوردة.

٢ – الاتفاقات التجارية والتعريفات الجمركية.

٣ – الأوضاع الاقتصادية والسياسية العالمية.

أ – العوامل الداخلية.

١ – السياسة الحكومية.

للسياسات الحكومية الدور الأكبر والأهم في حركة الصادرات للأسواق الخارجية، وخاصة فيما يتعلق بإجراءات التصدير، ومنها " استخراج شهادات المنشأ كشهادة جامعة الدول العربية وشهادة الكوميسا، وغيرها، حيث إن الشروط الموضوعة لاستخراج هذه الشهادات قد تؤدى إلى "تأخير إرسال المُصدر لمستندات الشحن إلى البنك في حالة الاعتماد المستندي أو إلى العميل النهائي في الحالات الأخرى، مما يؤدى إلى تراكم غرامات الحاويات ووجود تكلفة لا داعي لها.

وقد أكدت ١٠٥ شركة من الشركات المُصدرة، تُشكل ما نسبته ٦٠,٤٧٪ من جملة عينة الدراسة البالغة ١٧٢ شركة أن بيروقراطية الأجهزة الحكومية تُمثل أحد

أهم المشكلات التي تواجه هذه الشركات، وجزء منها يرجع إلى تعنُت بعض الموظفين وعدم رغبتهم في تسهيل الإجراءات الإدارية الروتينية.

كذلك تختلف القوانين واللوائح التي تنظم عمليات التصدير تبعا لاختلاف المُنتج المراد تصديره، والبلد المصدر إليها، حيث إن هناك بعض المنتجات التي تتطلب استخراج شهادات خاصة بها كالمطابقة للمواصفات القياسية وغيرها، لكن هناك بعض الأوراق والمستندات الرئيسية التي يلزم توفيرها من جهة الشركة المُصدرة عند التصدير بشكل عام، وهي كالتالي: (موقع صُناع المال، ٢٠٢١)

" **الفاتورة التجارية** وهي مستند يحتوي على اسم المصدر ورقم التليفون والفاكس وشروط الدفع وشروط التوصيل ووسيلة النقل بالإضافة إلى اسم الشركة المستوردة وعنوانها ووصف كامل عن البضاعة ووحدة القياس، وفي بعض الأحيان يكون مطلوبا أن يتم توثيقها في الغرفة التجارية.

قائمة التعبئة هى قائمة يعدها المصدر وتتضمن معلومات عن المصدر والمستورد وشركة النقل، رقم فاتورة الشحن وترميز البضاعة وصافي وزن البضاعة والوزن الإجمالي لها وغيرها، وتجدر الإشارة إلى أن سلطات الجمارك لها الحق في تأخير عملية تخليص الشحنة حتى تقديم قائمة التعبئة.

شهادة المنشأ هي شهادة تصدر من خلال دائرة الجمارك للبلد التي تقوم بالتصدير والغرفة التجارية ويتم المصادقة عليها من قبل وزارة المالية، ويوضح بها بلد التصدير والإنتاج للمنتج المراد تصديره، ويجب التنويه على وجوب تقديم الفاتورة التجارية وتسجيل الشركة وتسجيل التبادل التجاري إلى الغرفة الحارية في مصر حتى تمنح المصدرين شهادة المنشأ للدول العربية.

بوليصة الشحن أو ما يطلق عليه وثيقة الشحن، هو عبارة عن مستند يصدر من قبل شركة الشحن يقوم بإثبات نقل البضائع واستلام شركة الشحن للحمولة كلها على متن السفينة، وهي الدليل الدامغ على إثبات استلام شركة الشحن للبضاعة

وإلزام لها بتسليمها إلى المستورد، وتتضمن لبوليصة الشحن وصف شكل للبضاعة والسفينة الناقلة والميناء المتجهة إليه السفينة.

وتختلف بوالص الشحن ما بين البوالص النظيفة والمشروطة، والفارق بينهما أن الأولى تعني وصول البضاعة سليمة وكاملة، أما المشروطة فتعني حدوث تلف في البضاعة، وجدير بالذكر أن بوليصة الشحن الجوي يمكن استخدامها عدة مرات على عكس الشحن البري أو البحري.

شهادة التأمين وهي بيان يوضح تكلفة المنتج، وما إذا كانت شاملة الشحن أم أنها تختص بتسليم البضاعة على ظهر السفينة فقط، ومن أشهر نماذج التأمين هو FOBالذي يفيد بأن التكلفة شاملة سعر الشحن والتأمين، والنموذج CIF والذي يعني أن التكلفة تتضمن تسليم البضاعة على ظهر السفينة فقط".

ويعد تغير القوانين واللوائح من أهم العقبات التي تواجه الشركات المُصدرة، وفقًا لما أشارت إلية ٨٣ شركة، تشكل ٤٨,٢٦٪ من الشركات المُصدرة بعينة الدراسة.

٢ – مستويات كفاءة الإنتاج

تتمثل كفاءة الإنتاج في جودة السلع المُصدرة ومطابقتها للمعايير العالمية، وهناك علاقة طردية، وارتباط قوي بين جودة السلع المُصدرة، ودرجة انتشارها في الأسواق العالمية، ويعاني المصدرون في شركات التصدير المصرية من تدني كفاءة الإنتاج ورداءة نوعية السلع المُصدرة لضعف الرقابة عليها.

وقد أوضحت ١١٣ شركة، تمثل ٦٥,٧ % من جملة عينة الدراسة، أن السلع المُصدرة تفتقد إلى دقة المعايير المُطبقة مما يؤدي إلى فقد الثقة في جودة المنتجات، وأن من يتحمل أثر ذلك هو الشركة المُصدرة ذاتها باعتبارها أنها المسئولة عن مستوى وجودة السلع التي تقوم بتصديرها، وقد أكد المصدرون أن معظم الشحنات المُصدرة يصعب التأكد من جودتها كاملة، وأنهم يستخدمون نظام

العينة في فحص المنتجات التي يقومون بتصديرها، للتأكد من سلامتها ومطابقتها للمعايير والاشتراطات المطلوبة.

حيث أشارت إحدى الدراسات (Kugler, M., and Verhoogen, E., :2009, P.501)، إلى أن الشركات المُصدرة التي تعتمد على استخدام مدخلات إنتاج مستوردة، بدلًا من إنتاجها محليًا تكون منتجاتها أكثر كفاءة من غيرها، ويعزى ذلك إلى كون المدخلات المستوردة، مقارنة بما تنتجه الدول النامية، تتمتع بالجودة العالية (Halpern, L., Koren, M., and Szeidl, A.:2011, p.8)

وقد تم رفض العديد من السلع المصرية المُصدرة لعدم استيفائها للشروط ومن أمثلة ذلك تم رفض ٢٤ شحنة بطاطس بعد تصديرها لروسيا في عام ٢٠١٣ بعد ثبوت إصابتها بالعفن البنى والأسود، وتم رفض شحنة موالح مصرية في روسيا، وتمت إعادتها لمصر مرة أخرى بسبب ذبابة الفاكهة، كما تم رفض شحنة فراولة ٢٠١٢م، كان قد تم تصديرها لإحدى الدول العربية. (موقع البوابة نيوز، ٢٠٢٢)

، وقد تكرر الأمر مرة أخرى عام ٢٠١٥م، حيث تم رفض شحنات من الفراولة والبطاطس والبرتقال لعدم مطابقتها للمواصفات، ومن ثم فإن الأمر يتطلب ضرورة تعظيم دور الدولة في الرقابة على الصادرات، بحيث يتم تشديد الرقابة على الصادرات المصرية، ومطابقتها للمعايير المطلوبة للحفاظ على مكانة مصر في أسواق التصدير.

وقد أشار تقرير للمركز الإعلامي لوزارة الصناعة والتجارة صدر في ١٦ أكتوبر ٢٠١٦م، إلى رفض ٦٧ رسالة من صادرات السلع الصناعية المصرية وتمثلت في المنظفات والصابون والأثاث المنزلي ولعب الأطفال وفلاتر السيارات، واللمبات الكهربائية، والثلاجات، والإطارات. (الموقع الرسمي لوزارة التجارة والصناعة، ٢٠٢١)

٣ – البحوث والدراسات التجارية

تُعد البحوث والدراسات التجارية من الأمور المهمة جدًا بالنسبة للشركات العاملة في مجال التجارة، سواء كانت مُصدرة، أم مستوردة، وقد ينجم عن نقص المعلومات عن الأسواق العالمية واحتياجاتها ارتفاع تكلفة المنتج المحلي وصعوبة تسويقه عالمياً، بل ومحلياً، وما يستتبع ذلك من تدني مستوى كفاءة الطاقة الإنتاجية العاملة للمشروع وضعف القدرة على التسويق الخارجي، وقد لاحظ الباحث أن مسئولي اللوجستيك ببعض الشركات ليس لديهم معلومات كافية عن قوانين الاستيراد المطبقة في الأسواق الخارجية، وقد تبين ذلك من خلال المقابلات الشخصية للباحث، وقد أشارت بيانات ١٤١ شركة تُمثل ٨١,٩٨٪ من جملة عينة الدراسة، أنها لا تعتمد على الدراسات التسويقية المُقدمة على المواقع الرسمية للهيئات التصديرية لأنها، من وجهة نظرهم، دراسات نظرية تجافي الواقع، ويؤكدون أنهم يعتمدون على التقارير والخبرات الفعلية للشركات الأخرى، التي تعمل في المجال ذاته، وأنهم يتبادلون المعلومات مع الشركات الأخرى، أو يحصلون عليها بطرق مختلفة، وهناك شركات تعمل في إطار جماعي، بحيث تكون داعمة لبعضها.

٤ – تكاليف النقل والشحن

يُشكل النقل " القاعدة الأساسية لأي نشاط اقتصادي" (السامرائي، مجيد ملوك: ٢٠١٥م، ص ٢٣)، وتعد القوة المهمة وراء نمو التجارة هي انخفاض تكاليف النقل. (Royal Swedish Academy of Sciences:2008, P8)

وتمثل مشكلة ارتفاع رسوم الخدمات في الموانئ وعدم توافر خطوط ملاحية تتلاءم مع كميات السلع المُصدرة، مع تأخر رد الرسوم الجمركية بالنسبة لمكونات الإنتاج الداخلة في عملية التصدير، من أهم المشكلات التي تواجه شركات التصدير وقد أشارت ٩١ شركة، تمثل ٥٢,٩١ % من عينة الدراسة أنهم يواجهون مشكلات تتعلق بتكاليف الشحن، وخدمات الموانئ، وأن تحميل تكاليف الشحن المرتفعة على سعر السلع المُصدرة يؤدي إلى ارتفاع الأسعار وضعف القدرة على

المنافسة مع الأسواق الأخرى، وتولي الشركات المُصدرة، خاصة في الدول المتقدمة تكلفة عملية التصدير اهتمامًا كبيرًا.

(Aulakh, Preet S., Masaaki Kotabe and Hildy Teegen :2000, P344)

٥- عوامل أخرى

بالإضافة إلى العوامل السابقة هناك عوامل أخرى تؤثر في أداء الشركات المُصدرة منها تعقيدات الحصول على قروض مُيسرة من البنوك، وارتفاع فوائد القروض، ضعف الضمانات التأمينية على صفقات التصدير، مما يرفع من احتمالات المخاطرة، ويدفع إلى هروب رأس المال من الاستثمار في هذا النشاط، وقد أشارت ١٦٣ شركة تبلغ نسبتها ٩٤,٧٧٪ من جملة العينة أن هذا النشاط على الرغم من ارتفاع مستوى ربحيته إلا أنه ينطوي على مخاطر عالية.

وكذلك تؤثر قدرة الشركة المُصدرة على ابتكار علامات تجارية مميزة وصناعة منتجات فريدة متميزة خاصة بها في قدرتها التنافسية مع الشركات الأخرى المُصدرة للسلع المماثلة.(Miller, D. :1988, P 280)

ب – العوامل الخارجية.

١ – طبيعة الأسواق المستوردة.

تختلف طبيعة الأسواق المستوردة اختلافًا كبيرًا وخاصة في مجال المعايير والاشتراطات التي تضعها على السلع والخدمات المستوردة، وقد تكون هذه المعايير متعلقة بمواصفات خاصة بجودة مكونات السلعة المستوردة فقط، وقد تضاف إليها معايير أخرى كوجود نسبة أجنبية تدخل في مكون السلعة حيث تعرقل الدول المتقدمة دخول مصنوعات الدول النامية إليها مثل المنسوجات بحجة أن صناعة المنسوجات في هذه الدول يعمل فيها أطفال صغار بأجور أقل من أجور العمال الكبار، وبذلك ستضر بصناعة المنسوجات في الدول المتقدمة، ومثال على ذلك اتفاقية الكويزQIZ (المناطق الصناعية المؤهلةQualified industrial zones)

التي رفضت بمقتضاها الولايات المتحدة الأمريكية دخول الملابس المصرية إليها إلا إذا اشتملت على وجود نسبة ١١،٧٪ ضمن مكونات الصادرات المصرية من الملابس والمنسوجات تستوردها مصر من إسرائيل.

هناك مشكلات تتعلق بالمعايير الفنية التي تطبقها بعض الأسواق مثل الولايات المتحدة وأوروبا وتتطلب إجراء اختبارات معينة على الصادرات المصرية بما يؤدي لارتفاع سعر المنتج وانخفاض قدرته على المنافسة.

كما أن بعض الدول المستوردة تفرض رسوماً إضافية على المنتجات الواردة وتقوم بتقديم دعم مادي لمنتجيها بما يحد من فرص المنتج المصري في هذه الأسواق.

وتهتم الشركات المُصدرة الناجحة بالمعايير والاشتراطات التي تضعها الدول المستوردة بشكل كبير وبصورة فعالة (Roth, Kendall, and Allen J. Morrison: 1992, P, 715)، وتعد قدرة المنتج على التوافق مع متطلبات الأسواق المستوردة وتزايد معدلات تصديره، بمعايير جودة مناسبة من محددات كفاءة الأداء التصديري، "ويتطلب ذلك أن تكون هناك متابعة منهجية لسلوك العملاء المستهدفين بالأسواق المستوردة .(Douglas, Susan P., and Yoram Wind :1987, P,19)

وقد أوضحت بيانات ١١٦ شركة، بنسبة ٦٧.٤٤٪ من جملة عينة الدراسة أنهم يواجهون مشكلات تتعلق بتطبيق المعايير على السلع المُصدرة وخاصة في منطقة دول الاتحاد الأوروبي التي تطبق اشتراطات المعايير على السلع المُصدرة بصرامة. (Helmy, Omnia and others: 2018,P.28)، ويحدث هذا كذلك في سوق الولايات المتحدة الأمريكية.

٢ – الاتفاقات التجارية.

أضحت الاتفاقات التجارية في ظل منظومة الاقتصاد العالمي الجديد، وانتشار سياسة العولمة الاقتصادية، أمرًا حتميًا لا مفر منه، لذلك تلجأ الدول إلى عقد

الاتفاقات التجارية الدولية والإقليمية والثنائية، بغية الحفاظ على أسواقها القائمة أو سعيًا للحصول على أسواق جديدة، وقد عقدت جمهورية مصر العربية اتفاقات تجارية مع الكثير من الدول والتكتلات الاقتصادية، وعلى الرغم من توقيع تلك الاتفاقات التي تهدف إلى تحرير التجارة فقد زادت التدابير غير الجمركية (NTMs) باستمرار مما أدى إلى ظهور تحديات جديدة لسياسة التجارة الدولية، لهذا السبب، تحول المزيد من الاهتمام نحوها بشكل تدريجي نظرًا لأنها تثير العديد من المخاوف بشأن الشفافية والأسباب الكامنة وراء تنفيذها وقبل كل شيء تأثيرها الضار على التدفقات التجارية".(Hoda El-Enbaby and others:2015, P2)

وسوف يعرض الباحث لبعض تلك الاتفاقات موضحًا أثرها في حركة الصادرات المصرية، وهذا بالطبع يفتح المجال أمام شركات التصدير المصرية للحصول على حصص أفضل في تلك الأسواق ومن أهم الاتفاقات التي وقعتها جمهورية مصر العربية:

- **اتفاقية أغادير** (موقع هيئة تنمية الصادرات المصرية، ٢٠٢١)

وقعت اتفاقية أغادير بين مصر والمغرب وتونس والأردن في٢٠٠٤/٢/٢٢ م وتنص على إعفاء كافة السلع المتبادلة بين الدول الأعضاء بمجرد دخول الاتفاقية حيز التنفيذ وتنص المادة الواحدة والثلاثون من الاتفاقية على سريانها لمدة غير محددة.

<u>مميزات الاتفاقية</u>

١. تطبيق قواعد المنشأ التراكمي مما يساهم في تعزيز التعاون الاقتصادي والتجاري بين الدول الأعضاء وتعد قواعد المنشأ من أهم البنود الواردة في اتفاق أغادير حيث ستعمل على زيادة قدرة منتجات الدول الأعضاء في النفاذ الي الأسواق الأوروبية.

٢. السعي الي تطبيق منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى وتطويرها والإسهام في الجهود المبذولة لإقامة سوق عربية مشتركة.

٣. تحقيق استفادة أكبر من اتساع أسواق الاتحاد الأوروبي.

٤. تعالج الاتفاقية العديد من القضايا المهمة مثل الأنظمة الجمركية والمعاملات المالية والإجراءات الوقائية والصناعات الوليدة والدعم والإغراق والملكية الفكرية والمواصفات القياسية وتأسيس آلية لفض المنازعات

- **اتفاقية الكوميسا** (موقع هيئة تنمية الصادرات المصرية، ٢٠٢١)

هدفت اتفاقية الكوميسا لإقامة منطقة تجارة حرة بين الدول الأعضاء لتتطور إلى اتحادا جمركيا ثم سوقاً مشتركة وقد وقعت عليها ٩ دول بتاريخ ٢٠٠٠/١٠/٣١ هي: (مصر، وكينيا، والسودان، وموريشيوس، وزامبيا، وزيمبابوي، وجيبوتي، وملاوي، ومدغشقر)، وانضمت إليهم رواندا وبوروندي في ٢٠٠٤/١/١ حيث تقوم تلك الدول بمنح إعفاء تام من الرسوم الجمركية المقررة على الواردات المتبادلة بينها شريطة أن تكون تلك المنتجات مصحوبة بشهادة منشأ الكوميسا.

وتتمتع كافة السلع المصرية المُصدرة إلى الدول الأعضاء بإعفاء تام من كافة الرسوم الجمركية والرسوم والضرائب الأخرى ذات الأثر المماثل وفقا لنسب التخفيضات التي تقرها، وتتمثل أهم الصادرات المصرية لدول الكوميسا: مواد البناء مثل الحديد والصلب، والأسمنت والمنتجات الكيماوية والدوائية وأهمها الورق والأدوية البشرية والصناعات الغذائية والسكر والزيوت والشحوم والأرز والفواكه والخضراوات بعض المنتجات الهندسية.

- **اتفاقية الميركسور** (موقع هيئة تنمية الصادرات المصرية، ٢٠٢١)

تشكّلت الدول الأطراف الموقعة من جمهورية الأرجنتين، وجمهورية البرازيل الفيدرالية، وجمهورية باراجواي، وجمهورية أوروجواي، وجمهورية مصر العربية، وهدف هذا الاتفاق الإطاري هو تقوية العلاقات بين الأطراف المتعاقدة، لتعزيز

التوسع في التجارة ولتوفير شروط وآليات التفاوض لإقامة منطقة تجارة حرة توافقا مع قواعد منظمة التجارة العالمية.

- **اتفاقية الشراكة المصرية الأوروبية.** (موقع هيئة تنمية الصادرات المصرية، ٢٠٢١)

- وقعت مصر والاتحاد الأوروبي (١٥ دولة) في ٢٥ يونيو ٢٠٠١م ببروكسل اتفاقية لإقامة منطقة تجارة حرة بين الطرفين ومن مزايا الاتفاقية

-زيادة حجم الصادرات المصرية الصناعية الي الأسواق الأوروبية عن طريق ازالة الرسوم الجمركية وأية رسوم أخرى ذات أثر مماثل وإلغاء كافة القيود الكمية عليها اعتبارًا من ٢٠٠٤/١/١م.

- الاستفادة من الإلغاء المبكر للقيود الكمية على الصادرات المصرية من منتجات صناعة الغزل والنسيج دون الانتظار لموعد إلغاء تلك القيود بموجب اتفاق المنسوجات والملابس في إطار منظمة التجارة العالمية (يناير ٢٠٠٥)

- توسيع قائمة السلع الزراعية المصرية التي يمكن تصديرها للاتحاد الأوروبي الي أكثر من مئة سلعة مقابل ٢٥ سلعة في اتفاق ١٩٧٧.

- الحصول على حصص لتصدير سلع زراعية جديدة لم تتمتع من قبل بأي حصص أو مزايا تجارية تفضيلية مثل: المولاس والزهور والفراولة والمانجو والجوافة وغيرها

- مضاعفة حصص التصدير للعديد من السلع الزراعية المصرية كالبطاطس ٢٣٠٪، والبرتقال ٧٦٩٪

- خفض الرسوم الجمركية التي يفرضها الاتحاد الأوروبي على الكميات الزائدة عن الحصص المعفاة من الرسوم الجمركية "تخفض الى ٣٪ للبطاطس"

– إلغاء رسم المكون الصناعي على بعض السلع، و٣٠٪ من المكون الزراعي على سلع أخرى بالإضافة الي الحصول على حصة معفاة تماما من أي رسوم على ألف طن من المربى المصرية.

– منطقة التجارة الحرة العربية الكبري

بدأت اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري في ١٩٩٨/١/١ بنسبة تخفيض ١٠ %سنوياً بداية من عام ١٩٩٨على أن تصل في عام ٢٠٠٥ الى ١٠٠٪ وأثناء انعقاد قمة عمان عام ٢٠٠٢ اتفق على زيادة نسبة التخفيض السنوي إلى ٢٠٪ لتصل إلى ٨٠٪ عام ٢٠٠٤ والى ١٠٠٪ عام ٢٠٠٥.

جرى التعامل بقواعد المنشأ العربية لأغراض تطبيق اتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية نسبة القيمة المضافة لا تقل عن٤٠٪، وقد تم إلغاء كافة القيود غير الجمركية المتمثلة في (قيود موسمية، رخص الاستيراد والتصدير، وكافة القيود الكمية والنقدية).

وتؤدي هذا الاتفاقيات دورًا مُهمًا في دعم الشركات المُصدرة داخل الأسواق المستوردة لكنها، من وجهة نظر الباحث، تحتاج إلى عقد ورش وندوات ومؤتمرات لشرحها وتوضيح أهميتها وكيفية الاستفادة منها للشركات المُصدرة أو المستوردة، لتعظيم الاستفادة منها.

٣ – الظروف والأوضاع الاقتصادية والسياسية العالمية.

يعد نشاط التجارة الخارجية، أكثر الأنشطة الاقتصادية حساسية تجاه أي تغير يطرأ على منظومة الاقتصاد العالمي، فعلى الصعيد الاقتصادي فإن أية تغييرات في أسعار السلع المُصدرة، يؤدي إلى تقلبات هائلة في حركة التصدير ازدهارًا أو انكماشًا، حيث ينجم عن انخفاض بعض أسعار السلع، تشبع الأسواق المستوردة، وحدوث حالة من الركود للصادرات السلعية، فيضطر المصدرون إلى توجيه سلعهم إلى السوق المحلية متكبدين خسائر كبيرة، كذلك تؤثر الأوضاع السياسية في تغير

أسعار السلع وحدوث اختلالات كبيرة، وخاصة بالنسبة للسلع الحيوية ويأتي في مقدمتها النفط، أو السلع الاستراتيجية كالقمح والأرز ويعتبر النفط النموذج المثالي للسلع التي تتأثر بالأوضاع السياسية، كذلك فإن بعض الظروف العالمية الطارئة مثل انتشار جائحة كورونا يمكن أن ينجم عنها تغيرات كبيرة في شكل خريطة التجارة وقد تحدث تحولًا جزريًا في المركب السلعي لحركة التجارة بعامة، والصادرات بخاصة، لذا فإن نشاط التصدير يحتوي على درجة عالية من المخاطر، وقد أكدت بيانات عينة الدراسة أن ١٠٠٪ من الشركات المُصدرة تأثرت بجائحة كورونا، ولم تختلف تلك النسبة فيما يتعلق بالتأثر بالأوضاع الاقتصادية والعالمية حيث ظلت النسبة كما هي لاعتقاد جميع أفراد العينة في هذا التأثير.

ويتبين من دراسة خلال دراسة العوامل المؤثرة في أداء شركات التصدير الكائنة بمحافظة القاهرة تأثرها بعوامل جغرافية تتمثل في طبيعة الأسواق التي تتعامل معها والاشتراطات التي تضعها تلك الأسواق وتكلفة نقل الصادرات ، وعوامل اقتصادية تتمثل في صغر حجم رأس المال المستثمر والذي تسوده فكرة الاستثمار الفردي مما يؤثر في فرص التصدير واللجوء إلى الاقتراض البنكي ، وعوامل إدارية تتمثل في طول إجراءات التصدير وعدم إلمام بعض المصدرين بتفاصيل قوانين التصدير واشتراطاته ، وعوام فنية تتمثل في طريقة تخزين المواد المُصدرة وكيفية الحفاظ عليها من التلف خلال مرحلة النقل وعوامل سياسية حيث تتأثر حركة التصدير بالعلاقات السياسية بين جمهورية مصر العربية والدول المستوردة، الخ.

وبالتالي يجب فحص هذه المشكلات ودراستها بشكل جاد بهدف العمل على إيجاد حلول لها ورفع الكفاءة التصديرية لتلك الشركات.

أهم النتائج والتوصيات

أولًا – النتائج

١ – أوضح البحث أن محافظة القاهرة تأتي في مركز الصدارة بين المحافظات المصرية من حيث حجم الشركات المصرية العاملة في مجال الصادرات، حيث بلغ عدد الشركات المُصدرة بالمحافظة ١٥٠٩ شركة، تُمثل ما نسبته ٣١,٨٦٪ من جملة الشركات بالجمهورية والبالغ عددها ٤٧٣٧ شركة عاملة.

٢ – أكد البحث أن خمسة أحياء فقط بمحافظة القاهرة وهي أحياء: مصر الجديدة، والمعادي، وأول مدينة نصر، وثان مدينة نصر، وشبرا تضم ٨٤٢ شركة تصدير، تمثل ما نسبته ٥٥.٧٩ % من جملة الشركات الكائنة بمحافظة القاهرة، ونحو ١٧.٧٧ % من جملة الشركات المُصدرة على مستوى جمهورية مصر العربية.

٣ – أبرز البحث أن ٦٧٪ من الشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة، تقع داخل دائرة نصف قطرها ١٢ كم، وهو ما يؤكد ميل توزيع هذه الشركات نحو التركز، كذلك تقع ٩٥٪ من الشركات المُصدرة، في دائرة نصف قطرها ٢٤ كم، كما تقع ٩٩٪ من الشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة في دائرة نصف قطرها ٣٦ كم.

٤ – أشار البحث إلى أن الشركات الفردية جاءت في المركز الأول بين شركات التصدير بمحافظة القاهرة، بنسبة بلغت ٧٠.٣٥ %، وهو ما يفسر ضعف حجم رأس المال لدى معظم الشركات المُصدرة.

٥ – توصل البحث إلى أن قطاع التجارة وتجارة التجزئة، يعد القطاع الرئيس سواء بالنسبة لجمهورية مصر العربية، أو بالنسبة لمحافظة القاهرة، حيث جاء في مركز الصدارة بين باقي القطاعات، فقد بلغ عدد الشركات العاملة في هذا القطاع ١٨١٧ شركة، بنسبة بلغت ٢١,٢٢ % وذلك على مستوى جمهورية مصر العربية ككل.

٦ – أوضح البحث أن حجم قطاع الأغذية والزراعة سجل ٤٨٩ قطاعًا، تصل نسبتها إلى ١٦,٢٤٪ من جملة القطاعات التصديرية بالشركات المُصدرة بمحافظة

القاهرة، ويمثل بذلك ما قدره ٣٠,١٧٪ من جملة القطاعات بالشركات المُصدرة لهذا القطاع على مستوى الجمهورية.

٧ – أكد البحث على أهمية القطاعين السابقين، حيث وصل عدد القطاعات التصديرية بالشركات المُصدرة بمحافظة القاهرة، والتي تعمل في قطاع التجارة وتجارة التجزئة، وقطاع الأغذية والزراعة،١٢٥٥ قطاعًا، بنسبة ٤١,٦٩٪ (أي نحو خمسي النسبة كذلك)

٨– أظهر البحث أن حجم القطاعات التصديرية الممثلة في منتجات الكيماويات والأدوية والبلاستيك بشركات التصدير العاملة بمحافظة القاهرة بلغ ٣٢٨ قطاعًا تصديريًا، بنسبة ١٠,٨٩ %، وهذا القطاع يشكل ٣٠,٨٣٪ من جملة القطاعات التصديرية بالشركات العاملة في جمهورية مصر العربية.

٩– أثبت البحث أن محافظة القاهرة تعد انعكاسًا، لجمهورية مصر العربية، في قطاع التصدير لأن القطاعات التصديرية المهمة على مستوى الجمهورية هي ذاتها القطاعات المهمة في محافظة القاهرة.

١٠– أكد البحث على تدني مستوى كفاءة الدراسات العلمية التي تتيح للمصدر المصري إمكانية تحديد السوق التي يمكن التصدير إليها.

١١– أشار البحث إلى تزايد مشكلات ارتفاع تكاليف الشحن والنولون وهي من أهم مشكلات الشركات المصرية العاملة في مجال التصدير.

ثانيًا – التوصيات

١ – ضرورة قيام الدولة ممثلة في الحكومة بمشاركة القطاع الخاص في وضع استراتيجية واضحة ومتكاملة لتنمية الصادرات معتمدة على دراسات وبيانات تفصيلية لكل القطاعات المنتجة، وتحديد عناصر القوة والتنافسية لكل قطاع في السوق الدولي

٢ – وجوب إنشاء صناديق استثمار وبنوك متخصصة في تمويل تنمية الصادرات من خلال تمويل عمليات التحديث في خطوط الإنتاج القديمة ومنخفضة الإنتاجية بحيث ترتفع قدرة المصانع على المنافسة في الأسواق الدولية بمنتج أكثر جودة وأقل سعراً، كما يجب العمل على تحديد وتقديم الدعم للمؤسسات الصغيرة ذات الإمكانات التصديرية غير المستغلة. Egyptian Exporters Association :2005, (Final Evaluation: P.3)

٣ – حتمية مساعدة الشركات المُصدرة في الحصول على شهادات الجودة اللازمة لدخول كل سوق بحسب المواصفات والمعايير لكل دولة.

٤ – النظر في مسألة التخلي عن سياسة تصدير المواد الخام من خلال توجيه الدعم التصديري والتحفيز لسلاسل إضافة القيمة لتعظيم الاستفادة من الموارد الطبيعية، زيادة حجم التشغيل وتعميق الصناعة

٥ – مطالبة الغرف الصناعية والتجارية وجمعيات الأعمال بتوفير بيانات وأبحاث حول كيفية الإنتاج بجودة تتناسب مع متطلبات الأسواق الدولية

٦ – أهمية تدريب المصدرين وتأهيلهم على شروط ومعايير دخول الأسواق الدولية وحول الاتفاقيات التجارية غير المستغلة

٧ – السعي نحو توفير التدريب حول أساليب التسويق الحديثة عبر الإنترنت، وإنشاء منصات تسويق دائمة للمنتج المصري في جميع الأسواق الدولية.

٨ – التأكيد على إنشاء هيئة للتأمين على الصادرات، وتوفير الدعم المالي في صورة قروض أو حوافز تصديرية، وتحسين مناخ الاستثمار من خلال إنشاء آلية يتمكن من خلالها المصدرون من الاقتراض من البنوك في إطار قانوني، علاوة على تأهيل المشروعات الصناعية والزراعية المنتجة التي تهدف إلى التصدير من خلال دعمها للحصول على شهادات الجودة العالمية، مع الاستمرار في تطوير المنتج المصري حتى يتماشى مع معايير وأذواق واحتياجات السوق الخارجية.

كلية التربية

قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية

ملحق (١) استمارة استبيان عن شركات التصدير المصرية، الكائنة بمحافظة القاهرة، دراسة في الجغرافيا الاقتصادية.

البيانات المطلوبة هي لغرض البحث العلمي فقط، كما أنها إسهام كريم من سيادتكم في الارتقاء بالبحث العلمي وتطويره في جمهورية مصر العربية

الرجاء من سيادتكم تفضلًا إكمال البيانات المطلوبة

١ – ما اسم الحي الكائن به مقر شركتكم؟ حي ..... **بمحافظة القاهرة**

٢ – متى بدأت الشركة في مزاولة النشاط؟ بدأت عام .....م

٣ – هل تعمل شركتكم في أكثر من قطاع تصديري؟ ☐ نعم ☐ لا

٤ – تعمل شركتكم في مجال:

التصدير فقط ☐ التصدير والاستيراد ☐ الإنتاج والتصدير ☐

الإنتاج والتصدير والاستيراد ☐

٥ – ما التصنيف الذي تنتمي إليه شركتكم؟

فردية ☐ تضامنية ☐ مساهمة ☐ توصية ☐

ذات مسئولية محدودة ☐ أخرى: فضلًا أذكرها .....

٦– كم يبلغ متوسط حجم العمالة بالشركة (موظفين وعمال).

..... عاملًا وموظفًا.

٧– ما هي أهم مشكلات التصدير التي تواجه شركتكم (يمكن تحديد أكثر من مشكلة في حال تطلب الأمر ذلك)

تكلفة الشحن ☐ قوانين التصدير ☐ البيروقراطية ☐

تدني مستوى السلع المُصدرة ☐

المعايير المُطبقة على السلع المُصدرة ☐ طبيعة الأسواق الأخرى ☐

مخاطر مالية ☐ مشكلات أخرى (أذكرها)

.....

.....

٨ – ما مقترحات سيادتكم لحل المشكلات التي تواجه شركتكم لتحسين أداءها التصديري؟

.....

.....

.....

٩ – كم يبلغ حجم رأس المال المستثمر

أقل من ١٠ ملايين جنيه ☐ من ١٠ – ٤٩ مليون جنيه ☐

من ٥٠ – أقل من ١٠٠ مليون جنيه ☐ أكبر من ١٠٠ مليون جنيه ☐

١٠ – من فضلك اختر الفئة التي تشير إلى متوسط حجم الأرباح المحققة:

أقل من مليون جنيه ☐ من مليون إلى أقل من خمسة ملايين جنيه ☐

من ٥ ملايين إلى أقل من ١٠ملايين جنية ☐ ١٠ ملايين جنيه فأكثر ☐

١١ – ما هي مصادر تمويل رأس مال الشركة

تمويل شخصي ☐ البنوك ☐ المشاركة ☐ أخرى ☐

أذكرها .....

١٢ – ما أهم موانئ التصدير (اختر أهم ميناء)

الإسكندرية ☐ مطار القاهرة ☐ السويس ☐ دمياط ☐

العاشر من رمضان ☐ الدخيلة ☐ موانئ أخرى .....أذكرها

١٣ – ما أهم الأسواق التي تصدر إليها (سجل أهم البلدان)

....

....

مع خالص الشكر والتقدير لسيادتكم لحسن تعاونكم

ملحق (٢) أحياء محافظة القاهرة وفقًا لمساحتها بالكم^{٢}

م	اسم الحي	المساحة بالكم^{٢}	م	اسم الحي	المساحة بالكم^{٢}
١	ثان القاهرة الجديدة	١٨٦,٠	٢٥	الساحل	٠٦,٥
٢	الشروق	١٧٤,٩	٢٦	منشأه ناصر	٠٥,٧
٣	بدر	١٠٣,٥	٢٧	دار السلام	٠٥,٦
٤	اول القاهرة الجديدة	٩١,٣	٢٨	الوايلي	٠٥,٠
٥	اول مدينه نصر	٧٧,٢	٢٩	الزاوية الحمراء	٠٤,٩
٦	١٥ مايو	٧٦,٠	٣٠	الزيتون	٠٤,٤
٧	النزهة	٦٧,٦	٣١	حدائق القبة	٠٤,٠
٨	ثالث القاهرة الجديدة	٦٥,٢	٣٢	الأميرية	٠٣,٨
٩	حلوان	٥٥,٧	٣٣	السيدة زينب	٠٣,٧
١٠	طره	٤٥,٣	٣٤	الشرابيه	٠٣,٦
١١	التبين	٢٦,٦	٣٥	بولاق	٠٣,١
١٢	المقطم	٢٨,٦	٣٦	روض الفرج	٠٢,٩
١٣	البساتين	٢٣,٤	٣٧	الزمالك	٠٢,٨
١٤	اول السلام	٢١,٦	٣٨	الجمالية	٠٢,١
١٥	المرج	١٧,٥	٣٩	الظاهر	٠٢,٠
١٦	ثان مدينه نصر	١٧,٢	٤٠	الدرب الاحمر	٠١,٩
١٧	المعصرة	١٤,١	٤١	قصر النيل	٠١,٩
١٨	مصر القديمة	١١,٣	٤٢	عابدين	٠١,٧
١٩	ثان السلام	١١,١	٤٣	شبرا	٠١,٤
٢٠	الخليفة	٠٩,٩	٤٤	الأزبكية	٠١,٣
٢١	مصر الجديدة	٠٩,٤	٤٥	باب الشعرية	,٠١
٢٢	عين شمس	٠٨,٣	٤٦	الموسكي	٠٠,٨
٢٣	المعادي	٠٧,٦	٤٧	الظهير الصحراوي	١٨٥٨,٢
٢٤	المطرية	٠٧,٢	٤٨	جملة المحافظة	٣٠٨٥

***تم حساب مساحة الأحياء باستخدام برنامج Arc G.I.S.، مع الاستعانة بدليل الوحدات الإدارية الصادر عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، لعام ٢٠٢١م.**

ملحق (٣) أحياء محافظة القاهرة وفقًا للحجم والكثافة السكانية

م	اسم الحي	حجم السكان	الكثافة نسمة /كم^{٢}	م	اسم الحي	حجم السكان	الكثافة نسمة / كم^{٢}
١	١٥مايو	٩٨٥٢١	١٢٩٦,٨٠	٢٤	الوايلي	٨٣٥١٥	١٦٥٤٤,١
٢	الأزبكية	٢٠٨١٦	١٥٦١٦,٥٠	٢٥	اول السلام	٥٠٦١٥٨	٢٣٣٩٦,٣
٣	الأميرية	١٦٠٦٥٨	٤٢٢١١,٢٠	٢٦	اول القاهرة الجديدة	١٤٣٠٢٥	١٥٦٦,١
٤	البساتين	٥٢١٦٤٢	٢٢٢٨٠,٤٠	٢٧	اول مدينه نصر	٦٦٨٤١٣	٨٦٦٣,٤
٥	التبين	٧٥٨٧٢	٢٨٤٩,٢٠	٢٨	باب الشعرية	٤٩١٤٥	٤٧٣٢٧,٨
٦	الجمالية	٣٨٢٩٩	١٨٤٩٤,٩٠	٢٩	بدر	٣٢٩٤٠	٣١٨,٤
٧	الخليفة	١١٠٨١٥	١١٢٠٧,٢٠	٣٠	بولاق	٥٠٧٠٩	١٦٣٤٦,٨
٨	الدرب الاحمر	٦١٥٨٨	٣٢٩٨٨,٠٠	٣١	ثالث القاهرة الجديدة	٧٤٦٣٢	١١٤٤,٨
٩	الزاوية الحمراء	٣٣٥٠٦٠	٦٨٢٤٣,٣٠	٣٢	ثان السلام	١٦١٩٠٩	١٤٦٤٩,١
١٠	الزمالك	١٥٧٤٢	٥٧١٤,٣٠	٣٣	ثان القاهرة الجديدة	٩٥٤٨٢	٥١٣,٤
١١	الزيتون	١٨٣٤٤٣	٤١٢٨٧,٦٠	٣٤	ثان مدينه نصر	٧٥٩٩٤	٤٤١٥,٠
١٢	الساحل	٣٣٣٢١٠	٥١٥٢٦,٤٠	٣٥	حدائق القبة	٣٣٢٨٥١	٨٣٠٠٩,٦
١٣	السيدة زينب	١٤٣٥٢٥	٣٨٤٣٤,٦٠	٣٦	حلوان	٥٤٨٩١٩	٩٨٥٧,٢
١٤	الشرابيه	١٩٧١٦٤	٥٤٣٨٧,٦٠	٣٧	دار السلام	٥٥٣٤٧٢	٩٨٧٠٩,٩
١٥	الشروق	٩١٨٩٩	٥٢٥,٤٠	٣٨	روض الفرج	١٥٣٣٨٢	٥٣٢٥٩,٩
١٦	الظاهر	٧٥٦٩٥	٣٧٥٠٩,٣٠	٣٩	شبرا	٨٠٧٧٧	٥٧١٠٥,٣
١٧	المرج	٨٤٠٩٧٨	٤٨٠٧٤,٤٠	٤٠	طره	٢٤٢٠٢٢	٥٣٣٧,٦
١٨	المطرية	٦٣٤٤٠٥	٨٨٠٨٥,٨٠	٤١	عابدين	٤٢٤٧٧	٢٤٦٤٠,٥
١٩	المعادي	٩٣٢٩١	١٢٢٤٥,٠٠	٤٢	عين شمس	٦٤٦٩٨٢	٧٧٧٣٥,٢
٢٠	المعصرة	٢٨٤٣٧٠	٢٠٠٩٦,٩٠	٤٣	قصر النيل	١١١٣٠	٥٨٩٣,٩
٢١	المقطم	٢٣٦٠١٥	٨٢٤٧,٠٠	٤٤	مصر الجديدة	١٤١٢٣٧	١٥٠٥٠,٣
٢٢	الموسكى	١٧٥٥٠	٢١٤٧٨,٦٠	٤٥	مصر القديمة	٢٦٣٥٧٧	٢٣٤١٦,١
٢٣	النزهة	٢٤٣٥١٧	٣٦٠٢,١٠	٤٦	منشأه ناصر	٢٧٢٠٦٢	٤٧٦٧٠,٠

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، تقديرات السكان مراكز وشياخات، لعام ٢٠٢١م، الموقع الرسمي للجهاز على شبكة الإنترنت https://www.capmas.gov.eg

ملحق (٤) التوزيع الحجمي للشركات المصرية العاملة في مجال التصدير وفقًا لأحياء محافظة القاهرة ٢٠٢١م

م	اسم الحي	حجم الشركات	%	م	اسم الحي	حجم الشركات	%
١	مصر الجديدة	٣١٨	٢١,٠٧	٢٤	ثالث القاهرة الجديدة	١٤	٠,٩
٢	المعادي	١٦٤	١٠,٨٧	٢٥	حدائق القبة	١٤	٠,٩
٣	اول مدينه نصر	١٦٣	١٠,٨٠	٢٦	الأميرية	١٣	٠,٩
٤	ثان مدينه نصر	١٣٩	٩,٢١	٢٧	باب الشعرية	١٣	٠,٩
٥	شبرا	٥٨	٣,٨٤	٢٨	دار السلام	١٣	٠,٩
٦	اول القاهرة الجديدة	٤١	٢,٧٢	٢٩	طره	١٣	٠,٩
٧	ثان القاهرة الجديدة	٣٧	٢,٤٥	٣٠	الشرابيه	١٢	٠,٨
٨	ثان السلام	٣١	٢,٠٥	٣١	مصر القديمة	١٢	٠,٨
٩	السيدة زينب	٢٩	١,٩٢	٣٢	الوايلي	١١	٠,٧
١٠	المطرية	٢٩	١,٩٢	٣٣	بولاق	١١	٠,٧
١١	الشروق	٢٨	١,٨٦	٣٤	الخليفة	٩	٠,٦
١٢	بدر	٢٧	١,٧٩	٣٥	الزيتون	٨	٠,٥
١٣	حلوان	٢٧	١,٧٩	٣٦	الأزبكية	٧	٠,٥
١٤	اول السلام	٢٦	١,٧٢	٣٧	عين شمس	٧	٠,٥
١٥	الزمالك	٢٥	١,٦٦	٣٨	الجمالية	٧	٠,٥
١٦	البساتين	٢٣	١,٥٢	٣٩	الساحل	٦	٠,٤
١٧	الظاهر	٢٣	١,٥٢	٤٠	المعصرة	٦	٠,٤
١٨	روض الفرج	٢٣	١,٥٢	٤١	المقطم	٥	٠,٣
١٩	عابدين	٢٣	١,٥٢	٤٢	التبين	٥	٠,٣
٢٠	قصر النيل	٢٣	١,٥٢	٤٣	منشأه ناصر	٥	٠,٣
٢١	الموسكى	٢٣	١,١٩	٤٤	الزاوية الحمراء	٤	٠,٣
٢٢	المرج	١٧	١,١٣	٤٥	١٥ مايو	٣	٠,٢
٢٣	النزهة	١٧	١,١٣	٤٦	الدرب الاحمر	٢	٠,١

المصدر: https://eg.kompass.com/y/exporter

مراجع ومصادر البحث

أولًا – المصادر والمراجع العربية.

١) أمين، جلال أحمد:" قصة الاقتصاد المصري في علاقته بالعالم من محمد علي إلى حسني مبارك، الطبعة الأولى، دار الشروق، ٢٠١٢م.

٢) الجريدة الرسمية، جريدة الوقائع المصرية، أعداد مختلفة.

٣) الجميعي، عبد المنعم إبراهيم:" تاريخ مصر الاقتصادي والاجتماعي في عصر محمد علي"، دراسة في وثائق دبوان التجارة والمبيعات، درا الجبلاوي للنشر، القاهرة، ١٩٩٥م.

٤) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء:" دليل الوحدات الإدارية لمحافظات الجمهورية، مرجع رقم ٨٠ – ١١٣٢١ – ٢٠٢١، إصدار يناير ٢٠٢١م.

٥) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية التبادل التجاري بين مصر وأهم دول شرق آسيا عام ٢٠٢٠م، مرجع رقم ٧١ – ٢١٢١٦– ٢٠٢٠، إصدار ديسمبر ٢٠٢٠م.

٦) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بيانات تقدير إعداد السكان على مستوى الشياخات ٢٠٢١م.

٧) السامرائي، مجيد ملوك:" تكنولوجيا النقل العالمي واتجاهات التجارة الدولية الحديثة، ٢٠١٥م.

٨) حسن، سليم:" موسوعة مصر القديمة، الجزء الثاني"، مؤسسة هنداوي للثقافة والنشر، القاهرة، ٢٠١٢م.

٩) داود، جمعة محمد:" أسس التحليل المكاني في إطار نظم المعلومات الجغرافية"، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٢م.

١٠)عدلي، كاترين سامي، حركة التجارة السلعية بين مصر ومجلس التعاون لدول الخليج العربية، دراسة في الجغرافيا الاقتصادية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية، كلية التربية، جامعة عين شمس، ٢٠١٨م.

١١)الفقي، محمد سعد "العلاقة بين الصادرات والنمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة ٢٠١٨/١٩٦٦(دراسة قياسية)، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، كلية التجارة، جامعة عين شمس،٢٠٢٠م.

١٢)لاندز، ديفيد:" بنوك وباشوات، ترجمة عبد العظيم أنيس، دار المعارف، القاهرة، ١٩٦٦م.
١٣)محمد، عصام محمد إبراهيم، السكن العشوائي في محافظة القاهرة، عزبة الهجانة، دراسة حالة من منظور تنموي، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، معهد التخطيط القومي، مجلد ١٨، العدد ٢، ديسمبر ٢٠٢١م.
١٤)المركز المصري للدراسات الاقتصادية:" أراء في السياسة الاقتصادية، سياسات مقترحة لتنمية الصادرات في مصر، العدد ٢٤، جمهورية مصر العربية، إصدار إبريل ٢٠١٠م.
١٥)المركز المصري للدراسات الاقتصادية:" كتيب الإحصاءات الاقتصادية، جمهورية مصر العربية، إصدار ٢٠٢١م.
١٦)المركز المصري للسياسات الاقتصادية، سياسات مقترحة لتنمية الصادرات في مصر، العدد ٢٤، القاهرة، إبريل٢٠١٠م.
١٧)مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار" نحو تنمية الصادرات السلعية تحليل العرض المصري واتجاهات الطلب العالمي، القاهرة، فبراير ٢٠٢١م.
١٨)مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار:" رؤى على طريق التنمية، تعظيم الاستفادة من الاتفاقيات التجارية الحرة بين مصر ومختلف دول العالم، رئاسة مجلس الوزراء المصري، يوليو ٢٠٢١م.
١٩)المسدي، محمد جمال الدين، وآخرون:" مصر والحرب العالمية الثانية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، القاهرة، بدون تاريخ.
٢٠)معهد التخطيط القومي٢٠١٨م، سياسات تنمية الصادرات في مصر في ضوء المستجدات الإقليمية والعالمية، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، سلسلة علمية مُحكمة رقم (٢٩٩) أكتوبر ٢٠١٨م.
٢١)نور الدين، منى صبحي السيد:" مواقف النقل الجماعي بمحافظة القاهرة دراسة جغرافية تطبيقية على المنطقة المركزية" ، الجمعية الجغرافية الغربية، سلسلة بحوث جغرافية، العدد المائة والواحد والعشرون، ٢٠١٨م.
٢٢)وزارة التجارة والصناعة، خطة عمل واستراتيجية مضاعفة الصادرات المصرية، المُلخص التنفيذي، هيئة تنمية الصادرات المصرية، القاهرة ٢٠١٧م.

المراجع الأجنبية

1) Aulakh, Preet S., Masaaki Kotabe and Hildy Teegen, "Export Strategies and Performance of Firms from Emerging Economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico", Academy of Management Journal, 43(3) (2000)

2) Bowring, John: "Report on Egypt and Candia", Printed by Clowes, and Sons, Stamford Street, for Her Majesty's Stationery office, London, (1940)

3) Douglas, Susan P., and Yoram Wind, "The Myth of Globalization", Columbia Journal of World Business, 24(3) (1987)

4) Egyptian Exporters Association (ExpoLink)" Final Evaluation Principal Findings for EEA Objectives and Sub-activities" (2005)

5) Francis, June and Colleen Collins-Dodd, "The Impact of Firms' Export Orientation on the Export Performance of High-tech Small and Medium-sized Enterprises", Journal of International Marketing, 8 (3). (2000)

6) Halpern, L., Koren, M., and Szeidl, A." Imported inputs and productivity". Center for Firms in the Global Economy (CeFiG) Working Papers. (2011)

7) Helmy, Omnia and others:" The Impact of Egypt-EU Free Trade Agreement on Egypt's Manufacturing Exports and Employment", Published by Friedrich-Ebert-Stiftung (Egypt Office) March (2018)

8) Hoda El-Enbaby and others:" The Impact of Standards on Egyptian Trade: Evidence from SPS Measures, Topics in Middle Eastern and African Economies Vol. 17, Issue No. 1, May 2015

9) Kugler, M., and Verhoogen, E. "Plants and imported inputs: new facts and an interpretation. *American Economic Review Papers and Proceedings*, 99(2) (2009)

10) Miller, D., "Relating Porter's Business Strategies to Environment and Structure: Analysis and Performance Implications," Academy of Management Journal, 31, 280-308. (1988)

11) Horner, Rory "A New Economic Geography of Trade and Development? Governing South–South Trade, Value Chains and Production Networks, Territory, Politics, Governance", 4:4, 400-420(2016)

12) Roth, Kendall and Allen J. Morrison, "Implementing global strategy: Characteristics of global subsidiary mandates", Journal of International Business Studies, 23(4) (1992)

13) Royal Swedish Academy of Sciences:" Trade and Geography – Economies of Scale, Differentiated Products and Transport Costs", Compiled by the Prize Committee of the Royal Swedish Academy of Sciences 13 October (2008).

مواقع الإنترنت

- موقع الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء. (٢٠٢٠). تم الاسترداد من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء: https://www.capmas.gov.eg
- Kompas website. (٢٠٢١). *List of Exporters*. تم الاسترداد من KOMPASS: https://eg.kompass.com/y/exporter
- موقع البوابة نيوز. (١١ فبراير, ٢٠٢٢). *أزمات تواجه الصادرات الزراعية المصرية*. تم الاسترداد من البوابة نيوز: https://www.albawabhnews.com/
- موقع الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة. (٢٠٢١). *رؤية مصر ٢٠٣٠م*. تم الاسترداد من الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة: https://www.gafi.gov.eg/
- موقع شبكة قوانين الشرق. (٢٠٢١). *التشريعات العربية والأجنبية*. تم الاسترداد من شبكة قوانين الشرق: https://eastlaws.com/data/tash
- موقع صُناع المال. (٢٠٢١). *الاستيراد والتصدير*. تم الاسترداد من صناع المال: https://www.almaal.org/category/import-export
- موقع هيئة تنمية الصادرات المصرية. (٢٠٢١). *هيئة تنمية الصادرات*. تم الاسترداد من بوابة الصادرات المصرية: http://www.expoegypt.gov.eg/
- موقع وزارة التجارة والصناعة. (١١ يوليو, ٢٠٢١). تم الاسترداد من وزارة التجارة والصناعة: http://www.mti.gov.eg/

Egyptian export companies located in Cairo Governorate Studies in economic geography

Abstract

The research tackles Egyptian export companies located in Cairo Governorate, it started with a preface which highlights the importance of the research topic, the reasons for choosing it, used approaches and techniques, and a review of previous studies related to the topic of research, or its study area.

The research mainly covers six aspects. The first aspect discusses the effect of the geographical characteristics of Cairo, the capital of Egypt, on the export companies located in the governorate. The second aspect covers the progress of these companies' role on the Egyptian exports across the years. The third aspect presents the relative distribution of the companies in the different districts, and against the whole country. The fourth factor specifies the commercial setup of these companies and its different sectors, which are around 15 sectors mainly the commerce and retail sectors. The fifth aspect lists the internal and external geographical factors on export companies. The sixth aspect explains the obstacles and impediments facing these companies.

The research concluded with certain results and recommendations, primarily the role of the government to support the private sector in setting a clear and full strategy to improve the Egyptian exports generally, based on the studies and the data of all the different sectors, and according to the results of this research.

Keywords: Commercial market, Export companies